

Die Immobilien-Allrounder

Das Unternehmen epmedia umfasst eine Werbeagentur, einen Media-Service, eine Eventagentur und auch einen Verlag.

WIEN. Werbeagentur, Media Service, Video, Verlag, Events in einer Agentur – in den vergangenen 36 Jahren hat sich epmedia von der einfachen Schaltagentur zum Rundum-Sorglos-Paket für die Immobilienwirtschaft entwickelt. epmedia betreut Kunden wie die Raiffeisen Immobilien und hat sich nicht nur mit hauseigenen Medien und Events einen Namen gemacht. Im Interview standen Iris Einwaller und Johannes Eisert medianet Rede und Antwort.

medianet: Frau Einwaller, Herr Eisert, seit 36 Jahren sind Sie auf die Immobilienbranche spezialisiert – eine lange Zeit. Hat man nicht irgendwann genug von der immer gleichen Thematik?

Iris Einwaller: Ganz im Gegenteil. Immobilien sind einzigartige Produkte, es ist nicht möglich, ein beliebiges Konzept auf jede Immobilie zu übertragen – jede hat ihren eigenen USP, und es gibt immer wieder neue Faktoren zu bedenken. Gleichzeitig gibt es verschiedenste Assetklassen wie Krankenhäuser, Wohnimmobilien, Business-Apartments – das schafft natürlich zusätzlich Abwechslung. Es gibt, unglaublich viele Projekte und Ideen zu entwickeln. Langweilig wird es also nie, und wir profitieren sehr stark von unserer langjährigen Erfahrung.

medianet: In Zeiten von Wohnungsnot kann man sich gar nicht vorstellen, dass Immobilien noch beworben werden müssen ...

Johannes Eisert: Tatsächlich werden momentan viele Objekte den Bauträgern und Maklern sprichwörtlich aus den Händen gerissen. Viele Bauträgerprojekte sind zu 80 Prozent verwertet, bevor sie überhaupt fertiggestellt sind. Dennoch merken wir,



© epmedia

Team

Johannes Eisert, Agenturleiter der epmedia Werbeagentur, gemeinsam mit Iris Einwaller, geschäftsführende Gesellschafterin der epmedia Werbeagentur und des Immobilien Magazin Verlags.

dass es gerade beim Thema Kauf weiterhin nicht ganz so einfach für Bauträger ist. Potenzielle Kunden müssen beim Kauf viel Geld in die Hand nehmen, weswegen die Kaufbereitschaft natürlich erst geschaffen werden muss. Vor allem um solche Projekte gilt es dann, ein Marketing zu schaffen, und immer wichtiger wird die Frage, was man um ein Objekt herum anbietet.

medianet: Das wäre?

Einwaller: Das können speziellen Services sein wie Postboxen in den Hauseingängen. Dank dieser müssen Bewohner ihre Pakete nicht mehr bei der Postfiliale abholen, sondern können diese bequem der Postbox entnehmen. Es gibt eine ganze Palette an Services, die eine Immobilie attraktiver machen und so natürlich für deren schnellere Verwertung sorgen.

medianet: Sie positionieren aber nicht nur Projekte und Bauträger am Markt.

Eisert: Nein, wir sind auch sehr stark im Markenberatungsgeschäft tätig. Hier agieren wir vor allem für börsennotierte Unternehmen, wo es darum geht, Investoren zu gewinnen oder Aktien zu verkaufen. Hier geht es darum, die Marke mit positiven Eigenschaften zu besetzen, wie beispielsweise Sicherheit, Vertrauen.

medianet: Sie bieten eine 360 Grad-Kommunikation an und stehen auch beratend zur Seite.

Einwaller: Nach 36 Jahren in der Branche bringen wir ein großes Know-how mit. Wir begleiten viele Projekte von Beginn an, also dann wenn das Gebäude noch nicht einmal steht; wir sind diejenigen, die mit auf der Baustelle stehen, wir wissen, wie ein Projekt funktioniert, worauf geachtet werden muss, wir können helfen, wenn es an die Verwertung eines Objekts geht, und auch im Pricing stehen wir unseren Kunden gern beratend zur Seite.

medianet: Welche Veränderungen haben denn in den letzten fünf bis zehn Jahren in der Immobilienwirtschaft gegriffen?

Eisert: Wie schon angesprochen: Der Turnover ist viel schneller als früher. Wohnungen sind schnell vermietet, und deswegen muss auch das Verwertungsgeschäft sehr viel schneller vonstattengehen. Somit ist der Zeitdruck bei den Unternehmen und auch bei uns höher; ist der Bau einmal begonnen, dann geht alles sehr schnell. Wir haben in den letzten Jahren eine extreme Beschleunigung erlebt, und man kann den Immobilien tatsächlich beim Wachsen zusehen.

Einwaller: Die Branche zeigt sich auch sehr verantwortungsvoll. Neue Baustoffe und Innovationen – gerade im Bereich der

36

Jahre

Die Agentur epmedia ist seit 36 Jahren am Markt – begonnen als Schaltagentur, hat man sich mittlerweile zum Rundum-Sorglos-Paket für die Immobilienbranche entwickelt.



Nachhaltigkeit – werden genutzt und auch sehr stark von den Menschen gefordert.

Eisert: Richtig, das Thema Nachhaltigkeit ist kein Marketingschmäh, sondern hat auf die Branche auf jeden Fall starken

© epmedia (3)

”

Das Thema Nachhaltigkeit ist kein Marketingschmäh, sondern hat auf die Branche auf jeden Fall starken Einfluss und wird gelebt.

Johannes Eisert
epmedia

Einfluss und wird gelebt. Auch weitere sind Trends hinzugekommen wie Microwohnen, Single-Haushalte oder New World of Work. Ein wichtiges Thema ist auch Smart Home – überall hier muss die Branche mithalten und wenn nötig umdenken.

“

Projekte

Das Projekt Hafentor Quartier in Leipzig und Raiffeisen Immobilien betreut epmedia unter anderem.

medianet: Die Digitalisierung ist also auch in Ihrer Branche angekommen?

Einwaller: Absolut. Es gibt viele innovative Projekte. Beispielsweise mit Virtual Reality eine Immobilie noch vor ihrem Bau besichtigen. Es gibt auch viele Start-ups in der Immobilienwirtschaft, die zum Beispiel Sonnenstandstudien durchführen, die Lärmbelastigung von Wohnungen messen oder die Verkehrslage. Viele dieser Start-ups werden auch bei der ‚Future: PropTech Vienna‘ zu sehen sein – die Veranstaltung bringt die Akteure der Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft zusammen.

medianet: Hat die Digitalisierung auch Herausforderungen für Sie bereitgehalten?

Eisert: Natürlich stellen sich auch für uns Fragen nach der

Modern

„The Rose“ steht für modernes Wohnen in Hernals und wird von epmedia kreativ begleitet.

Intelligenz einer Website, beispielsweise. Wichtig ist, dass wir die Trends der Branche stets kennen, die Wünsche und Vorstellungen unserer Kunden verstehen und die richtigen Leute haben, diese umzusetzen.

medianet: Fühlen Sie sich für die Zukunft gut aufgestellt?

Einwaller: Absolut. Wir haben ein hervorragendes Team, all unsere Projekte bringen wir sehr gut auf den Boden, unsere Events verlaufen reibungslos, und auch unseren hauseigenen Medien geht es gut. Wir betrachten uns also als sehr gut aufgestellt für die kommenden Jahre. (gs)

Information

Events

epmedia richtet nicht nur Events für ihre Kunden wie Gleichfeiern oder Jubiläumsevents aus, das Unternehmen hat auch einige hauseigene Events: Der Immobilienball findet 2019 zum 14. Mal statt und holt jährlich 3.500 Personen aus der Branche in die Hofburg.

Bei der re.comm kommen jährlich bis zu 200 Top-Player der internationalen Immobilienbranche in Kitzbühel zusammen und sprechen nicht über Immobilien Themen. Querdenker, Nobelpreisträger oder Politiker sprechen über allgemeine, gesellschaftlich relevante Themen. Der Immoaward: Cäsar zeichnet herausragende persönliche Leistungen in der Immobilienbranche aus.

Im Frühjahr lädt der Immobilien Magazin Verlag Kunden und Partner in die Schönbrunner Gloriette zum gemeinsamen Frühstück.

Der Verlag

Der Immobilien Magazin Verlag ergänzt die Agentur als Kommunikationsdrehscheibe der Immobilienbranche. Das B2B-Medium Immobilien Magazin erscheint zehn Mal im Jahr und spricht alle Player der Immobilienbranche an. Den Wochenüberblick des Immobilien Magazins bietet immo7 und als Onlinemedium fungiert immoflash, das mit Aktualität von Montag bis Donnerstag punktet. Rund um die Karriere dreht sich alles bei immojobs – hier finden sich Job- und Mitarbeitersuchende. Der Eventkalender der Branche ist immoterminal. Gemeinsam mit dem Kommunalverlag kaufte epmedia den A3 Verlag und bringt seither das ursprüngliche a3 Building Technologies Solution unter dem neuen Titel Building Times heraus – hier dreht sich alles um Haustechnik.

