



Die Objekte des Immobilienprojekts „Anton“ ließen sich auf der Website mit VR-Brille realitätsnah besichtigen.

es in einer Aussendung der Agentur.

„max.living bietet unter dem Motto ‚Schöner als Eigentum‘ 49 hochwertige, ausgezeichnet gelegene Mietwohnungen, die auf die Bedürfnisse verschiedener Lebenssituationen zugeschnitten sind. Diese Individualität setzten wir auch bei der Bewerbung um – angefangen beim Corporate Design und der Website bis hin zu digitalen Kampagnen und kreativen Direct Mailings“, so Erich Falkner, Kreativ-Geschäftsführer von falknereiss. max.living öffnet von 6. bis 11. Dezember die Türen von mehreren unterschiedlichen, fertig eingerichteten Musterwohnungen.

#### Großer Anklang

Der Erfolg der Maßnahmen zeigte sich beim Andrang auf die Objekte: „Bereits 80 Prozent der Wohnungen von ‚Anton‘ wurden verkauft – und dies nur drei Monate nach dem Start der Website“, freut sich Barbara Schmittner, Senior Expert Projektentwicklung & Technik RPHI. „Besonders die VR-Funktion fand großen Anklang bei unseren Interessenten.“ (gs)

# Virtuell besichtigt

falknereiss betreute zwei Immobilienprojekte – Wohnungsbesichtigungen waren per VR-Brille möglich.

WIEN. Die Change-Marketing-Agentur falknereiss zog mit „max.living“ und „Anton“ zwei Immobilienprojekte an Land, für die die Agentur das Corporate Design, den Onlineauftritt sowie alle Werbemaßnahmen konzipierte und mit innovativen

Anwendungen umsetzte. So können die Wohnungen des Projekts „Anton“ von RPHI (Raiffeisen Property International GmbH) auf der Website mit VR-Brille realitätsnah besichtigt werden.

Die Immobilienprojekte „Anton“ und max.living (eine Wohn-

hausanlage von Corag Real Estate Holding, Semper Constantia Immo Invest und VBV in St. Pölten) gehen beide auf die „vielfältigen Wohnbedürfnisse der Menschen ein, was falknereiss in die Auftritte der Unternehmen einfließen ließ“, heißt



| Mit wenigen Klicks zur passenden Partner-Agentur

## Holz ist genial-Kampagne

Erfolgreiches Kommunikationsjahr für proHolz Austria.

WIEN. Öffentliche Bewusstseinsbildung zu den positiven Effekten von Waldbewirtschaftung und Holzverwendung: das war das Ziel der neuen Kommunikationskampagne der ARGE proHolz Austria. Die Kampagne war erstmals ab Mitte Februar 2017 österreichweit auf Plakaten und in Printanzeigen zu sehen. Außerdem wurde ein Blog holzistgenial.at gelauncht. Ein

weiterer Kampagnendurchgang startete im August und September 2017. Bereits im ersten Kampagnenjahr wurde die neue Plakatkampagne von Focus zum Kategoriensieger „Plakat“ in puncto „Gefälligkeit“ im ersten Halbjahr 2017 gewählt und gesamt zum fünftbesten Plakat Österreichs nach Werbewirkung, Gefälligkeit und Markenprägnanz gekürt. (gs)



Die Kampagne „Holz ist genial“ von der ARGE proHolz Austria.