

ROLAND SCHMID GROUP*Ein „Offizier“ für die Innovation*

WIEN. Per Jahresanfang hat die Roland Schmid Group eine eigene Innovationsfunktion ins Leben gerufen.

Besetzt wird diese vom langjährigen Mitarbeiter und Big Data-Experten Andreas Millonig (Bild).

Als Chief Innovation Officer (kurz: CINO) ist er damit für das Innovationsmanagement und die Innovationsprozesse innerhalb der gesamten Unternehmensgruppe (lexunited, IMMOUnited, SchmidIT, Imabis) zuständig. „Mit seinem präzisen Gespür für zukünftige Entwicklungen, seiner Marktkennntnis und seiner analytischen Arbeitsweise ist er auf diese neue Aufgabe bestmöglich vorbereitet“, kommentiert Geschäftsführer und Eigentümer Roland Schmid.

Seit 2011 mit dabei

Millonig schloss 2009 das Studium „Angewandte Betriebswirtschaftslehre“ an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt ab und war zuletzt für die operative Geschäftsführung der Imabis GmbH zuständig. Im Rahmen dessen verantwortete er die täglichen Geschäftsprozesse sowie die laufende Produktentwicklung innerhalb des Unternehmens.

Seinen beruflichen Werdegang bei der Roland Schmid Group startete Millonig im Jahr 2011 als Vertriebsmitarbeiter der IMMOUnited GmbH. (pj)



© IMMOUnited



© Lionel Favre

Die Fertigstellung des Objekts Börseplatz 1 mit ca. 8.800 m² Nutzfläche (incl. Freiflächen) ist für Mitte 2019 geplant.

Das Haus mit Branding

Am Börseplatz 1 entsteht derzeit ein Luxusimmobilienprojekt mit künstlerischem Brandingkonzept des Schweizer Lionel Favre.

•• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Das Motto für die ehemalige k.k. Telegraf-Centrale lautet: „A breathtaking fusion of historic architecture, industrial coolness and cutting-edge sophistication“. Jedes der Lofts und Penthouses ist ein architektonisches Unikat. Der in Wien lebende Schweizer Künstler Lionel Favre kreiert für jede Wohneinheit ein eigenes Kunstwerk, indem er die jeweilige Partitur, die

darin verpackte Geschichte und den Wohnungsplan ineinanderfließen lässt.

Nomen est omen

Jede Wohneinheit bekommt ihren Namen. Ist dieser bei den „Imperial Lofts“ aus den untrennbar mit dem kaiserlichen Wien verbundenen Strauss-Wälzern abgeleitet – wie das „Aurora Loft“ oder das „Adele Loft“ –, haben die Penthäuser ihre Namen aus alten Jazz-Songs wie etwa

„Fly me to the moon“ oder „Star Dust“.

Der kommunikative Auftritt soll „zwischen imperialer Opulenz und kontemporärer Minimalistik wandern“, erklärt Karin Hirschberger von der Agentur Brains. „Er entführt in die Zukunft neuer Wohnenerlebnisse und ist zugleich auf optimale Informationsvermittlung in Broschüren und Anzeigen, auf der Website wie auch beim Location-Branding und bei Events ausgerichtet.“

Die imperiale Adresse

Grand Kinsky Vienna-Vermarktung hat begonnen.

WIEN. Seit Jahresbeginn betreut das Immobilien-Portal FindMyHome.at die Vermarktung des Grand Kinsky Vienna, das imperiale Wohnungen und Penthouses im Zentrum der Hauptstadt bietet.

„Nach den Etats der Projekte Goethegasse, Palais Schottenring Vienna Penthouses sowie UpperWest 119 im Vorjahr können wir somit auch 2018 den

Trend ‚Alles aus einer Hand‘ fortführen“, freut sich Bernd Gabel-Hlawka, Geschäftsführer von FindMyHome.at, über den „besonderen Kundenzuwachs“.

Das Immobilienportal verzeichnet weiters einen Anstieg von 23% mehr Suchanfragen im Vergleich zum Vorjahr und aktuell nach eigenen Angaben bereits rund 400 Makler- und Bauträgerkunden. (pj)



© FindMyHome.at