



Auftrag & Problemstellung

Die Gemeinde Ostermundigen bietet am Westhang Rüti ein bebaubares Grundstück mit ca. 28'000 m² zum Kauf an. Es besteht eine rechtskräftige Überbauungsordnung mit einem im urbanen Raum ungewöhnlich tiefen Ausnutzungsmass. Unter der Federführung der Bindella Immobilien AG (potentielle Käuferin/Bauherrschaft), den mitwirkenden Architekten GWJ sowie der Marketingspezialistin WMI wird eine Wohnbau-Projektidee präsentiert und ein Kaufangebot abgegeben. Die Angebotseingabe erhält in Konkurrenz zu etwa 20 weiteren Bewerbungen den Zuschlag.

Die WMI übernimmt im Auftrag der Bauherrschaft die Erarbeitung der Marketingkonzeption sowie die Vermarktung der Wohneinheiten. Die besondere Herausforderung in der Erarbeitung der Marketingkonzeption liegt in der optimalen Inwertsetzung der tollen aber doch ambivalenten Lageeigenschaften und des ungewöhnlich grossen Landanteils im Verhältnis zur Bebauungsdichte.

- **65 Eigentumswohnungen**
- **110 Parkplätze**
- **ca. 28'000 m² Bauland**
- **Anlagevolumen CHF 56 Mio.**

Dienstleistung & Lösung

Analyse und Interpretation sekundärer Marktforschungsergebnisse aus dem schweizerischen und europäischen Raum bieten die Grundlage für den Ideengenerierungsprozess. Im Rahmen der Marketingstrategie kreiert WMI die Idee der mediterranen Wohnraumerweiterung und projiziert grosszügige, perfekt an den Wohnraum angeschlossene Terrassen. WMI nimmt diese Produktspezifikation im Branding auf und kreiert die Marke „WohnTerrassen“. Schliesslich gelingt es der WMI sogar, mit den Anschriften Terrassenrain 1 bis 14, das Branding in die Adressbildung zu überführen und ersetzt damit die ursprünglich vorgesehene Adresse „Rütiweg 1 bis 14“.

Die WMI transformiert Projektgegebenheiten in strategische Eckpfeiler. Sie definiert im Rahmen der Marketingkonzeption in erster Linie die Käuferzielgruppen und leitet daraus den Wohnungsgrössenmix, die Wohnungsgrundrissgestaltung sowie die Nebenraum-

und Erschliessungskonzeption ab. Faktoren der ergänzenden Angebotsgestaltung wie z.B. der Ausbaustandard, die energetische Gebäudequalität und die Qualitäten der privaten und allgemeinen Aussenräume begünstigen die kundenorientierte Positionierung in besonderem Masse. Dank der innovativen und glaubwürdigen Implementierung der Kommunikationsstrategie entfalten sich die UCPs zu eindeutigen Wettbewerbsvorteilen, welche die Durchsetzung des Preisleistungsverhältnisses stützen. Das Pricing beruht mehrheitlich auf einem systematischen Zusammenspiel nachfrageorientierter und kostenorientierter Preisbestimmungsstrategien.

Die festgelegte Preispolitik kann konsequent durchgesetzt werden. Einige Monate vor Bauvollendung sind alle 65 Wohneinheiten zum budgetierten Preis verkauft.



WMI Real Estate Marketing AG
Burgerstrasse 19, CH -3063 Ittigen
T +41 31 310 16 16

welcome@wmi.ch | wmi.ch | wmi.swiss