

Nutzer zu Botschaftern machen.

Projektkommunikation
Projektkommunikation
Projektkommunikation
Projektkommunikation
Projektkommunikation

Identität bekommt Raum und Zeit zum Wachsen.

Projektkommunikation vs. Vermarktung.

In der Immobilien- oder Arealentwicklung werden Projekte oft erst zu Vermarktungszwecken kommuniziert. Wenn es darum geht, die Flächen zu vermieten. Aber kann sich so Identität entfalten? Im Gegenzug dazu setzt die Projektkommunikation beim Projektstart ein, wenn die Vision und die Philosophie des Projektes noch rein und kraftvoll sind. Sie involviert und berücksichtigt beteiligte Disziplinen, Nutzer und Anbieter von Anfang an.

Ein Bauprojekt mit integrierter Projektkommunikation überzeugt sowohl die Behörden, die Bevölkerung als auch potenzielle Miet- oder Kaufinteressenten. Sie verbindet die Nutzungen und lässt der Identität Zeit zum Wachsen.

intosens
urban solutions

intosens ag – seit 1992 Spezialistin für Nutzung & Identität
in der Stadt-, Areal- und Immobilienentwicklung.

Vom richtigen Verständnis.

Um erfolgreich am Markt zu bestehen, orientiert sich die Nutzungsentwicklung von Intosens konsequent an den zukünftigen Nutzern, an den Menschen. Die Kommunikation wächst aus der Nutzungsentwicklung heraus und denkt bereits beim Projektstart an die nutzergerechten Botschaften und Kommunikationsmethoden.

Im Prozess der Projektkommunikation ist es unabdingbar, neue Trends und Marktveränderungen laufend voraus- und umschauend im Blick zu haben. Wir kommunizieren die tragende Idee (Vision) der Projekte agil und mit Leidenschaft.

Projektkommunikation im Kontext.

Bei der Gestaltung von Stadt-, Areal- oder Immobilienprojekten arbeiten viele unterschiedliche Disziplinen zusammen: Nutzung, Städtebau, Raumplanung, Architektur, Ökologie, Mobilität, Soziologie, Marketing etc. Intosens vernetzt diese Erkenntnisse zu einem Gesamtbild.

Durch unsere Verknüpfung der unterschiedlichen Projektinhalte wächst das Vertrauen und die Zuversicht ins Projekt, in der Politik und in der Öffentlichkeit: Glückliche Orte – glückliche Menschen! «Hier lebe ich gerne.»



Geschichten erzählen.

Die grosse Anzahl an Immobilienprojekten in der Schweiz verlangt nach einer verlässlichen Orientierung. Die rasche Einprägsamkeit der Charakterzüge ist am Markt entscheidend, um die Alleinstellungsmerkmale eines Projektes zu vermitteln. Ein präzises Branding/Naming mit spannendem Storytelling, Text- und Bildsprache verleiht dem werdenden Ort und den Immobilien eine ausdrucksstarke Gestalt.

Oft ist die breite Akzeptanz in der Projektentwicklung nötig, und da braucht es die überzeugende Idee, die konsequent und leidenschaftlich an die Empfänger gebracht wird: So entsteht oft Kult.

Identität wird lebendig.

Identität wächst im Gegensatz zum Image von innen heraus. Sie kann weder aufgesetzt noch erzwungen werden. Vielmehr verkörpert sie die echten und ehrlichen Werte eines Projektes, die präzise, behutsam, aber auch mutig entwickelt und dann kontinuierlich wachsen können.

Diese Motivation liegt unserer Projektkommunikation zugrunde und führt uns stets an neue Quellen der Kreativität: Eine andere Welt ist möglich.

intosens – Zusammenspiel der Disziplinen.

Die Mitarbeitenden von intosens bringen verschiedene Disziplinen und Kompetenzen mit: Stadt- und Raumplanung, Architektur, Wirtschaftsgeografie, Stadt- und Immobilienmarketing, Kommunikation und stets Mut und Leidenschaft für komplexe Herausforderungen.



Regula Obi-Hottinger
r.obi@intosens.ch

**“Bereits das Projektvorhaben
richtig kommunizieren.”**

Regula Obi-Hottinger **Leitung Kommunikation, Marktresearch.**

Regula Obi ist eidg. dipl. Planerin Marketing-Kommunikation, absolvierte den Studiengang als PR-Redaktorin (Schweiz. Textakademie) und ist zertifizierte Zukunftsagentin (Matthias Horx, GDI Rüschi-kon). Sie arbeitete mehrere Jahre als Beraterin in verschiedenen Kommunikationsagenturen und anschliessend beim Mode- und Seidengeschäft «en Soie» als Filialleiterin in Florida und als Research- und Produktionsverantwortliche in Zürich. Sie leitet die Kommunikation der Kundenprojekte, entwickelt Nutzungsszenarien und beobachtet den Markt und die Trends.

Mein Statement **zur Projektkommunikation.**

«Das Verständnis für die Ausarbeitung von Nutzung und Identität in der Projektentwicklung ist oft noch ungewohnt, aber erstaunlicherweise sehen auch Branchenfremde schnell den Sinn darin. Unsere mit Sorgfalt erarbeiteten Konzepte übersetzen wir achtsam in die Kommunikation. Niemand hat profundere Kenntnisse der Kernidee, deshalb erzählen wir die Story ungewohnt und präzise. Die Identität und das Image wachsen auf solidem Grund.

Mit Menschen und Unternehmen zu arbeiten, die ganzheitlich und langfristig denken und bei deren Bauabsicht Sinn und Rendite gleichermaßen stimmen, ist mir wichtig.»

intosens – offen, hell, leicht, agil.

Die Geschichte einer Projektkommunikation.

Der Leiter Immobilien eines Grossunternehmens mit einem sanierungsbedürftigen Häuserkomplex in der Berner Altstadt fragt sich, welche Angebote vor Ort in weiterer Zukunft noch genutzt werden und bestehen können.

intosens geht dem Thema nach, blickt in die neuesten Studien, analysiert die Umgebung und zapft ihre Kreativität an. Das Team erarbeitet fünf einzigartige, unterschiedliche Szenarien, unterlegt sie mit Thesen, mit Stimmungsbildern und listet zur Bewertung Vor- und Nachteile auf. Soll es eher Richtung Genuss, Mood & Food oder digital topausgerüsteten, internationalen Flagshipstore gehen? Oder soll die Immobilie etwas komplett Neues, Ungewohntes wagen?

Überraschenderweise favorisiert das Unternehmen das Ungewohnte. Es strebt an diesem Ort nicht nur «mehr als Verkaufen» an, sondern will den neuen Trend der Community aufnehmen. Fließende Übergänge von Retail, Gastronomie und Kultur schaffen Ereignis, Geselligkeit und glückliche Stadtmenschen. Ein neuer Ort für die Berner, für Gemeinschaft, für Flanierende soll entstehen.

intosens weiss: Es braucht eine handverlesene Komposition, die dem Ort Würze verleiht. Wir erstellen Präsentationsunterlagen, klären das Konzept persönlich im Markt ab und stossen bei innovativen Firmen auf grosses Interesse. Die Community soll sich kennenlernen: intosens organisiert darum gleich einen Event, an dem erste Projekthinhalte diskutiert werden.

Am zeitnahen «Step-up-Meeting» geht die tragende Idee bereits in die Köpfe und Herzen möglicher Erstmieter über und ihre Bedürfnisse fliessen in die architektonische Ausarbeitung mit ein. Wir bleiben dran am neuen, glücklichen Ort.

intosens
urban solutions

Raum, Nutzung und Identität in Einklang bringen.

Auszug Projektbeispiele.

Heinrich Kistler, Hirzlipark Reichenburg

Neupositionierung, Marktkontakte, Projektkommunikation

AXA Investment Managers, Schappe Center

Neupositionierung, Erstvermietung, Projektkommunikation

SBB Entwicklung Güterbahnhofareal, Zug

Tragende Idee, Nutzungsentwicklung, erste Markt- abklärungen, Projektleitung Zwischennutzung

AXA Investment Managers, Steinbock Chur

Analysen, Wahrnehmung, Szenarien, Entwicklungskonzepte, tragende Idee

Schweizerische Nationalbank, Kaiserhaus Bern

Nutzungs- und Identitätsentwicklung «würze bern», Projektkommunikation, Marktkontakte, Step-up-Meeting

Thurella AG & Gemeinde Neukirch TG, Zentrumsentwicklung Egnach

Arealstrategie, Szenarientwicklung, Eigentümer- einbindung, Nutzungsprogrammierung, Branding

intosens ag – urban solutions Zürich

Waffenplatzstrasse 54 | CH-8002 Zürich
Tel. +41 44 205 55 44

intosens ag – urban solutions Ticino

Gola di Lago 1932 | CH-6960 Odogno
Tel. +41 91 930 05 11

mail@intosens.ch | www.intosens.ch