



Verband Berlin-Brandenburgischer
Wohnungsunternehmen e.V.

GESOBAU RELAUNCHT KUNDENMAGAZIN

12.12.2013 Fachinformation

Mit der letzten Ausgabe 2013 präsentiert die GESOBAU AG ein rundum erneuertes Kundenmagazin, das sich mit einer eigenständigen Gestaltung vom sonstigen Corporate Design des städtischen Wohnungsunternehmens abhebt. Optisch wie inhaltlich zeigt sich "Hallo Nachbar" modern, ansprechend und lesefreundlich und stärkt zugleich den Nutzwert für Mieter jeden Alters. Aufgeräumte Ressorts und Rubriken sowie großzügiger gestaltete Seiten gehören ebenso zum neuen Auftritt wie ein neues Format und das nachhaltige Papier und Druckverfahren des Kundenmagazins. Nach dem letzten Relaunch vor vier Jahren hat die GESOBAU "Hallo Nachbar" erneut an veränderte Nutzungsgewohnheiten von Printprodukten angepasst. Damit setzt das Wohnungsunternehmen neben seinen digitalen Kommunikationskanälen auch weiterhin auf das klassische Medium Kundenzeitschrift. "Für uns ist das gedruckte Kundenmagazin auch heute die 1. Wahl, wenn es darum geht, Mieterinnen und Mieter zu erreichen, die tiefer gehende Informationen erhalten oder in Geschichten rund um ihr Zuhause und ihren Kiez schmöckern möchten. Ein Magazin erreicht die ganze Familie – so auch die Kleinsten mit unserer Kinderseite – und ist ein nachhaltiger, bleibender Imageträger", erläutert GESOBAU-Vorstand Jörg Franzen. Wichtig war beim Relaunch, dass die Balance zwischen wissenswerten und unterhaltenden Magazin-elementen stimmt, die unverwechselbar aus der GESOBAU-Welt stammen. Das Magazin wird nach wie vor inhaltlich in der Unternehmenskommunikation der GESOBAU erarbeitet und zeichnet sich durch eine hohe Authentizität und Kundennähe aus. Die Ausschreibung für Neugestaltung und Produktion für drei Jahre hatte die Berliner Agentur Pretzlaw Communications gewonnen, die mit ihrem Konzept für die Neupositionierung überzeugen konnte. "Wir empfehlen einen deutlichen Kontrast zur GESOBAU-Marketingsprache. So wird das Kundenbindungsinstrument ‚Hallo Nachbar‘ eindeutig redaktionell positioniert. Das Magazin gliedert sich in übersichtliche Ressorts, die Typografie ist lesefreundlich optimiert, die Bildsprache emotional. Kurzum: Ein sympathischer, innovativer und informativer Auftritt, der zur GESOBAU passt. Wir freuen uns sehr, dieses Kundenmagazin im anspruchsvollen Wohnungsmarkt betreuen und weiterentwickeln zu können", sagt Geschäftsführer Martin Pretzlaw.

<https://bbu.de/beitraege/gesobau-relauncht-kundenmagazin>