**Berlin, 12. September 2019**

 **Mit Schwan auf Wohnungssuche: Erfolgreicher Abschluss der BUWOG-Sommerkampagne**

Eine besondere Sommerkampagne der BUWOG geht erfolgreich zu Ende: Für die crossmediale und länderübergreifende Image-Kampagne hatte die BUWOG sechs Wochen lang die beiden Schwäne Erich und Emil auf Tour geschickt. Umfassende Promotion-Aktivitäten in Wien und Berlin begleiteten die beiden tierischen Testimonials, flankiert durch Werbung in zielgruppenaffinen Medien und Social Media Beiträge.

„Wir ziehen eine sehr positive Bilanz für unsere ungewöhnliche Sommer-Kampagne und haben ein exzellentes Involvement der Zielgruppen erreicht. Um die Awareness für die Marke BUWOG weiter zu stärken, erwiesen sich das gelungene Storytelling, die intelligente Verzahnung der verschiedenen Online- und Offline-Kanäle, sowie der sympathische Auftritt unserer Promoterinnen und Promoter als absolute Erfolgsfaktoren, sowohl in Deutschland als auch in Österreich“, erklärt Dr. Ingrid Fitzek-Unterberger, Leiterin Marketing & Kommunikation bei der BUWOG.

Mit der Kampagne hatte die BUWOG eine Vielzahl von Kanälen und Orten konzentriert bespielt: Zwischen 16. Juli und 9. August 2019 war Schwan Erich in Wien mit der BUWOG Group GmbH auf Wohnungssuche. Hier erkundete der junge Nestflüchter unterschiedlichste Neubauprojekte und zeigte damit auf Instagram (@erich\_sucht) und in seinem Online-Tagebuch die Vielfalt der Projektentwicklung des führenden Komplettanbieters im Wohnimmobilienbereich. Bei Erichs Erfrischungspausen an Wiener Hotspots verteilten Promo-Teams kostenfrei Eis und kommunizierten das Gewinnspiel.

In Deutschland startete einen Monat später die Kampagne mit einem für den Berliner Markt optimierten Ansatz. Hier schickte die BUWOG Bauträger GmbH den Schwan Emil auf Wohnungssuche. Per Online-Tagebuch, Instagram und Facebook wurde seine Entdeckungstour der BUWOG-Neubauprojekte von Spandau bis Grünau zielgruppenaffin verbreitet. Für großes Involvement sorgten auch hier Promotion-Aktionen und ein Gewinnspiel. Dieses geht nach erfolgreichem Abschluss der Vor-Ort-Events in die Online-Verlängerung: Noch bis 15. September 2019 kann man teilnehmen auf [www.emilsucht.de](http://www.emilsucht.de)

Für ihre Marketing- und Kommunikationsleistung ist die BUWOG in der Vergangenheit mehrfach ausgezeichnet worden, u.a. zweifach mit dem German Brand Award in den Kategorien „Excellent Brand“ (2019) und „Brand Strategy“ (2018). Das EUROPEAN REAL ESTATE BRAND INSTITUTE ermittelte 2019 für die Marke BUWOG einen Brand Value von 92,71 und verlieh ihr den REAL ESTATE BRAND AWARD. 2018 wurde die BUWOG in Österreich zudem für ihre Anzeigen-Kampagne „Bitte verurteilen Sie uns nicht“ mit einer CCA Venus ausgezeichnet.

**Über die BUWOG**

Die BUWOG blickt auf 68 Jahre Erfahrung im Wohnimmobilienbereich zurück. In Deutschland konzentriert sich die BUWOG Bauträger GmbH derzeit mit Fokus auf Berlin, Hamburg und Leipzig auf den Bereich Property Development und verfügt hier über eine Development-Pipeline von rund 10.000 Wohneinheiten. Die BUWOG ist eine Tochter der Vonovia SE, Europas führendem Wohnungsunternehmen mit Sitz in Bochum (Deutschland).

**MEDIENANFRAGEN DEUTSCHLAND MEDIENANFRAGEN ÖSTERREICH**

Michael Divé Natascha Toegl, MA

Pressesprecher Deutschland Pressesprecherin Österreich

BUWOG Bauträger GmbH BUWOG Group GmbH

Email: michael.dive@buwog.com E-Mail: natascha.toegl@buwog.com

T: +49 159 04 62 19 93 T: +43-1-878 28-1711