



## **IMMOFINANZ mit Image- und Markenkampagne: „Wenn Clark Kent lieber im Büro bleibt“**

**Die IMMOFINANZ Group startete, zusammen mit Warner Bros. Consumer Products, eine Image- und Markenkampagne. Im Mittelpunkt steht der bekannteste Superheld der Filmgeschichte: Superman aus den DC Comics und seine bürgerliche Tarnidentität Clark Kent. Diese Kampagne ist die erste in der Unternehmensgeschichte und wird in einigen Kernländern des Immobilienkonzerns im Fernsehen ausgestrahlt. Unter dem Motto „Wenn Clark Kent lieber im Büro bleibt“ werden das perfekte Büro sowie die Service-Kompetenz des Immobilienkonzerns in den Mittelpunkt gerückt.**

Für die IMMOFINANZ Superman-Kampagne wurden in Kooperation mit Warner Bros., im Auftrag von DC Entertainment, drei Werbe-Spots aufgenommen. Die Schaltungen starteten vor kurzem in Österreich, Polen, Tschechien, Ungarn, der Slowakei und Rumänien und konzentrieren sich auf den Online- und den digitalen Out-of-Home-Bereich (Bewegtbilder in der Außenwerbung). TV-Werbung ergänzt ab 4. November den Medienmix in Österreich, Polen und Tschechien. Auf zahlreichen IMMOFINANZ-Bürogebäuden in den sechs Ländern sind zudem großflächige Banner und Transparente angebracht. Insgesamt wird damit eine Bruttoreichweite von über 100 Millionen Kontakten erreicht.

Superman ist beinahe zu 100% auf der ganzen Welt bekannt. Er hat Blockbuster-Filme ebenso inspiriert wie Fernsehsendungen, spannende Videospiele und eine Vielzahl von Konsumartikeln für Fans jeder Altersklasse. Als Superman im Juni 1938 zum ersten Mal in dem Comic-Heft Action Comics #1 erschien, wurde er schnell zu einer Ikone.

„Imagekampagnen haben bis dato im Immobilienbereich Seltenheitswert. Wir haben uns dazu entschlossen, weil wir die IMMOFINANZ als internationalen Markenartikler im Immobilienbereich positionieren wollen. Unser Ziel: Wer an Büro denkt, soll damit IMMOFINANZ, unsere Größe und Flexibilität und unser Kundenversprechen assoziieren“, sagt Karin Kernmayer, Director Marketing des Immobilienkonzerns IMMOFINANZ Group.

„Unser Asset Management verfolgt einen stark kundenorientierten Ansatz, den wir im Vorjahr bereits mit dem Leitspruch ‚More than Office‘ zusammengefasst haben. Wir bieten mehr als reine Büro-Mietfläche, im Mittelpunkt stehen unsere Mieter und deren Mitarbeiter. Die Superman-Kampagne greift das mit einem Augenzwinkern auf und verspricht einen hohen länderübergreifenden Wiedererkennungswert für unsere Büros und Service-Dienstleistungen“, sagt Dietmar Reindl, Director Office und Logistics der IMMOFINANZ Group.



„Superman ist eine der stärksten Lizenzmarken weltweit. Die Lizenz für Superman hat etwas Einzigartiges, das es für kaum einen anderen Superhelden gibt: sowohl einen bildlichen Charakter als auch ein Symbol, welches alle Zielgruppen anspricht. Wir freuen uns sehr, dass die IMMOFINANZ Group die Stärke des legendären S-Shields für ihre reichweitenstarke Imagekampagne nutzt“, so Stefan Hausberg, Director Consumer Products der Warner Bros. Entertainment GmbH.

Das Büro-Portfolio der IMMOFINANZ Group umfasst 100 Bestandsimmobilien mit einem Buchwert von EUR 2,61 Mrd. Das entspricht einem Anteil von 28,3% des gesamten Bestandsportfolios des Konzerns.

**Details:**

- Reichweite: über 100 Mio. Bruttokontakte
- Markenkampagne wird intern und extern breit genutzt (Internet, DOOH, TV, Intranet, Präsentationen, Verbindungen zu Social Media)
- Eigener Webauftritt unter [office.immofinanz.com](http://office.immofinanz.com)
- Umsetzung in sechs verschiedenen Sprachen (Spots in drei Sprachen)
- Cineastischer Fokus, aufwendige Postproduktion (Computeranimation, 3-D, etc.)

Bilder zur Kampagne und die Spots finden Sie unter: [office.immofinanz.com](http://office.immofinanz.com)

WERBEMITTEL: TV Spot, Online Banner, Prerolls, DOOH Spots, Gebäude-Transparente und Sticker

KUNDE: IMMOFINANZ AG

AUFTRAGGEBER: Karin Kernmayer

AGENTUR: M'CAPS Advertising

ONLINE AGENTUR: abss interactive GmbH

CROSS CHANNEL MARKETING/MEDIA AGENTUR: Goldbach Interactive Austria GmbH

FILMPRODUKTION: Seven Film- und Postproduction GmbH

REGIE: Pascal Heiduk



#### **Über die IMMOFINANZ Group**

Die IMMOFINANZ Group zählt zu den führenden börsennotierten Immobilieninvestoren und -entwicklern in Europa und ist im Leitindex ATX der Wiener Börse sowie an der Börse Warschau gelistet. Seit seiner Gründung im Jahr 1990 hat das Unternehmen ein hochwertiges Portfolio aufgebaut, mit derzeit mehr als 1.700 Immobilien und einem Buchwert von rund EUR 10,4 Mrd. Als „Immobilienmaschine“ konzentriert sich das Unternehmen auf die Verzahnung seiner drei Kerngeschäftsbereiche: die Entwicklung nachhaltiger, maßgeschneiderter Topimmobilien in Premiumlagen, die professionelle Bewirtschaftung der Objekte und zyklusoptimierte Verkäufe. Die IMMOFINANZ Group fokussiert ihre Aktivitäten auf die Segmente Einzelhandel, Büro, Logistik und Wohnen in acht regionalen Kernmärkten: Österreich, Deutschland, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Rumänien, Polen und Russland.

Weitere Information: [www.immofinanz.com](http://www.immofinanz.com) / [blog.immofinanz.com](http://blog.immofinanz.com) / [properties.immofinanz.com](http://properties.immofinanz.com)

#### **Über Warner Bros. Consumer Products**

Warner Bros. Consumer Products, eine Warner Bros. Entertainment Company, ist eines der weltweit führenden Lizenz- und Merchandisingunternehmen.

#### **Über DC Entertainment**

DC Entertainment ist die Heimat mehrerer DC Comic Ikonen wie z.B. Superman, Batman, Green Lantern, Wonder Woman, Flash, Vertigo (Sandman, Fables) MAD Magazine und Fables. Als Kreativabteilung ist sie für die strategische Integration von Warner Bros. und Time Warner zuständig. DC Entertainment arbeitet eng mit den führenden Warner Bros. Abteilungen zusammen, um die Superhelden-Geschichten und Charaktere über alle Medienkanäle hinweg zu vermarkten, u.a. im Film- und TV-Bereich, bei Consumer Products, Home Entertainment und Interactive Games. Darüber hinaus werden jedes Jahr Tausende von Comics, Graphic Novels und Magazine veröffentlicht. DC Entertainment ist der größte englisch-sprachige Herausgeber von Comicbüchern weltweit. Im Januar 2012 startete DC Entertainment in Zusammenarbeit mit Warner Bros. und Time Warner die Spendenaktion WE CAN BE HEROES. Die Kampagne mit den Kult-Superhelden der Gerechtigkeitsliga generiert Geld und Bewusstsein, um die Hungerkrise am Horn von Afrika zu bekämpfen.

**Für Rückfragen kontaktieren Sie bitte:**

#### **Bettina Schragl**

Head of Corporate Communications | Pressesprecherin

IMMOFINANZ Group

T +43 (0)1 88 090 2290

M +43 (0)699 1685 7290

[communications@immofinanz.com](mailto:communications@immofinanz.com)