

# IMPULSE

## Mehr Erfolg durch Awareness und Imagepflege.

Die Immobilienbranche leidet nach wie vor unter der Wirtschaftskrise – deswegen ist es gerade jetzt besonders wichtig sich als Immobilien-Unternehmen gegenüber Kunden und Investoren klar und eindeutig zu positionieren. Der jüngste Erfolg der SANS SOUCI GROUP zeigt, dass Awareness durch strategisch geplante PR-Aktivitäten nachhaltig wirkt und einen unverzichtbaren Wettbewerbsvorteil bietet.

Die PR & Öffentlichkeitsarbeit im Immobilienbereich schafft einerseits ein öffentliches Bewusstsein und Verständnis, macht jedoch selbstverständlich auch Kunden und Investoren auf Immobilienprojekte aufmerksam. In diesem Sinne geht es dabei einerseits um Informationsbereitstellung für alle Interessierten, andererseits auch um Imagepflege. Wie die Erfahrung zeigt, spielen diese Kriterien gerade bei der Neukundengewinnung sowie während aller Phasen der Projektumsetzung, sei es gegenüber Investoren, Dienstleistern oder eben der öffentlichen Hand, eine zentrale Rolle.

Wesentlich ist daher eine strategische und umfassende Planung aller Aktivitäten, die schlussendlich langfristig positiv auf das Unternehmen wirken.

Die von Management-Impulse organisierten und durchgeführten Pressekonzferenzen und Einzelinterviews sorgten in den letzten Monaten für umfassende Berichterstattung in Fachmagazinen, aber auch in Tageszeitungen und Wirtschaftsmedien. Heute wird die SANS SOUCI GROUP mehr denn je als exklusiver Projektentwickler luxuriöser High-End-Immobilien und Spezialist für die Revitalisierung von historischen Gebäuden in Wien wahrgenommen.

### Herausragende Revitalisierungsprojekte der SANS SOUCI GROUP.

Neben der historischen Bedeutung von Renovierungs- und Revitalisierungsmaßnahmen, spielt in der aktuellen Diskussion zur Stadtentwicklung die Ausformung des Dachgeschossausbaus eine bedeutende Rolle. Ein Drittel des gesamten Wiener Gebäudebestandes (rund 32.000 Gebäude) stammt aus der Zeit von 1848-1918, der Gründerzeit. Die un- ausgebauten Dachböden stellen eine massive Wohnraumreserve im gut erschlossenen Stadtgebiet dar und entsprechen dem Ideal der sanften Stadtverdichtung, als städtische Antwort auf das Einfamilienhaus im Grünen.

Die SANS SOUCI GROUP setzte bei der Entwicklung ihrer High-End-



Zirkusgasse vor Beginn der Revitalisierung



Originalerhaltene Säulen im Loft



Loft nach der Fertigstellung

Immobilien auf diesen Trend. Bei den Revitalisierungsarbeiten steht stets die Symbiose zwischen historischen und modernen Strukturen im Mittelpunkt. Einerseits wird der historische Bestand behutsam erhalten und saniert, die neu gebauten Gebäudeteile heben sich jedoch immer deutlich durch ihre zeitgemäße Architektur ab. Die spannenden architektonischen Kontrapunkte führen zu einem exklusiven Gesamtkunstwerk, das atemberaubende Blicke und luxuriöse Lebensqualität inmitten der Wiener Innenstadt bietet.



Visualisierung der Revitalisierung

So auch das Revitalisierungsprojekt der ehemaligen Licona-Fabrik in der Zirkusgasse 24, 1020 Wien, deren Sanierungs- und Umbauarbeiten bereits im Mai 2008 begonnen haben. Mit vier verschiedenen Wohnungstypen unterschiedlichster Charakteristika zeigt sich die historische Herrenmodelfabrik nach dem Umbau einzigartig, urban und modern. Kein Wunder also, dass sich unter den Wohnungskäufern so prominente Namen wie Hubertus von Hohenlohe, Prof. Erwin Wurm und Julian Knowle befinden.

Die 34 außergewöhnlichen Wohn- und Büroeinheiten im revitalisierten Straßentrakt in dem sich auch der atemberaubende Sky-Cube befindet, im sanierten Hoftrakt, in den innovativen Atriumhäusern im Innenhof und im modernen Neubautrakt in der Weintraubengasse setzen im urbanen Raum voll und ganz auf Ruhe und Intimität.

Norbert Winkelmayr, Geschäftsführer SANS SOUCI GROUP: „Wir sind auf die Revitalisierung historischer Gebäude spezialisiert und entwickeln in diesem Bereich seit Jahren sehr erfolgreich High-End-Immobilien in der Wiener Innenstadt. Auch wenn wir in dieser Nische bereits über einen hohen Bekanntheitsgrad verfügen, war es wichtig unsere Awareness in der breiten Öffentlichkeit weiter auszubauen. Gerade in letzter Zeit kontaktieren mich Kunden als auch Investoren bezüglich Artikeln, die Sie vor Kurzem in der Zeitung oder in Fachmagazinen gelesen haben. Zwar überzeugen schlussendlich immer unsere außergewöhnlichen Projekte, dank der immensen Berichterstattung der letzten Monate sind wir jedoch momentan in aller Munde und unser Image läuft uns sozusagen voraus.“



Norbert Winkelmayr