

## homegate.ch Corporate Design und Kampagne

### Herausforderung

Nach seinem Launch wurde homegate.ch, damals mit über 20'000 Angeboten bereits das grösste und erfolgreichste Immobilienportal der Schweiz, mit einer nüchternen Typo-Kampagne beworben. Um die Bekanntheit des sowohl in quantitativer wie qualitativer Hinsicht führenden Immo-Portals weiter zu steigern, und gleichzeitig überraschender, frischer und wärmer mit dem emotionalen Thema Wohnungs- und Haussuche umzugehen, setzte homegate.ch auf unsere Dienste.



## homegate.ch Corporate Design und Kampagne

### Lösung

#### intelligent

Um aufzuzeigen, dass homegate.ch für all jene die beste Wahl ist, die eine Immobilie suchen, vermieten oder verkaufen, haben wir erst das strenge CD aufgefrischt. In einem zweiten Schritt entwickelten wir eine neue Image-Kampagne, die mit Bildern von bekannten Behausungen ungewöhnlicher Figuren arbeitet. Kommentiert sind sie jeweils mit der Line «Jedem sein Heim». homegate.ch tritt also mit einem souveränen Leaderkonzept und einem starken Statement auf.

#### emotional

Die ungewöhnliche Verbindung der Heime der Sympathiefiguren mit dem Absender löste bei vielen Betrachtern ein Schmunzeln aus und bewirkte sehr rasch den für homegate.ch wichtigen Imagetransfer. Der im Gegensatz zur vorherigen Typo-Kampagne gewünschte emotionalere Approach wurde auf diese Art und Weise genauso erreicht wie der einfachere und schnellere Zugang zum Betrachter.

#### powerful

Die Botschaft des Konzepts ist klar und prägnant. Ausserdem macht es alle, die in irgendeiner Form ein Objekt suchen oder anzubieten haben, zu einem wichtigen Partner. Zum Einsatz kommt die äusserst erfolgreiche Print-Kampagne seit vielen Jahren zusammen mit fein abgestimmten Online-Umsetzungen, Spots und einer Vielzahl verschiedener Below-the-line-Massnahmen.

