

Relaunch des Berliner Liegenschaftsfonds - Feels like Berlin.

Die Aufgabe

2013 suchte der Berliner Liegenschaftsfonds nach einer neuen Online-Agentur und entschied sich für cosmoblonde.

Als erste Aufgabe sollte die Website des Fonds komplett neu gestaltet werden: Berlin spürbar machen, zum Entdecken des Immobilien-Angebotes einladen, die Aura von Verwaltungsinstanz abschütteln, die Angebote des Liegenschaftsfonds übersichtlich und zeitgemäß präsentieren. Weg von der meterlangen Navigation, hin zur Multi-Screen-Nutzung.



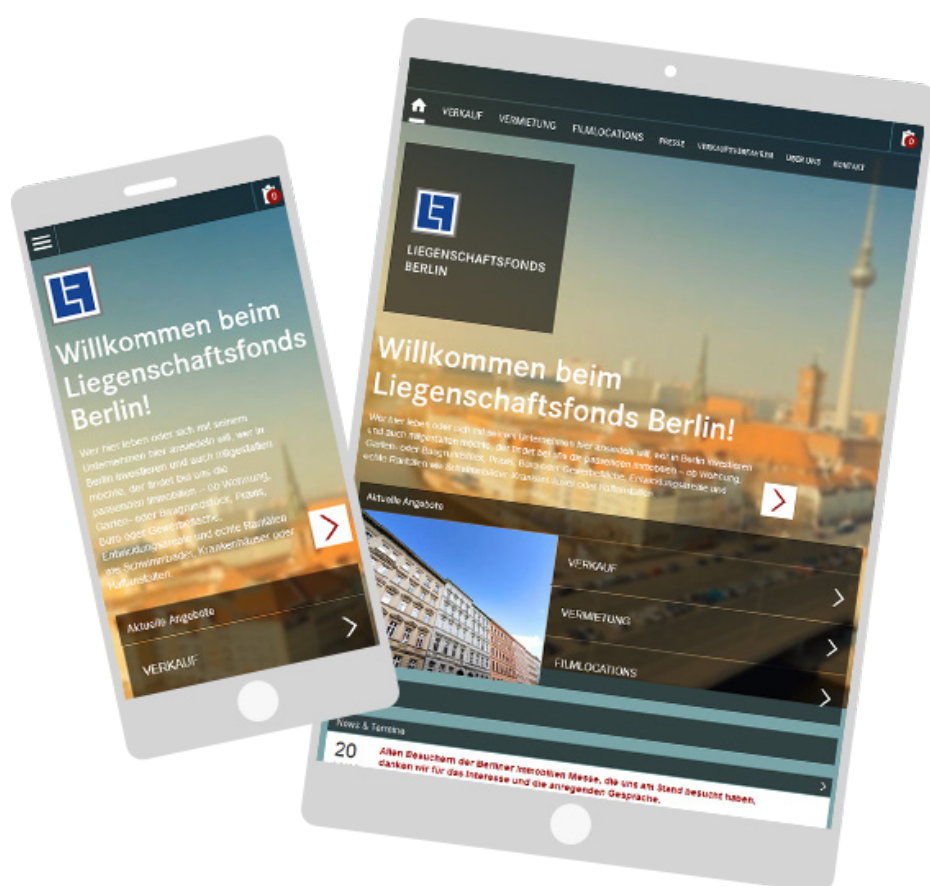
Unsere Herangehensweise

Zunächst haben wir versucht, uns von der weitverzweigten Navigation der alten Site nicht so sehr beeindruckt zu lassen. Worum geht es denn beim Liegenschaftsfonds im Wesentlichen? Um Immobilien und besondere Locations, die die Stadt verkauft oder vermietet.



Schritt 1 bestand darin, die Inhalte auf dieses Wesentliche runter zu brechen.

Heraus gekommen ist eine übersichtliche Navigation auf einer Ebene, die deutlichen Fokus auf die Kernangebote „Verkauf“, „Vermietung“ und „Filmlocations“ setzt. Extensive Klappmenüs wurden ersatzlos gestrichen. Auf sieben Übersichtsseiten werden der Liegenschaftsfonds und seine Leistungen einladend und mit kurzen Klickwegen vorgestellt.



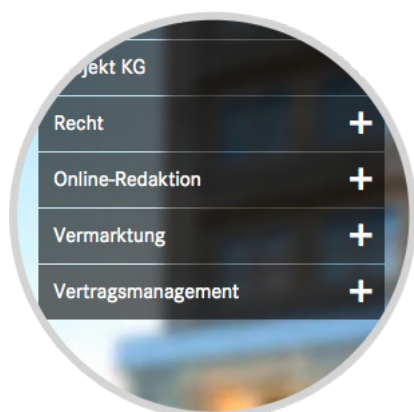
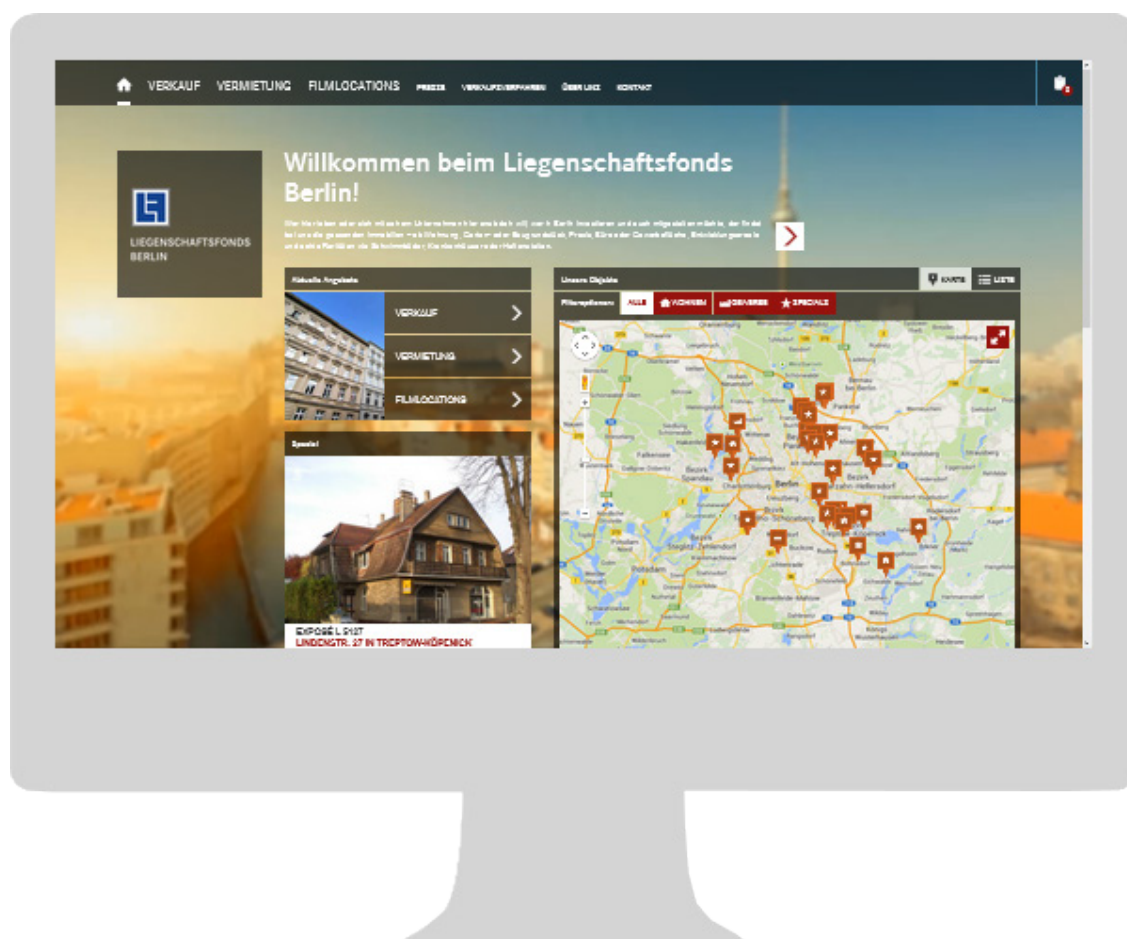
Und worum geht es noch? Um den Standort Berlin natürlich.

Maxime für unseren gestalterischen Ansatz war es, Berlin und die Stimmung, die seine Attraktion auf Investoren aus aller Welt ausmacht, spürbar zu machen. Umgesetzt gefiel uns dies am besten in Form bewegter Video-Hintergründe.

Auf der Info-Ebene laden smarte Maps zum Erkunden der Angebote ein.



Bei der Gestaltung der verschiedenen Darstellungs-Templates der Site haben wir neben der mobilen Darstellung ein besonderes Augenmerk auf das Widescreen-Template gelegt. Hier wird das Raster noch um eine Spalte erweitert und erlaubt so eine angenehm großzügige Darstellung der Inhalte.



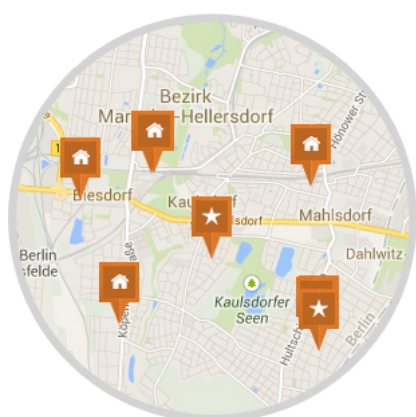
Einige Details

Zusatzangebote gibt es reichlich. Damit sie nicht vom Kerninhalt ablenken, erscheinen sie übersichtlich und gebündelt dort, wo sie im direkten Zusammenhang mit den Inhalten stehen.



Der Merkzettel

Auf dem praktischen Merkzettel kann man alles einsammeln, was man sich merken oder später drucken möchte.



Die Maps

Die Maps sind ein zentrales Steuerinstrument der Site. Optisch stehen sie klar im Mittelpunkt, inhaltlich kann der Nutzer ganz nach Interesse filtern. Wer lieber ohne Map mag, schaltet auf Listenansicht um.

Die technische Umsetzung

Backendseitig wurde die Site mit TYPO3 6.1 realisiert. Die mit einer Standard-Immobiliensoftware beim Liegenschaftsfonds verwalteten Objekte werden dabei über eine Importschnittstelle in TYPO3 abgebildet und synchronisiert.

Neben der filterbaren Darstellung der Immobilien mit GoogleMaps wurden auch verschiedene Geoinformationssysteme eingebunden, um weitere Darstellungen und Ansichten der Objekte und Lagen zu ermöglichen.

Frontendseitig responsiv aufgesetzt, integriert die Site in der Desktop-Version auch Background-Videos, um die Berlin-Atmosphäre ansprechend darzustellen.



Ergebnis

Wer hätte gedacht, dass städtische Immobilien-Vermarktung so schön sein kann? Das fand wohl auch die international besetzte Jury des diesjährigen Web Awards und hat die Site mit dem Prädikat „Outstanding Website“ ausgezeichnet.

| | |
|---------------------|--|
| Kunde: | Berliner Liegenschaftsfonds |
| URL: | www.liegenschaftsfonds.de |
| Branche: | Immobilien |
| Technologie: | TYPO3 6.1 |
| Umsetzung: | 4 Monate |
| Besonderes: | Konzept, Responsive Design, Frontend- und Backend Programmierung, Extension-Entwicklung, Integration komplexer externer Objektdatenbanken und Geoinformationssysteme |