

THE BRAINS BEHIND THE BUILDING EIN INTERVIEW MIT MARTIN JUNG

In der Reihe „The Brains behind the building“ haben wir ein kurzes Interview mit Martin Jung geführt. Er ist Geschäftsführer der STERN GmbH – Agentur für Kommunikation und seit vielen Jahren im SKYPER Vermarktungsteam.

Seit wann ist STERN für das SKYPER Marketing zuständig?

Mit einer Unterbrechung schon seit 2005, also seit exakt 20 Jahren. Wir haben seinerzeit den ehemaligen Eigentümer Deka bei einem Pitch mit insgesamt sieben Agenturen überzeugt. Unsere Trumpfkarte war neben einem schlüssigen Konzept, dass unser Gründer Ferdinand Stern einen ambitionierten Hobbyfotografen "gespyt" hat, der vom SKYPER auf eigene Rechnung Fotos aus allen Himmelsrichtungen und sogar aus einem Helikopter gemacht hatte. Beeindruckende Fotos des gerade fertiggestellten Hochhauses gab es damals noch nicht. Wir haben jedem Deka Mitarbeiter im Pitch ein Fotobooklet mit den Bildern übergeben. Das Booklet hat dem Kunden sichtlich gefallen. Einige Fotos aus dieser Serie sind später sogar in einem großen Coffeetable-Book zum SKYPER erschienen. Das neue Gebäude stand zu der Zeit noch fast leer und wurde von den Medien deshalb sehr kritisch beurteilt. Gemeinsam mit dem Vermarktungsteam haben wir das Image erfolgreich korrigiert. Als der SKYPER von der Deka verkauft wurde war er nahezu vollständig vermietet.



Wie kam der Kontakt zu Ampega zustande?

Wir haben für [Ampega](#) vor einigen Jahren das Ringkarree in Köln betreut. So war es naheliegend, dass wir auch für den SKYPER angefragt wurden. Ich vermute, dass wir unter anderem den Zuschlag bekommen haben, weil wir den SKYPER wie unsere Westentasche kannten. Noch wichtiger war jedoch, dass wir uns nicht auf Erfahrungen ausgeruht haben, sondern mit frischen Ideen und neuen Konzepten angetreten sind.

In welchen Bereichen unterstützt die Agentur Ampega beim SKYPER?

Wir sind eine Full-Service-Agentur und beraten neben klassischen Kommunikationsthemen auch gerne im Bereich Interior Design. So konnten wir zum Beispiel bei der Gestaltung der Musteretage oder der Lobby beratend unterstützen.

Was hat sich im Bereich Immobilienmarketing in den letzten 20 Jahren geändert?

Vor 20 Jahren war der SKYPER eines der ersten Gebäude in Deutschland, das konsequent als Marke geführt wurde. Damals lag unser Fokus auf Print, strategischer Beratung und auch auf Public Relations. STERN ist eine der wenigen Werbeagenturen mit einem Schwerpunkt auf Immobilienkommunikation und Design in Deutschland, die auch ein schlagkräftiges PR-Team an Bord hat. Viele Unternehmen hatten zum damaligen Zeitpunkt noch gar nicht erkannt, dass PR einen großen Beitrag zur Imagebildung von Immobilien leisten kann. Mittlerweile liegt der Schwerpunkt der SKYPER-Kommunikation auf digitalen Medien. Ich persönlich habe zwar nach wie vor ein ausgeprägtes Faible für exzellente Printmedien, aber natürlich sind wir auch im digitalen Bereich seit Jahren gut aufgestellt. Neben einem Relaunch der Website und Präsentationen für potenzielle Mieter liegt ein Fokus heute auf Social Media. Der SKYPER LinkedIn-Channel hat mittlerweile eine organisch gewachsene Followerschaft von über 400 Usern und das Feedback ist durchweg positiv, weil die Inhalte als relevant wahrgenommen werden und der Themenmix ausgewogen und spannend ist.



Was schätzt du persönlich besonders am SKYPER?

Der SKYPER ist für mich ein absolutes Herzensprojekt. Er war neben den HighLight Towers in München der erste Wolkenkratzer in meiner Werbekarriere. Ich mag besonders die ikonische Architektur und finde es faszinierend, buchstäblich ein Teil der Transformation des Gebäudes zu sein. Und das schon seit so langer Zeit. Der SKYPER war schon immer ein extrem modernes Hochhaus und wird es auch in Zukunft bleiben. Und ich mag das Team auch sehr gern. Hier ziehen alle gemeinsam an einem Strang und haben sehr viel Freude daran.