



## **RE/MAX: Neues Shopkonzept für Franchisepartner**

**Modernes Design und klare Formen: Zusammen mit der Isaria Corporate Design AG hat RE/MAX ein schlüsselfertiges Shopkonzept erarbeitet. Das Ziel: Die Wiedererkennbarkeit der Marke stärken und den Franchisepartnern Hilfestellung bei der Shop-Eröffnung geben.**

**Leinfelden-Echterdingen, 29. Mai 2013** – Der Heißluftballon in den Farben Rot, Weiß und Blau ist das Markenzeichen von RE/MAX: Er macht das Immobiliennetzwerk auf der ganzen Welt wiedererkennbar. Der Markenauftritt mit Logo, Farben, Schriftzug und Slogans wurde jetzt um ein einheitliches Shopdesign erweitert. Von der Ladeneinrichtung über die farbliche Innengestaltung, den Bodenbelag, die Lichttechnik bis hin zur Außenwerbung mit den dazugehörigen Genehmigungsverfahren – RE/MAX gibt seinen Franchisepartnern ein schlüsselfertiges Konzept an die Hand. „Mit dem Shopkonzept wollen wir RE/MAX noch sichtbarer und unverwechselbarer machen“, sagt Kurt Friedl, Sprecher von RE/MAX Deutschland.

### **Wiedererkennbar, aber individuell**

Durch das einheitliche und moderne Design können Franchisepartner ihr Büro professionell ausstatten und damit Kunden im Shop ein stimmiges und komfortables Markenerlebnis bieten. So wurde beispielsweise eine Wartelounge mit Sesseln integriert. Schaufensterelemente und Außenwerbung im Baukastensystem bieten zudem individuelle Gestaltungsmöglichkeiten. Für das Design und die Umsetzung des Shopkonzeptes arbeitet RE/MAX mit der Isaria Corporate Design AG zusammen. Diese hat bereits Markenauftritte für renommierte Marken wie BMW und Audi realisiert. Das Shopkonzept ist ab sofort deutschlandweit im Einsatz. Die ersten Maklerbüros im neuen Design wurden Mitte Mai in Nürtingen, Baden-Württemberg, und im bayerischen Herzogenaurach eröffnet.

### **Über RE/MAX**

„Real estate to the maximum“, kurz RE/MAX, gegründet 1973 in den USA, ist das erfolgreichste Immobiliennetzwerk der Welt. Seine Wachstumskraft beruht zum einen auf der angebotenen Dienstleistung, zum anderen auf der Organisation als Franchisesystem. In den USA und Kanada hatte RE/MAX erheblichen Anteil am Wandel des Immobilienmarktes weg vom Privatverkauf hin zur allgemeinen Akzeptanz des Immobilienmaklers als professioneller Dienstleister. Mittlerweile bilden circa 6.300 Büros in 90 Ländern mit etwa 90.000 lizenzierten Maklern weltweit das Immobiliennetzwerk, das zu den erfolgreichsten Franchisekonzepten der Welt gehört – und jährlich etwa 1,8 Millionen Kunden betreut. In Deutschland beläuft sich das Immobilien-Angebot auf circa 9.000 gelistete Objekte mit etwa 900 Maklern in rund 200 Büros.

Weitere Informationen unter [www.remax.de/presse](http://www.remax.de/presse)

### **Pressekontakt**

Laura Joppien  
fischerAppelt, relations GmbH  
Infanteriestraße 11a  
D - 80797 München  
Tel.: +49 89 747 466 -13  
Fax: +49 89 747 466 -66  
Mail: [remax@fischerappelt.de](mailto:remax@fischerappelt.de)