

**Edward Matar**

# Erfolgsfaktoren für integrierte Kommunikationsmaßnahmen in der Immobilienbranche: Eine Evaluierung der Erfolgsfaktoren der integrierten Kommunikation in der Immobilienbranche anhand eines Praxisbeispiels

**Masterarbeit**

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2012 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783842876194

**Edward Matar**

**Erfolgsfaktoren für integrierte Kommunikationsmaßnahmen in der Immobilienbranche: Eine Evaluierung der Erfolgsfaktoren der integrierten Kommunikation in der Immobilienbranche anhand eines Praxisbeispiels**



**Matar, Edward: Erfolgsfaktoren für integrierte Kommunikationsmaßnahmen in der Immobilienbranche: Eine Evaluierung der Erfolgsfaktoren der integrierten Kommunikation in der Immobilienbranche anhand eines Praxisbeispiels, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH 2014**

PDF-eBook-ISBN: 978-3-8428-7619-4  
Herstellung: Diplomica Verlag GmbH, Hamburg, 2014  
Zugl. FH Wien, Wien, Österreich, Masterarbeit, März 2012

---

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© *Diplom.de*, Imprint der Diplomica Verlag GmbH  
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg  
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2014  
Printed in Germany

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung .....</b>	<b>6</b>
1.1. Problemstellung .....	6
1.2. Zielsetzung und Forschungsfrage .....	7
1.2.1. Forschungsfrage .....	7
1.3. Wissenschaftliche Methode.....	7
1.4. Aufbau der Arbeit.....	7
<b>2. Begriffliche Grundlagen .....</b>	<b>9</b>
2.1. Erfolgsfaktoren .....	9
2.1.1. Erfolgsfaktorenforschung .....	10
2.1.2. Methoden der Erfolgsfaktorenforschung.....	10
2.1.3. Erkenntnisse aus der Erfolgsfaktorenforschung .....	11
2.2. Integrierte Kommunikation .....	11
2.2.1. Ziele der IK an das Luxusprojekt .....	13
2.3. Immobilienwirtschaft .....	13
2.4. Immobilienmarkt, Charakteristika Österreichs .....	14
2.4.1. Österreichische Immobilien - Marktübersicht.....	15
2.5. Bau- und Immobilien Marketing .....	16
2.6. Immobilienbranding .....	20
<b>3. Immobilien-Projektentwicklung und deren Phasen.....</b>	<b>22</b>
3.1. Begriffsdefinition Projektentwicklung .....	22
3.2. Die Phasen der Projektentwicklung.....	23
<b>4. Projektinitierungsphase.....</b>	<b>25</b>
4.1. Erkenntnis der Erfolgsfaktoren in der Projektinitierungsphase.....	26
<b>5. Die Projektkonzeptionsphase .....</b>	<b>27</b>
5.1. Markt- und Standortanalyse am Praxisbeispiel .....	28
5.1.1. Makrolage Untersuchung anhand des Praxisbeispiels.....	30
5.1.2. Mikrolage .....	33
5.2. „History Research“-Chronologie.....	34

5.3.	SWOT-Analyse .....	37
5.4.	Ziel & Dialoggruppenanalyse.....	37
5.4.1.	Ergebnisse der Analyse .....	40
5.5.	Projektkonkretisierung .....	43
5.6.	Erkenntnisse der Erfolgsfaktoren in der Projektkonzeptionsphase .....	45
<b>6.</b>	<b>Die Projektrealisierungsphase.....</b>	<b>47</b>
6.1.	Integration in den Kommunikations-Mix .....	48
6.1.1.	Produktpolitik .....	49
6.1.2.	Servicepolitik.....	52
6.1.3.	Kontrahierungspolitik.....	53
6.1.4.	Distributions- und Vertriebspolitik (Placement Politics) .....	54
6.2.	Erkenntnisse der Erfolgsfaktoren in der Projektrealisierungsphase .....	58
<b>7.</b>	<b>Erfolgsfaktoren in der Immobilienkommunikation.....</b>	<b>59</b>
7.1.	Ergebnisse der Peakom-Studie .....	60
<b>8.</b>	<b>Conclusio .....</b>	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.1.	Zusatzerkenntnisse aus der Arbeit.....	65
8.2.	Ergebnis der Erfolgsfaktoren Untersuchung in den Projektentwicklungsphasen und die Beantwortung der Forschungsfrage .....	62
8.2.1.	Die Erfolgsfaktoren in den Projektinitiierungsphase.....	63
8.2.2.	Die Erfolgsfaktoren in den Projektkonzeptionsphase .....	63
8.2.3.	Die Erfolgsfaktoren in den Projektrealisierungsphase .....	64
<b>9.</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>66</b>
<b>10.</b>	<b>Literatur- und Quellenverzeichnis.....</b>	<b>75</b>

## **Abkürzungsverzeichnis**

BDA	Bundesdenkmalamt
bzw.	beziehungsweise
d. h.	das heißt
Dr.	Doktor
et. al.	und andere
etc.	et cetera
exkl.	exklusive
geb.	geboren / Geborene
IK	Integrierte Kommunikation
MROI	Marketing Return on Invest
o. S.	ohne Seite
o. A.	ohne Angaben
ÖBA	Örtliche Bauaufsicht
ROI	Return on Invest
SWOT	Strength, Weakness, Opportunity, Threats
u.v.m.	und viele mehr
USP	unique selling proposition
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel

## **Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1: Projekt in der Wollzeile vor Sanierung, Quelle: Eigene Darstellung.....	8
Abb. 2: Das funktionale System des Immobilienmarktes, Quelle: <i>Gondring 2009, S. 24</i> .....	15
Abb. 3: Lebenswerteste Städte, Quelle: <a href="http://www.derstandard.at">www.derstandard.at</a> 2012.....	16
Abb. 4: Immobilienmarketing aus der Sicht der Wissenschaft, Quelle: <i>Gondring 2009, S. 24</i> .....	17

Abb. 5: Immobilienmarketing aus der Sicht der Wissenschaft, Quelle: <i>Gondring 2009</i> , S. 357 .....	20
Abb. 6: Phasen der Projektentwicklung, Quelle: Eigene Darstellung.....	24
Abb. 7: Darstellung der Phasen und Zwischenschritte der Projektentwicklung von Neubauprojekten, Quelle: <i>Gondring 2009</i> , S. 261 .....	24
Abb. 8: Ablauf der Projektinitiierungsphase, Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an <i>Gondring 2009</i> , S. 261.....	25
Abb. 9: Ablauf der Projektkonzeptionsphase, Quelle: <i>Gondring 2009</i> , S. 264.....	27
Abb. 10: Harte und weiche Standortfaktoren nach Beyerle, Quelle: <i>Streibich 2011</i> , S. 33....	30
Abb. 11: Standortangabe des Objekts, Quelle: Eigene Darstellung .....	30
Abb. 12: Nettomieten exkl. BK und USt./Kaufpreise exkl. USt. für Wohnungen in Wien pro m <sup>2</sup> in Euro, Quelle: <i>Immobilienmarktbericht Österreich 2009</i> , S. 16 .....	31
Abb. 13: Internationale Mietzinsen im Vergleich, Quelle: <i>Immobilienmarktbericht Österreich 2009</i> , S. 9 .....	32
Abb. 14: Verkehrsanbindungen des Praxisbeispiels, Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an <i>Wiener Linien</i> .....	33
Abb. 15: Mikrostandort Infrastruktur Wollzeile, Quelle: <a href="http://www.wollzeile.com">www.wollzeile.com</a> 2012.....	34
Abb. 16: SWOT-Analyse Wollzeile 13, Quelle: Eigene Darstellung .....	37
Abb. 17: Auflistung Dialoggruppen, Quelle: Eigene Darstellung.....	39
Abb. 18: „Was ist Luxus in Ihren Augen ...?“, Quelle: <a href="http://www.knowledgecenter.ipsos.de">www.knowledgecenter.ipsos.de</a> 2005 .....	41
Abb. 19: Meta-Millieus in Zentral-/Osteuropa und Russland, Quelle: <a href="http://www.integral.co.at">www.integral.co.at</a> 2010 .....	42