

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 Verlags. 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

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

1. Einleitung	6
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
2. Begriffliche Grundlagen	9
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
3. Immobilien-Projektentwicklung und deren Phasen.....	22
3.1. Begriffsdefinition Projektentwicklung	22
3.2. Die Phasen der Projektentwicklung	23
4. Projektinitiierungsphase	25
4.1. Erkenntnis der Erfolgsfaktoren in der Projektinitiierungsphase.....	26
5. Die Projektkonzeptionsphase	27
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
6.	Die Projektrealisierungsphase.....	47
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
7.	Erfolgsfaktoren in der Immobilienkommunikation.....	59
7.1.	Ergebnisse der Peakom-Studie	60
8.	Conclusio	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
9.	Anhang.....	66
10.	Literatur- und Quellenverzeichnis.....	75

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: <i>www.derstandard.at 2012</i>	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, S. 357</i>	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, S. 261</i>	24
Abb. 8: Ablauf der Projektinitiierungsphase, Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an <i>Gondring 2009, S. 261</i>	25
Abb. 9: Ablauf der Projektkonzeptionsphase, Quelle: <i>Gondring 2009, S. 264</i>	27
Abb. 10: Harte und weiche Standortfaktoren nach Beyerle, Quelle: <i>Streibich 2011, S. 33</i>	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 ² in Euro, Quelle: <i>Immobilienmarktbericht Österreich 2009, S. 16</i>	31
Abb. 13: Internationale Mietzinsen im Vergleich, Quelle: <i>Immobilienmarktbericht Österreich 2009, S. 9</i>	32
Abb. 14: Verkehrsanbindungen des Praxisbeispiels, Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an <i>Wiener Linien</i>	33
Abb. 15: Mikrostandort Infrastruktur Wollzeile, Quelle: <i>www.wollzeile.com 2012</i>	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: <i>www.knowledgecenter.ipsos.de 2005</i>	41
Abb. 19: Meta-Millieus in Zentral-/Osteuropa und Russland, Quelle: <i>www.integral.co.at 2010</i>	42