

und Wohnzimmer, deren Durchbruch ergab, dass sie doch tragend ist und einen zusätzlichen Sturz erfordert. Seien es die Terminverschiebungen, durch die der Maler länger auf der Pay-Role ist, oder die (eigene) falsche Quadratmeter-Berechnung fürs Parkett. Die Folgekosten sind nicht zu unterschätzen, insbesondere, wenn die Finanzierung genau abgezirkelt ist und bei einer fünfköpfigen Familie auf einem einzigen Einkommen basiert, ist Planungssicherheit das Kriterium, das vor dem finanziellen Ruin schützt.

Auf der anderen Seite steht weiterhin die bereits gelebte Argumentationslinie „Traum vom Haus“. Wer ein wenig Zielgruppenforschung betreibt, sich etwa mit den Lebenswelten-Theorien von Dr. Peter Hettenbach (Institut für Innovatives Bauen) auseinandersetzt, kann relativ einfach die verschiedenen „Wohntypen“ auf seine Musterhäuser übertragen. Damit nutzt er die imaginative, die bildliche Kommunikation. Der Forscher Paivio (1986) geht in seiner „Zwei-Speicher-Theorie“ davon aus, dass das Gedächtnis zwei verschiedene Speichereinheiten jeweils für verbales und für bildliches Material hat. Bilder können laut Paivio leichter aufgenommen und verarbeitet werden. Je anschaulicher also der Kommunikationsinhalt, desto besser für den „Kommunikations-Empfänger“ – also zum Beispiel für den verheirateten Interessenten mit zwei Kindern, der sich für ein Bauträger-Reihenhaus interessiert.

Optimal ist natürlich die Kombination. Dann stehen auf der einen Seite die starken Nutzen-Argumente, auf der anderen Seite wird die Gefühlswelt angesprochen. Diese Kombination bietet vielseitige Marketing-Möglichkeiten. Also: Ran an den Kunden! Er wird Ihre Leistung zu schätzen wissen. ◀



Lars Grosenick

Makler aus Leidenschaft & Vorstand der FlowFact AG

Für Anregungen und Kritik zu erreichen unter: [lars.grosenick@flowfact.de](mailto:lars.grosenick@flowfact.de)

LARS GROSENICK

# Investitionen aus deutscher und ausländischer Sicht

Ist ein Haus für 200.000 Euro billiger als ein Haus für 230.000 Euro? Das hängt davon ab, ob man den Preis oder den Zahlungsstrom betrachtet.



Wenn sich zwei deutsche Freunde treffen, die ein wirklich vergleichbares Haus haben, etwa nebeneinander liegende Reihenhäuser – das gibt es zwar de facto nicht, soll an dieser Stelle jedoch angenommen werden –, dann könnte folgender Dialog entstehen:

„Ich habe vor vier Jahren 200.000 Euro für mein Haus bezahlt.“

„Wie bitte? Du hast es gut, meines war wesentlich teurer: Ich habe es letzte Woche für 230.000 Euro gekauft!“

Ein Amerikaner würde eine solche Diskussion nie führen, sondern das Thema von einer gänzlich anderen Seite angehen. Er würde darauf hinweisen, dass vor vier Jahren zu einem Zinssatz von 6 Prozent abgeschlossen wurde, und dann auf die monatliche Zinszahlung hochrechnen:

$200.000 \times 6\% = 12.000$  Euro p.a.  
 $12.000 : 12 = 1.000$  Euro / Monat  
 Derjenige, der vergangene Woche für 230.000 Euro und zu einem Zinssatz von 4% gekauft hat, rechnet:  
 $230.000 \times 4\% = 9.200$  Euro p.a.  
 $9.200 : 12 = 766,66$  Euro / Monat

## Was ist billiger?

Wer hat jetzt besser eingekauft? Für den Deutschen war die Argumentation doch völlig klar: 200.000 Euro sind weniger als 230.000 Euro!

Doch an dieser Stelle muss der Amerikaner zu einer völlig anderen Einschätzung des Deals kommen. Wir Deutschen reden nur über den Kaufpreis, tatsächlich zahlt der zweite Käufer jedoch ein

Viertel an Zinsen weniger. Was nun ist die „richtige“ Betrachtungsweise der Transaktion? Geht es hier nicht lediglich um Zahlungsströme?

Auch Immobilien sind, werden sie einmal ent-emotionalisiert, Zahlungsströme. Für den internationalen Investor, der in Dresden tausende Wohnungen gekauft hat, zählt ausschließlich der Zahlungsstrom. Den Wert berechnet er gar nicht erst. Zahlungsströme bestehen simpel aus Auszahlungen (in einem ersten Schritt wäre dies der Kaufpreis), Einzahlungen (etwa Mieten, Steuervorteile, Abschreibungen), wiederum Auszahlungen (Steuernachteile, Sanierungskosten, Mietausfallwagnis) etc.

■ **Für den internationalen Investor, der in Dresden tausende Wohnungen gekauft hat, zählt ausschließlich der Zahlungsstrom. Den Wert berechnet er gar nicht erst.**

Am Ende steht dann die finale Einzahlung, der Verkauf. Hier geht die Kette gleich weiter mit der Auszahlung des nächsten Investors.

### Was gehört noch zum Zahlungsstrom?

Früher gehörte zum Zahlungsstrom auch die Eigenheimzulage, die es nicht mehr gibt. Dazu gehört auch die Frage, ob die Kapitalanlage, wenn sie liquidiert wird, Gewinne macht oder nicht. Leider wissen wir das natürlich noch nicht, da es von der Entwicklung des Immobilienmarktes, der Gegend und vielem mehr abhängig ist. Auch die Frage, welche Tricks sich das Finanzamt in 25 Jahren ausgedacht hat, kann natürlich noch nicht beantwortet werden. Ebenfalls zu Zahlungsströmen gehört die Wertentwicklung, die ganz am Ende realisiert wird.

Bei der Betrachtung einer Immobilie als Zahlungsstrom muss sich also jeder Annahmen zurechtrücken, um die Einzahlungen und Auszahlungen zu realisieren. Das besondere Bonbon aber, zumindest bei vermieteten Immobilien, ist die Abschreibung. Die macht die Sichtweisen „Immobilie als Zahlungsstrom“ erst richtig interessant. Und wie die genau funktioniert, das erklärt Ihnen am besten Ihr Banker oder Steuerberater. ◀

ALEXANDER STREHL

# Gewinnspiele als Marketinginstrument für Bauträger

**Egal ob beim Verkaufsstart oder beim Messeauftritt – Gewinnspiele locken Interessenten an. Aber wie ist es für „kleines Geld“ möglich, einen nagelneuen VW Beetle beim Torwandschießen auszuloben?**



Die Prize Indemnity Versicherung ermöglicht es, selbst mit kleinen Budgets spektakuläre Marketing- und Promotionsaktionen zu realisieren. Im Gegensatz zur Verlosung, bei der immer ein Gewinner ermittelt wird, besteht hier nur eine Gewinnchance. Spezialversicherungsmakler besitzen die Erfahrung und das Know-how, diese Risiken zu berechnen und auf den Versicherungsträger mit dem besten Preis-/Leistungsverhältnis abzuwälzen. Das bedeutet für Bauträger oder ambitionierte Makler: Im Falle eines oder mehrerer Gewinner zahlt nicht der Veranstalter die Preisgelder, sondern die Versicherung.

### Lockstoff Gewinnsumme

Unabhängig von der Art der Gewinnspiels ist die Gewinnsumme die medienwirksamste und wichtigste Information des Spiels. Sie dient als Kommunikations- und Aufmerksamkeits-

fang. Ein Gewinnspiel, bei dem die Teilnehmer einen Porsche, ein Einfamilienhaus oder eine Million Euro in bar gewinnen können, erweckt mehr Interesse als beispielsweise der Gewinn einer Musiceintrittskarte, wenngleich deren Gewinnwahrscheinlichkeit vielleicht wesentlich höher ist.

Ohne entsprechenden Versicherungsschutz entspricht die maximal mögliche Gewinnsumme genau dem Werbebudget für Gewinnspiele. Beträgt dieses beispielsweise 10.000 Euro, so kann hierfür ein Kleinwagen ausgelobt werden, der an Teilnehmer eines Spiels verlost wird. Entscheidend ist aber nicht die Tatsache, dass es einen Gewinner gibt, sondern die Kommunikation, dass man bei Firma X einen Kleinwagen gewinnen kann.

Die folgende Grafik verdeutlicht zum einen die oben beschriebene Möglichkeit der Gewinnspielrealisierung ▶