

WOHN TIPPS

Nutzwert

„Ich beabsichtige, meine Eigentumswohnung zu verkaufen. Welche Rolle spielt dabei der Nutzwert?“

Der „Nutzwert“ einer Eigentumswohnung bezeichnet laut Österreichischem Haus- und Grundbesitzerbund (ÖHGB) jenen Wert, der erstmals anlässlich der Begründung von Wohnungseigentum aufgrund einer Nutzwertberechnung (Parifizierung) berechnet wird. Es handelt sich dabei um eine Maßzahl, mit der der Wert eines Wohnungseigentumsobjekts im Verhältnis zu den Werten der restlichen Objekte im Haus bezeichnet wird. Er bestimmt daher das Verhältnis der Eigentumsanteile der einzelnen Miteigentümer untereinander und legt einen Berechnungsschlüssel fest, mit dessen Hilfe zum Beispiel der jeweilige Betriebskostenanteil ermittelt wird. Berechnet wird der Nutzwert aus der Nutzfläche eines Wohnungseigentumsobjekts und aus Zuschlägen oder Abstrichen für werterhöhende oder wertmindernde Eigenschaften des jeweiligen Wohnungseigentumsobjekts.

Verkehrswert

„Mir wurde gesagt, nicht der Nutzwert, sondern der Verkehrswert ist beim Verkauf einer Immobilie entscheidend. Stimmt das?“

Ja, denn unter dem Verkehrswert versteht man jenen Preis einer Immobilie, der bei Veräußerung üblicherweise im Geschäftsverkehr erzielt werden kann. Die Ermittlung erfolgt durch einen Sachverständigen unter Berücksichtigung der Lage, der Ausstattung und des Zustandes eines Eigentumsobjekts. Zu dessen Berechnung gibt es verschiedene Methoden.

Redaktion: Eva Mühlberger

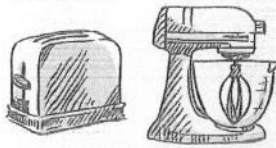
TOP-10-KAUFGRÜNDE

- 1 Ersatz defekter Geräte
- 2 Spontane Aktion
- 3 Umzug, Hausbau, Renovierung
- 4 Geschenk
- 5 Neue Küche
- 6 Großgerät für Bad oder Hauswirtschaftsraum
- 7 Verfügbares Zubehör
- 8 Nachhaltigkeit/Regionalität
- 9 Längere Lagermöglichkeit (z. B. bei Kühlschrank)
- 10 Hygieneaspekte (z. B. bei Waschmaschine)

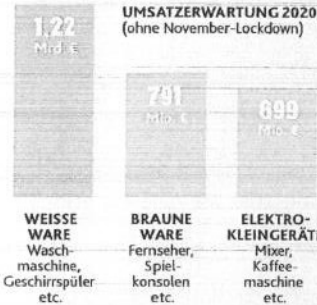
20.000 Mitarbeiter
9000 Elektrohändler
700 Lehrlinge



Krone CREATIV
Foto: stock.adobe.com/LIGHTFIELD STUDIOS, kameruka
Quelle: WKO, Handelsverband, Statista



Elektrohandel in Zahlen



Mixer, Nähmaschinen & Co.

Corona-Boom bei Elektrogeräten

Die neue Häuslichkeit lässt Kassen klingeln, denn das Daheimsein machen sich Kunden mit hilfreichen Anschaffungen erträglicher

Noch nie verbrachten die Österreicher so viel Zeit in ihren eigenen vier Wänden wie heuer durch Corona. Dadurch haben viele ihre Liebe zum Kochen, Backen oder Nähen (wieder)entdeckt. „Da möchte man dann auch die Haushalts-Infrastruktur upgraden“, erklärt Alfred Janovsky, Chef von Electrolux Austria. Ergänzt Miele-Österreich-Geschäftsführerin Sandra

Kolleth: „Die Kunden sind bereit, in qualitativ hochwertige Haushaltsgeräte zu investieren.“ Investiert wird oft Geld, das sonst für Urlaube verwendet worden wäre.

Spendable Kunden freuen die rund 9000 Elektrohändler. „Die Umsätze unserer Mitglieder liegen per Oktober um 21% über dem Vorjahr. Für uns fühlt es sich so an, als ob seit April durchgehend Weihnach-

ten wäre“, strahlt etwa Red Zac-Chef Peter Osel.

Die Produktgruppen Kühlen/Gefrieren sowie Kochen und Geschirrspüler erleben bei der weißen Ware deutlichen Aufwind. Aber auch Kaffeautomaten, Luftaufbereiter, Haarschneider, Rasierer oder Staubsauger sind gefragt. „Drei Viertel der Österreicher freuen sich über Haushaltsgeräte als Geschenk“, zitiert Gabriele Eder, Obfrau des Kleingeräteforums, aus einer Befragung.

Begonnen hat die Kaufralle im März. „Da sahen wir am Markt für technische Konsumgüter in Ös-



Foto: WKO



R. Pfarrwallner (Sprecher)

Foto: Simon Miesel



Harald Gutschi (Unito)

Foto: Red Zac



Peter Osel (Red Zac)

terreich eine Steigerung des Absatzes um 69%, und auch in den Folgemonaten gab es weiterhin ein starkes Wachstum“, so GfK-Expertin Wolfgang Hölzlauer. In der ersten Phase waren Kühlschränke ein absoluter Verkaufsschlager.

Jetzt im November sorgen Black Friday und Cyber Monday durch günstige Angebote traditionell für einen Umsatzschub. „Wir erwarten dadurch tolle Umsatz-Zahlen, die sich bei der eigentlichen Bescherung zum Weihnachtsfest fortsetzen“, so Unito-Chef Harald Gutschi (Otto, Universal, Quelle etc.).

Schon bisher lief es extrem gut. Die beeindruckendste Steigerung gab es bei Nähmaschinen mit einem mengenmäßigen Plus von 238 Prozent im Vorjahresvergleich; wertmäßig waren es sogar +245%. Saugroboter legten um 106% zu, Küchenmaschinen +90 Prozent.

Auch bei MediaMarkt hat man heuer noch keine Kaufzurückhaltung bemerkt. Bei Kaffeefullautomaten und Siebträger-Maschinen gab es – ganz im Gegensatz einen regelrechten Boom. Aktuell hat die Elektro-Kette die Schnäppchenjäger mit den Black-

Friday-Wochen im Visier. „Das Interesse ist enorm“, bestätigt MediaMarkt-Österreich-Manager Wolfgang Gogger.

Derzeit wird die Kauflust der Österreicher auch noch durch Lockdown-Angste und die Sorge, ohne Weihnachtsgeschenke dazustehen, zusätzlich beflügelt. „Die Konsumenten haben gemerkt, dass in sämtlichen Branchen die Lieferverfügbarkeit eingeschränkt ist“, berichtet der neue Sprecher der Elektrohändler, Robert Pfarrwallner, der auch sieht, dass Regionalität und Umwelt für Kunden wichtiger werden. Eva Mühlberger

MANAGEMENT INTERN

Neues Projekt: Pioneers-Gründer Andreas Tschas.



Foto: Götterer

Start-up-Gurus für Klimaschutz

Mit dem Pioneers-Festival holten Andreas Tschas und Rainhard Fuchs Tausende innovative Unternehmen aus der ganzen Welt in die Wiener Hofburg. Jetzt starten sie ihr neues Projekt: „Glacier“ (deutsch: Gletscher) soll Unternehmen helfen, CO₂ zu sparen. Auf www.glacier.eco bieten sie ab sofort über 700 maßgeschneiderte Lösungen für alle Branchen und Betriebsgrößen. Unternehmen wie die Bank Austria, Microsoft, Runastic, Magenta, A1 sind bereits mit dabei. Höhepunkt der Einsparungen soll ein jährlicher Aktionstag sein. Der erste „Climate Impact Day“ ist für den 18. Mai 2021 geplant.

US-Fonds steigt bei Sazka ein

Der tschechische Sazka-Gruppe, Hauptaktionär bei den Casinos Austria, wurde nachgesagt, dass sie Schwächen beim Eigenkapital hat. Zu einem kolportierten Börsengang kam es aber nie. Doch Eigentümer Karel Komarek hat das Problem jetzt anders gelöst: Der US-Fonds Apollo steigt mit 500 Millionen Euro in die „Sazka Entertainment AG“ ein und soll dafür rund 12% der Anteile erhalten. Man will das Geld für weitere Expansion nutzen, um im Glücksspielbereich mit Schwerpunkt Lotterien ein „Global Player“ zu werden, heißt es.