

Volume of Invest

Investition und Marketing im Zeitgeist

VoI „Volume of Invest“

Eine Gesellschaft, der es in großen Teilen gut geht, erlaubt sich den Luxus in der Formulierung ihres Wunsches ihre Wahrnehmung der Welt ein Stück weit idealisiert zu gestalten.

Dass dabei die Gründe für den Wohlstand einer arbeitsteiligen Gesellschaft weitgehend ausgeblendet werden und Dogmen an die Stelle analytischer und sachlicher Entscheidungen treten, ist ein historisch wiederkehrender Effekt.

Diesen kann man nutzen, indem man bei der Wertanalyse für eine wirksame Einzelentscheidung eine erweiterte Überlegung als Marketingkomponente zulässt.

Besondere gesellschaftliche Relevanz genießen die Themen:
Energie, Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit.

Was liegt also näher, einer gesellschaftlichen **Erwartungshaltung** dadurch entgegenzukommen, dass Investitionsentscheidungen in diesen Bereichen auf technische Innovationsangebote und deren Werbewirksamkeit geprüft und in die Entscheidungsanalysen integriert werden.

Die Entscheidungsfindung

Kosten-Nutzen-Analysen prüfen die Wirtschaftlichkeit einer Investition bzw. Maßnahme und dienen so als wichtige Entscheidungshilfe.

Durch eine Kosten-Nutzen-Analyse sollen diejenigen Projekte ausgewählt werden, die das Ziel einer Unternehmung am besten erfüllen.

ROI

Die Abkürzung RoI steht für „Return of Invest“ und entspricht dem deutschen Begriff der Kapitalrentabilität.

Der RoI ist eine betriebswirtschaftliche Kennzahl für die Rendite eines Unternehmens. Er wird am prozentualen Verhältnis von eingesetztem Kapital und erzieltm Gewinn gemessen und kann zur Beurteilung einer Investition, der Leistungsfähigkeit eines Betriebszweiges oder des gesamten Unternehmens herangezogen werden.

Die Berechnung des RoI ergibt dann Sinn, wenn davon ausgegangen werden kann, dass eine Investition sich innerhalb ihrer zu erwartenden Nutzungsdauer amortisiert.

Diese Kennzahl drückt sich in einem **prozentualen Wert** aus, welcher beschreibt, inwieweit der Nutzen der Investition deren Aufwand übersteigt.

Der Begriff wird in seiner Anwendung so häufig wie fälschlich mit einer anderen Erwartungshaltung (und deren Kennzahl) belegt. Gemeint ist damit die Amortisationsdauer einer Investition,

definiert über eine zeitliche Aussage.

Amortisationsdauer

Meist statisch angewandt, ermittelt die Amortisationsrechnung den Zeitpunkt, in dem die Summe der zukünftig erwarteten Rückflüsse gleich der Investitionsausgabe ist.

Also ein Kriterium zur Vorteilhaftigkeitsbeurteilung von Investitionsprojekten. Die Amortisationsdauer beurteilt vor allem das Investitionsrisiko, da die Prognosegenauigkeit der Investitionsrückflüsse mit höherer Kapitalrückflusssdauer abnimmt.

Das Verfahren sollte allerdings nicht als alleiniger Maßstab zur Investitionsbeurteilung verwendet werden, da die Amortisationsrechnung die Rückflüsse nach Ablauf der Amortisationsdauer ignoriert, sodass keine Gewinn- bzw. Rentabilitätsaspekte in die Investitionsentscheidung einfließen.

Ab diesem zeitlichen „Nullpunkt“ macht es Sinn den RoI ins Spiel zu bringen, denn ab sofort trägt die Investition bis zum Ablauf ihrer Nutzungsdauer zur Rendite des Unternehmens bei.

Volume of Invest

Man kann auch aus der gedanklich umgekehrten Richtung an eine Investitionsentscheidung herangehen, wie folgt:

Den Renditenutzen über Zeit ermitteln, die akzeptierte Amortisationsdauer festlegen und den entsprechenden Wert als Investitionskapital einsetzen.

Hier bestimmt der Entscheider, auf welchen Punkt der Nutzungs-Zeitachse er seine Investitionsentscheidung ansiedelt.

Ist er an schneller Rendite interessiert, schränkt er seine Wirksamkeit ein, da er die Investitionsmöglichkeiten entsprechend reduziert, oder auch unmöglich macht.

Als klassischer Betriebswirt wird er an seinen gewohnten Kennzahlen festhalten.

Folgt er dem eingangs erwähnten Effekt der gesellschaftlichen Wahrnehmung, stellt er seine direkt pekuniären Ansprüche im Falle von medial wirksamen, z.B. energierelevanten Anschaffungen, u.U. sogar so weit zurück, dass er die Zeitschiene komplett ausreizt und statt dessen einen, für das gesamte Unternehmen positiven Marketingeffekt nutzt.

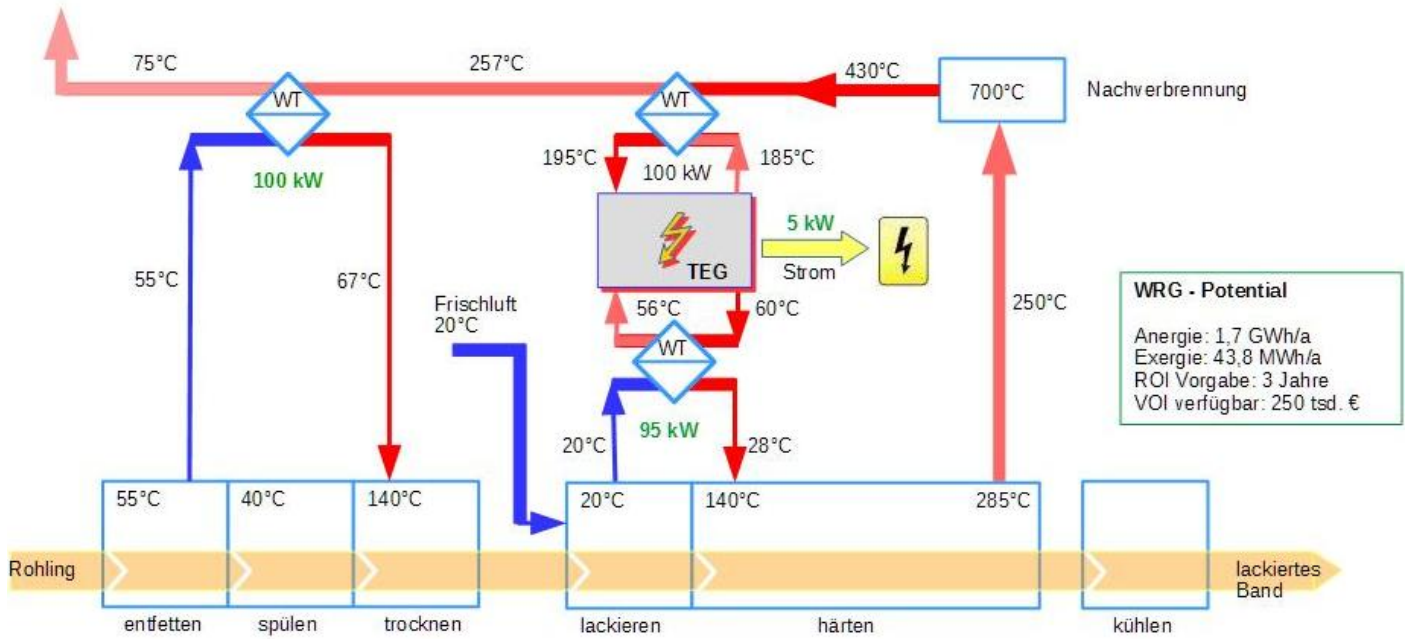
Dann wird der RoI zum RoAS (Return on Advertising Spend).

Beispiel:

Prinzipschema - Beispiel: Produktionsprozess

Lackierstrasse für Bandbeschichtung - Abwärme der Nachverbrennung [Permanentbetrieb]

© consilium energia Jan 2019



WRG - Potential
 Anergie: 1,7 GWh/a
 Exergie: 43,8 MWh/a
 ROI Vorgabe: 3 Jahre
 VOI verfügbar: 250 tsd. €

Prozessschema Produktion Lackiererei