



Alexander Taft

Erfahrungsbericht zur Immobilien-Digitalisierung

Es vergeht kein Tag, an dem das Thema des Wandels durch Nutzung von Technologie, die Einfluss auf alle Bereiche des privaten und beruflichen Lebens hat, nicht großen Raum in Gesprächen einnimmt.

Die Branche hat das Thema aufgegriffen, weiß aber noch nicht so recht, wie sie damit umgehen soll. Wir sind in unserem linearen Denken verhaftet und fühlen uns daher besonders durch die exponentiellen Entwicklungen in Technologien herausgefordert. Viele Erwartungen an eine Verbesserung der eigenen geschäftlichen Prozesse durch Technologie haben sich kurzfristig nicht erfüllt. Es liegt aber in der Natur der Sache, dass exponentielle Entwicklungen kurzfristig überschätzt und langfristig unterschätzt werden. Dies ist der Grund, warum sie eine disruptive Wirkung haben. Im Bereich der Immobilienwirtschaft sieht man dies insbesondere im Handel, mit den Auswirkungen des E-Commerce, der bereits direkt die Nachfrage nach Handelsflächen sowohl qualitativ als auch quantitativ verändert.

Sind wir nicht ausreichend zum Risiko bereit?

Ein vielsagender Satz lautet: *Der Businessplan ist der Teufel der Innovation*. Alles was in der Immobilienwirtschaft getan wird, muss auf einen Businessplan gestützt werden. Die Aufgabe ist es, Werte zu schaffen,

zu erhalten und zu mehren. Immobilien stellen immer ein großes Investment dar, sodass grundsätzlich die Risikobereitschaft gering ist. Aufgrund der Margensituation ist der Kostendruck auch deutlich weniger ausgeprägt als in anderen Geschäftsfeldern.

„Fail fast, fail often“

In der Immobilienbranche kann man es sich nicht leisten, häufig teure Fehler zu machen. Entscheidend ist zu verstehen, dass die „Immobilien-Digitalisierung“ ein evolutionärer Prozess ist. Es geht um die Weiterentwicklung in kleinen Schritten, mit viel „trial & error“ auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette. Für einen Investmentmanager bedeutet dies eine mehrgleisige Strategie. Einerseits das Kerngeschäft zu unterstützen, und zwar durch intensive Verbesserung der operativen Prozesse durch Technologie. Andererseits durch Partnerschaften mit innovativen Firmen, um neue Wege zu beschreiten, Daten und Technologie zu nutzen, die letztendlich die Wertsteigerung der Immobilie fördern.

Wie kann es gehen?

Am Ende geht es darum, konsequent digital zu denken und handeln. Dies setzt voraus, dass Technologie genutzt wird, um Daten und Informationen – egal auf welcher Wertschöpfungsebene – aus dem Silo heraus transparent jederzeit verfügbar zu machen. Hierfür braucht es Prozesse, die digital durchgängig sind, und zwar vertikal und horizontal. Niemandem in der Branche ist dauerhaft damit geholfen, Daten und Informationen zu



monopolisieren. Die Asymmetrie der Information muss in unserer Industrie abgeschafft werden. Das setzt neue kulturelle Paradigmen voraus.

Ein paar praktische Beispiele!

Viele Unternehmen konzentrieren sich aktuell auf operative Prozessverbesserungen. Partnerschaften mit Firmen, die spezielle Fähigkeiten des Unternehmens unterstützen, die nicht zum wesentlichen Kern der primären Wertschöpfung gehören, werden präferiert. Beispielsweise ist das Dokumenten-Management extrem wichtig für eine Immobilienfirma, jedoch steht es nie im Vordergrund der Wertschöpfung. Daher ist eine Partnerschaft mit Unternehmen, die diese Aufgabe im physischen und virtuellen übernehmen können, von großem Vorteil. Dies hat einen großen Einfluss auf die Zufriedenheit der eigenen Mitarbeiter und erhöht die Qualität und Geschwindigkeit der Arbeitsprozesse.

Noch unterentwickelt ist die Nutzung von Daten zur Investmentanalyse mithilfe der künstlichen Intelligenz. Es gibt hierzu bereits erste interessante Startups, die zu Dingen in der Lage sind, die sich einem klassischen Immobilieninvestor auf den ersten Blick nicht erschließen. Dabei geht es nicht um den sklavischen Glauben an Daten aus quantitativen Modellen. Jedoch ist es an der Zeit anzuerkennen, was in vielen Branchen, wie beispielsweise der Gesundheitsvorsorge, bereits bewiesen wurde. Maschinen sind manchmal die besseren Experten. Der menschliche Immobilienexperte wird sich auf kreative und explorative Aufgaben fokussieren müssen.

Ein Fazit?

Die Erfahrungen zeigen, dass die Immobilien-Digitalisierung nicht ein klar definiertes Ziel ist, sondern ein Weg, auf den sich die Branche bereits begeben hat. Viele Unternehmen erfassen das Thema ganzheitlich und Technologie wird zu einer Industrialisierung im Dienstleistungs-Sektor der Immobilienwirtschaft führen, d.h. alle repetitiven und administrativen Prozesse werden automatisiert. Dafür müssen Unternehmen das entsprechende Umfeld schaffen, das durch klare Firmenwerte und -kultur abgesichert wird. Dann wird es möglich sein, Schritt für Schritt eine evolutionäre Verbesserung und agile Anpassung der Unternehmen in der Immobilienwirtschaft zu erreichen. Wer diesen Weg nicht beschreitet, wird von Wettbewerbern oder neuen Markt-Teilnehmern überholt werden. Und dies gilt insbesondere auch für die Immobilien Asset Management Firmen.



Alexander Taft

Managing Director – Structured Finance,
Europe, Invesco Real Estate
Invesco Asset Management Deutschland GmbH

Weitere Angaben zum Unternehmen S.164