

Ein Begriff elektrisiert IT-Experten weltweit – Industrie 4.0, die intelligente, mit dem Kunden vernetzte Fabrik. Doch bevor die vierte industrielle Revolution gelingen kann, muss erst einmal die dritte digitale Revolution gemeistert werden. Die Immobilienwirtschaft steckt noch mittendrin. Von Arne Gottschalk

Meilenstein, nicht Modewort

Daten sind überall, und es werden immer mehr. Einer Studie von Bitkom zufolge, dem Verband der deutschen Digitalwirtschaft, soll das weltweite Datenvolumen 2020 mehr als 100 Zetta-bytes betragen – in Bytes gerechnet ist das eine unvorstellbar große Zahl mit 21 Nullen. Wie jede andere Industrie versucht auch die Immobilienbranche, die Vorteile der sogenannten dritten digitalen Revolution zu nutzen. Die Studie „Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft“, erstellt vom Real Estate Management Institute (Remi) in Wiesbaden, nennt diese Entwicklung einen „Megatrend“. So helfe die Digitalisierung, Kauf- und Verkaufstransaktionen effizienter zu machen. Denn mehr Daten auszuwerten heiße auch, Managemententscheidungen zu verbessern, sind die Studienautoren überzeugt.

So lässt sich dank Big Data individuelles Wissen mit relevanten, globalen Daten abgleichen und ergänzen. Vernetztes und vertieftes Wissen wird so auf Knopfdruck verfügbar. Immobilienmärkte zum Beispiel seien bislang oft mit Blick auf das Spitzensegment untersucht und beschrieben worden. Dagegen ist die Transparenz in den Segmenten darunter deutlich schwächer ausgeprägt. Damit dürfte die Digitalisierung auf-räumen, heißt es in der Remi-Studie. Und das könnte sich auch auf die Preise auswirken. Wenn Entscheidungen auf dürre Datenbasis getroffen werden, kann dies in Preisab- oder -aufschläge von bis zu 10 Prozent münden, rechnet das IT-Beratungsunternehmen Architrave vor.

Doch nicht nur bei Transaktionen ist die zunehmende Digitalisierung in der Immobilienbranche inzwischen gesetzt. Big Data ist bei Union Investment in Teilen schon Realität. Dank Digitalisierung können beispielsweise bislang nicht miteinander verknüpfte Zahlen in Relation zueinander gesetzt werden und so neue Erkenntnisse liefern: zum Beispiel der Energieverbrauch von Hotelimmobilien mit deren durchschnittlicher Auslastung. Die Analysen und Auswertungen fließen ins Risikomanagement.

Mit ImmoRisk nutzt Union Investment eine intern entwickelte, SAS-basierte Softwarelösung zur Risikomessung auf Objekt- und Portfolioebene. Mit ihr lässt sich eine sogenannte Monte-Carlo-Simulation durchführen, die komplexe Prozesse nachbildet und mithilfe statistischer Methoden aus der Wahrscheinlichkeitstheorie verschiedene Risikoszenarien durchspielt. So wird es möglich, diverse Rendite-Risiko-Strukturen zu quantifizieren, was sowohl fachlich als auch vor dem

Hintergrund der gestiegenen rechtlichen Anforderungen durch das Kapitalanlagegesetzbuch zukünftig unabdingbar sein wird. Zudem können unterschiedliche Bewertungsansätze wie Ertragswertverfahren und Discounted Cashflow parallel angewendet werden. Auch sind Performancevergleiche zwischen dem gesamten Sondervermögen und Teilportfolios möglich. Eine Sensitivitätsanalyse gibt zudem Auskunft

darüber, welchen Einfluss zuvor identifizierte Risikotreiber auf die Rendite haben. Dabei wird neben Aussagen über den erwarteten Kapitalertrag auch die Wahrscheinlichkeit berechnet, dass die angestrebte Rendite nicht zu erreichen ist (sogenannte Shortfall-Wahrscheinlichkeit). In einem Stresstest schließlich werden unterschiedliche Worst-Case-Parameter und deren Auswirkungen auf den Fondswert simuliert. Dabei werden große Mengen Daten gewälzt, um zu erfahren, wie sich Portfoliokennzahlen unter bestimmten Voraussetzungen entwickeln. Das lässt sich ohne großen Daten- und Technologieinsatz nicht realisieren.

Effiziente Prozesse, datenbasierte Entscheidungen

Nicht allein im Bereich Risikomanagement hat Union Investment digitale, integrierte Prozesse implementiert. Auch für die Immobilienfondsplanung

nutzt man ein eigens entwickeltes System. ImmoPlan dient vor allem dem Ziel, die Performance der einzelnen Sondervermögen umfassend und unter Berücksichtigung aller Vermögensgegenstände zu steuern. Zudem hilft das Programm dabei, Abweichungen der geplanten Wertentwicklung einzelner Vermögensgegenstände schon früh zu erkennen.

„Beide digitalen Instrumente verbessern die Entscheidungsgrundlage für Investments, zudem sind sie wichtige Treiber, um Prozesse zu optimieren und effizienter zu machen. Kurz: Sie verbessern die Innovations- und damit die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens“, sagt Heiko Beck, Chief Operating Officer der Union Investment Real Estate GmbH.

Voraussetzung für eine weitere Digitalisierung auch der Immobilienwirtschaft – und einer der entscheidenden Engpässe auf dem Weg dorthin – sind aber qualifizierte Mitarbeiter. „Wir brauchen ▶



„Spots“ hieß die Licht- und Medienfassaden-Installation, die 2005 ein leer stehendes Bürogebäude am Potsdamer Platz temporär ins rechte Licht rückte. Die digitale Leuchttechnik sorgte für Aufmerksamkeit auch bei potenziellen Mietinteressenten.

Foto: © Bernd Heige by courtesy of realites.umd

„Die Immobilienwirtschaft entwickelt sich von einer investitions- zu einer informationsgetriebenen Branche.“

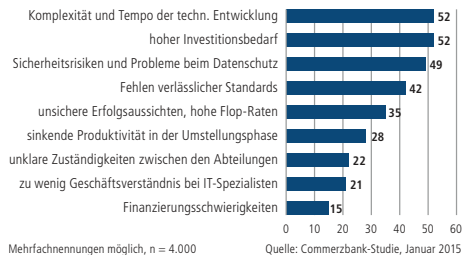
Carsten Lausberg, Professor für Immobilienwirtschaft an der HfWU Nürtingen-Geislingen



mehr IT-Spezialisten“, sagte zuletzt die Nummer zwei des globalen Gesundheitskonzerns Johnson & Johnson, Sandra Peterson. Entsprechend müssen Talente gefördert und gewonnen werden, auch aus Disziplinen, denen die Immobilienwirtschaft bislang fremd war. Die Universität von Cambridge bietet zum Beispiel schon Kurse für „Smart Cities and Urban Analytics“ an, heißt es in der neuesten Zukunftsstudie der Royal Institution of Chartered Surveyors, „Our Changing World“.

Komplexität als größte Herausforderung

Die Hürden bei der Planung und Gestaltung des digitalen Wandels, Anteil in Prozent



Zudem sind rechtliche Probleme nicht zu unterschätzen – allen voran die des Datenschutzes. Ein Beispiel: Im Auto liefern elektronische Steuergeräte längst eine Vielzahl von Daten über das Fahrverhalten desjenigen, der hinterm Steuer sitzt. Kfz-Versicherer würden dies gern nutzen, um individuell dem Fahrstil des Kunden angepasste Tarife anzubieten. Defensive Fahrer würden finanziell profitieren. Ähnliches ist auch in der Immobilienwirtschaft denkbar: Sensoren, die das Energieverbrauchsverhalten von Büromietern messen, könnten diese zwar auf mögliche Schwachstellen aufmerksam machen und so die Nebenkosten optimieren. Technisch wäre dies kein Problem. Nur – auch rechtlich? Schließlich bedeutete dies – wie auch im Fall des Autofahrers – mehr Überwachung, die nicht jedem gefallen dürfte. Denn Daten können immer auch missbraucht werden.

Vorbild Start-up-Unternehmen

Schließlich müssen Unternehmen auch bereit und in der Lage sein, technisch Schritt zu halten. Die IT muss mitmachen, lautet eine wohlfeile Forderung. 52 Prozent der im Rahmen einer Commerzbank-Studie unter dem Titel „Management im Wandel. Digitaler, effizienter, flexibler!“ befragten Unternehmen räumten ein, dass hohe Tempo der Entwicklung sei eine Herausforderung – auch finanziell. Da verwundert es nicht, dass 63 Prozent angaben, dass der Mittelstand das Thema Digitalisierung derzeit eher noch vernachlässige.

Carsten Lausberg, Professor an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU), der sich in einer neuen Studie mit der Digitalisierung von Geschäftsmodellen befasst, warnt allerdings davor, den Megatrend zu überfrachten: „Digitalisierung geht nicht immer automatisch mit Innovation einher.“ Unbestritten sei jedoch, dass sich „die Immobilienwirtschaft von einer investitionsgetriebenen zu einer informationsgetriebenen Branche“ entwickeln werde. Stefan Groß-Selbeck, ehemaliger Vorstandsvorsitzender des Online-Jobnetzwerks Xing und Mitautor der Commerzbank-Studie, macht Firmen der Old Economy Mut, sich an Start-up-Unternehmen zu orientieren: „Sie setzen neue Technologien nicht nur ein, um Produktivitätsfortschritte zu erzielen. Sie probieren auch Möglichkeiten aus, neue Kundengruppen und Vertriebswege zu erschließen und neue Angebote zu schaffen.“

Wie eine solche Start-up-Mentalität auch in einem Konzern funktioniert, zeigt der Internetgigant Google. Er stieg unlängst bei einem Hersteller von Heizungsthermostaten ein. Für Stephan Rohloff, Marketingdirektor des Softwareentwicklers Aareon, steht deshalb fest: „In die Wohnungswirtschaft streckt das Silicon Valley bereits die Fühler aus.“

Foto: © Jan Eder by courtesy of realitesamied, akyl kamp; sbp/moka studio, Schapowalow/Gabriele Coppo/3ME



Illuma heißt der Gebäudekomplex an der Victoria Street in Singapur. 2009 bekam er seine ornamentale Licht- und Medienfassade (oben links). Das künftige Klubhaus St. Pauli am Spielbudenplatz in Hamburg kombiniert Räume für Musik- und Kulturevents mit Büroflächen. Einzigartig soll seine Medienfassade sein (oben rechts). An der Ostseite des Grazer Kunsthauses schafft eine Matrix aus 930 Leuchtstofflampen die Möglichkeit, Bilder, Filme und Animationen zu zeigen.



Die Chancen überwiegen

Bedeutung digitaler Schlüsseltechnologien für Unternehmen, Anteil der Befragten in Prozent

