
IMMOBILIEN ZEITUNG

FACHZEITUNG FÜR DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Ein Beitrag aus der Immobilien Zeitung Nr. 20 vom 20.5.2010

www.immobilien-zeitung.de

PROPERTY MANAGEMENT REPORT 2010

Der scharfe Blick durch viele verschiedene Brillen

Der im vergangenen Jahr (IZ 22/09) von Bell Management Consultants erstmals veröffentlichte Property Management Report liegt seit wenigen Tagen in der 2010er Version vor. Auch diesmal haben die Kölner Berater sowohl Auftraggeber (Asset-Manager) als auch deren Auftragnehmer (Property-Manager) befragt und unter die Lupe genommen. 102 Asset-Manager haben den Property-Management-Markt im Allgemeinen und die von ihnen selbst engagierten Dienstleister im Besonderen bewertet. Mit zum Teil überraschenden Ergebnissen. Die Immobilien Zeitung berichtet auch in diesem Jahr exklusiv.

Das allgemeinste und wichtigste Ergebnis vorweg: Die Leistungen und die Kompetenz der Property-Manager (PM), insgesamt gut 50 Steckbriefe finden sich im Report, haben sich verbessert. Wenn auch nur geringfügig. Die durchschnittliche Bewertung der „allgemeinen Zufriedenheit“ liegt bei (der Schulnote) 2,6. Im Vorjahr war eine 2,7 vergeben worden. Die Durchschnittsnote in Sachen „kaufmännische und technische Kompetenz“ liegt ebenfalls bei 2,6 (2009: 2,8).

Zu den großen Vorzügen des Reports gehört, dass die Marktanalysten um Markus Bell und Thomas Wenzel nicht nur eine Brille aufgesetzt haben, sondern sich des Blicks durch mehrere, ja viele Brillen bedienen. Dem großen Ziel, mit der Studie zum Abbau von Intransparenz und zur weiteren Professionalisierung des PM-Markts beizutragen, werden die Kölner gerecht.

Asset-Manager hatten die Gelegenheit, die Leistungsstärke des PM-Angebots und einzelner Dienstleister zu bewerten. Auf 15 (!) konkreten Kompetenzfeldern konnten individuelle Voten abgegeben werden. Der umfangreiche Ergebnisbericht des PM-Reports macht es möglich, die (eingekauften oder gelieferten) Servicepakete an den Benchmarks des Marktes und dem Wettbewerb zu messen. Die Dienstleister werden dabei unterstützt, ihre Stärken und Schwächen im Wettbewerbsumfeld genauer zu identifizieren. Und all dies, wie gesagt, nicht bloß über einen Kamm geschoren, sondern aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet.

Jedes Segment hat seine eigenen Topadressen

Zum Beispiel: Bekanntheit bedeutet nicht gleich, einen guten Ruf zu haben. Oder: Ein allgemein guter Ruf am Markt schützt nicht vor herber Kritik aus den Reihen der eigenen Kunden.

Stärke auf dem Kompetenzfeld A kann einhergehen mit Defiziten auf dem Kompetenzfeld B. Sicherlich, Binsenwahrheiten, aber der Report erinnert nicht nur an sie, sondern geht sehr ins Detail. Die Fülle der Informationen kann nur angedeutet werden.

So finden sich im aktuellen Report erstmals Rankings, die das Ansehen, die Leistungsstärke usw. hinsichtlich einzelner Immobiliensegmente (Büro, Einzelhandel, Wohnen) differenzieren. Eine Konsequenz dieses genaueren Hinsehens: Unter den jeweiligen Topadressen finden sich PM-Dienstleister – wie die HIH im Bürobereich, die ECE (Retail) und die Bayerische Hausverwaltung (Wohnen) –, die 2009 in den allgemeinen Rankings keinen Spitzenplatz eingenommen hatten oder gar keine Rolle spielten.

Eine weitere Auffälligkeit sei erwähnt: Die ersten Adressen unter den Büroexperten können zwar von sich behaupten, als Property-Manager grundsätzlich über den höchsten Bekanntheitsgrad zu verfügen. Doch die im Retail-Sektor tätigen haben von ihren Kunden im Durchschnitt deutlich bessere Score-Werte vorzuweisen als andere Dienstleister. Dass die Beurteilung durch Kunden nicht identisch sein muss mit der Beurteilung oder Wertschätzung durch die Konkurrenten am Markt, zeigt etwa folgendes Ergebnis: Die Property-Manager sehen selbst zu 15% die EPM als größten Wettbewerber, gefolgt von den beiden anderen Baukonzerntöchtern – Hochtief PM (13%) und Strabag PFS (11%) – sowie Treureal (11%), BNPP RE (10%) und JLL bzw. Curanis (jeweils 8%).

Widersprüchliche Entwicklung der Geschäftsmodelle

Fragt man die Property-Manager, welches Geschäftsmodell sich ihres Erachtens am Markt durchsetzen wird, fällt ein gravierender Meinungsumschwung auf. Heute sagen nur noch 18%, das Spezialistenmodell werde sich auch künftig behaupten; in der vorjährigen ersten Ausgabe des Reports waren noch 44% dieser Meinung. Die überwiegende Mehrheit (82%) geht davon aus, dass auf Dienstleisterseite künftig Asset-, Property- und Facility-Management mehr und mehr unter einem Dach angeboten würden. Doch Obacht: In Wahrheit sieht es am Markt gegenwärtig noch anders aus. Die Mehrheit der Dienstleister offeriert ausschließlich PM-Services; mit 55% sind es – im Widerspruch zum erwarteten Trend – erstaunlicherweise sogar mehr als im Vorjahr (46%). Dabei tummeln sich die befragten Property-Manager selbst mehrheitlich nicht nur in Objekten einer, sondern mehrerer (meistens dreier) Asset-Klassen.

28% sind in Büro- und Wohn- und Retail-Immobilien oder in Büro- und Retail- und Industrieobjekten tätig.

Ausschließlich auf eine Asset-Klasse fokussierte Spezialisten finden sich vor allem im Wohnungssegment (13%); auf der anderen Seite trauen sich immerhin 10% der Dienstleister alle fünf Asset-Klassen (Büro, Handel, Wohnen, Industrie und Hotels) zu.

Schauen wir nochmals auf die Kompetenz und Leistungsfähigkeit der PM-Dienstleister. Es fällt auf, dass in der Kategorie „Allgemeine Zufriedenheit“ (Durchschnittsnote 2,6) „Geschäftsführung & Management“ eine 2,2 einheimst. „Lösungskompetenz/Verbesserungsmanagement“ fällt dagegen mit 2,8 ab. Auch bei den speziellen Themenfeldern (zusammengefasst unter „kaufmännische und technische Kompetenz“, Note 2,6) fällt – wie bereits im Vorjahr – die „Überprüfung auf Ertrags- und Kostenoptimierungspotenziale“ als Schwachpunkt auf (3,0) – die schlechteste Durchschnittsnote aller 15 Kompetenzfelder. Die „Einhaltung der gesetzlichen Prüf- und Mitteilungspflichten“ (2,4) schneidet am besten ab.

Das Outsourcing des Property-Managements ist auf Seiten der auftraggebenden Immobilienunternehmen schon sehr weit fortgeschritten. Laut Studie haben beispielsweise die offenen Fonds das Property-Management schon in 80% der Fälle aus- gegliedert.

Das Facility-Management liegt zu 100%, das Asset-Management immerhin schon zu 10% in fremden Händen. Nur das Portfolio-Management wird noch ohne jede Ausnahme im eigenen Haus erledigt.

„Klein aber fein“ kommt offensichtlich gut an

Wie stellt sich am Markt die Dienstleisterseite dar? Die Property-Management-Landschaft ist ein Flickenteppich. Die Spannweite der Jahresumsätze – über 50 Unternehmen wurden erfasst – reicht von den Umsatzriesen EPM und Strabag PFS (jeweils über 50 Mio. Euro) und Hochtief PM (rund 40 Mio. Euro) über die mittleren Plätze der Umsatztabelle – etwa Cushman & Wakefield (6 Mio. Euro) oder BauGrund (5,6 Mio. Euro) – bis zu den vergleichsweise kleinen Dienstleistern Goldbeck oder BBT mit weniger als 2 Mio. Euro Jahresumsatz. Die „Grenze“, die in der Studie die obere von der unteren Umsatzgrößenklasse trennt, liegt bei rund 6 Mio. Euro.

Gedanken müssen sich die Großen der Branche machen – glaubt man Bell & Co. Die Kundenzufriedenheit lässt zu wünschen übrig. In der Kategorie „Erwartungserfüllung“ schneiden die eher kleinen und mittleren Dienstleister mit einem durchschnittlichen Score von 30 (maximal möglich: 50) noch passabel ab, während die Property-Manager aus der oberen Hälfte lediglich einen durchschnittlichen Score von 13 vorweisen.

84% der Auftraggeber kleinerer Dienstleister (< 6 Mio. Euro) würden ihren PM-Partner weiterempfehlen. Dagegen würden dies nur 57% derjenigen Asset-Manager tun, die derzeit einen größeren Dienstleister engagiert haben. Anders gesagt, und dies ist für alle PM-Anbieter, über die gesamte Property-Manager-Szene hinweg, alles andere als ein Ruhmesblatt: Fast ein Drittel der Auftraggeber (31,2%) würde keine Weiterempfehlung aussprechen. (ae)

TIPP !

Der 172 Seiten starke Property Management Report 2010 kann unter www.bell-consultants.com bezogen werden. Auf Wunsch stehen Individualauswertungen zur Verfügung.

Ranglisten der Property-Manager:

Drei Dienstleister gefallen den Auftraggebern besonders gut

| | Finale Rangliste | Markenstärke | | | Kompetenz | |
|--------|------------------------|--------------|---------------------|---------------------|--------------------------|---------------------------|
| | | Bekanntheit | Ruf | Erwartungserfüllung | allgemeine Zufriedenheit | kfm. und techn. Kompetenz |
| Büro | 1. HIH | JLL | HIH | HIH | HIH | HIH |
| | 2. Strabag PFS | Hochtief PM | GGM | Strabag PFS | Strabag PFS | Strabag PFS/GGM |
| | 3. EPM | BNP Paribas | EPM | PropertyOne | PropertyOne | – |
| Handel | 1. ECE | ECE | ECE | ECE/Hahn | ECE | ECE |
| | 2. Hahn | Hahn | Hahn | – | Hahn | Hahn |
| | 3. Goldbeck | Lührmann | Lührmann | Goldbeck | Goldbeck | Goldbeck |
| Wohnen | 1. Bay. Hausverwaltung | Patrizia | Bay. Hausverwaltung | Bay. Hausverwaltung | Bay. Hausverwaltung | Bay. Hausverwaltung |
| | 2. Gestrim | Pirelli RE | Centerra | Gestrim | Gestrim | Gestrim |
| | 3. Treureal | Treureal | BauGrund | – | Treureal | Treureal |