

Proptech meets Platzhirsch

Durch die Digitalisierung treffen Immobilien-Startups auf klassische Konzerne. Was sind dabei die Herausforderungen und was tun die klassischen Unternehmen, um nicht von den Proptechs überholt zu werden?



Für die Platzhirsche unter den großen Immobilienunternehmen müssen Innovationen mithilfe moderner Technologien echte Mehrwerte für ihre Kunden schaffen (Foto: [livin4wheel/unsplash.com](https://unsplash.com/photos/livin4wheel))

Wenn Immobilien-Startups und klassische Immobilienunternehmen aufeinander treffen, prallen auch Unternehmenskulturen aufeinander. Während die Proptechs die Relevanz ihrer Geschäftsmodelle erst einmal beweisen müssen, gilt es für die Platzhirsche, mit dem Innovationstempo der Neulinge Schritt zu halten. Wir haben zwei etablierte Unternehmen der Immobilienbranche und drei Start-ups gefragt, wie sie mit „ihren“ Herausforderungen umgehen.

Nicht bloß einer von vielen sein

„Wir wollen uns nicht von den PropTechs überholen lassen“, lässt Ulrike Janssen von JLL keinen Zweifel am Innovationswillen ihres Arbeitgebers. Janssen ist Head of Property Management Deutschland und erklärt, wie die weltweit aktive Immobilienberatung Schritt halten will im Wettlauf von Digitalisierung und Innovation. „In unserem Hause gibt es einen eigenen Bereich „Digital Services Germany“, der sich mit Data

Management und digital Services beschäftigt. Aber auch auf globaler Ebene ist das ein absolutes Fokusthema und wird stetig vorangetrieben.“ Das Ziel ist klar: Die Kunden sollen persönliche Beratung in Kombination mit der Nutzung neuer Technologien erhalten. „Wir wollen nicht nur eine App von vielen sein“, sagt Janssen dazu.

Ingo Hartlief, CEO von Corpus Sireo Real Estate, formuliert das ganz ähnlich: „Es geht darum, unseren Kunden durch neue Technologien und Automatismen durch die Digitalisierung echte Mehrwerte zu schaffen. Unsere Mitarbeiter haben den direkten Kontakt zu unseren Kunden und sind deshalb Kern all unserer Aktivitäten in diesem Handlungsfeld.“

Für Corpus Sireo sind aktuell alle Themen interessant, die Daten möglichst integer und zeit- und ortsunabhängig verfügbar machen. Technologien wie Künstliche Intelligenz (KI) können dabei neue Sichtweisen auf vorhandene Informationen geben.

Auch Startups müssen sich weiterentwickeln

Ein Startup, das solch neue Sichtweisen liefern kann, ist das Startup Allthings aus der Schweiz. Es möchte für seine Kunden nicht nur bestehende Prozesse verbessern, sondern gleich neue Business-Modelle ermöglichen. Dazu hat Allthings einen App Store für Immobilien gebaut, der es möglich macht, eine beliebige Immobilie oder ein Portfolio mit digitalen Funktionen auszurüsten, die für Nutzer und Eigentümer sinnvoll sind. Wie bei einem Baukasten stellen sich die Kunden nur die Module zusammen, die sie benötigen. „Unsere größte Herausforderung ist die Variabilität der Kundenbedürfnisse“, erklärt Stefan Zanetti, der CEO von Allthings. „Durch die Modularität unserer App können wir das allerdings gut auffangen.“ Geld verdient das PropTech-Unternehmen aktuell noch über ein Lizenzmodell. „In Zukunft werden wir mehr und mehr auf ein transaktionsorientiertes Modell umstellen“, sagt er.

Real Estate Innovation Prize

Die Startups Navvis, Enetrox und

Allthings haben in diesem Jahr den Real Estate Innovation Prize gewonnen. Die Jury der Preisverleihung setzt sich aus den Teilnehmern des BAMBI – German Circle of Real Estate zusammen, dem namhafte Investmenthäuser und Dienstleister aus Asset Management und Property Management angehören. Teil der Jury waren auch Jones Lang LaSalle und Corpus Sireo. Der BAMBI-Kreis ist auf Initiative von Bell Management Consultants 2008 gestartet, um Transparenz, Benchmarking und Best Practice zu fördern.

„Es dauert alles etwas länger“

Beim Startup Enetrox steht eine intelligente Software im Mittelpunkt, die vollautomatisch 365 Tage im Jahr die Zählerstände für Wärme, Strom, Wasser und Gas abliest. Diese Verbrauchsinformationen können den Mietern über eine App zur Verfügung gestellt werden. „Wir digitalisieren die Heizkostenabrechnung“, sagt Geschäftsführer André Seidel selbstbewusst. „Unsere Kunden sind Wohnungsgesellschaften und Wohnungsgenossenschaften mit eigenem Bestand. Meist haben unsere Kunden mindestens 3.000 bis 5.000 Wohnungen. Sein Versprechen: Mieter bekommen Transparenz über ihre Heiz- und Wasserkosten und können täglich ihre Verbräuche einsehen. Verbrauchsschätzungen entfallen, weil technische Störungen an Zählern zeitnah identifiziert werden und Geräte getauscht werden können. Gebäude können hinsichtlich Energieeffizienz verglichen und entsprechend saniert werden. Leckagen können erkannt werden. Ein Ausfall des Heizkessels kann Tage vorher durch einen Abfall der Heizleistung vorhergesagt werden.

Trotz dieser Mehrwerte ist sein Produkt kein Selbstläufer. „Die Wohnungsunternehmen haben lange Entscheidungszyklen und sind häufig nicht sehr innovativ, dadurch dauert alles etwas länger“, schildert Seidel die größte Herausforderung.

Navvis bildet seinen eigenen Markt

Etwas anders liegen die Herausforderungen bei Navvis. Das Spin-off der TU München vereinfacht keine bekannten Prozesse und verändert keine bestehenden Geschäftsmodelle. Es bildet mehr oder minder einen neuen Markt. „Dafür Bewusstsein zu schaffen erfordert teilweise viel Energie“, erklärt Hans-Joachim Scharf von Navvis. Energie, die sich lohnt: Navvis hat in diesem Jahr den ersten Platz beim Real Estate Innovation Prize (siehe Kasten) gewonnen.

Das Start-up erstellt einen photorealistischen, zentimetergenauen digitalen Zwilling eines Gebäudes. Über Points of Interest kann man dann mit dem Gebäude interagieren. So können Prozesse entlang des gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes vereinfacht werden. „Die Anwendungsmöglichkeiten reichen von der Baudokumentation, der Bestandserfassung und Planung über die Vermarktung bis hin zum effizienten Betreiben und dem Facility Management eines Gebäudes“, erklärt Scharf.



Der erste Platz beim Real Estate Innovation Prize 2017 ging an Navvis (Foto: Bell Management Consultants)

Und was entscheidet ganz grundsätzlich darüber, ob Platzhirsche wie JLL oder Corpus Sireo von einem Proptech und seiner Idee begeistert sind? „Zum einen ist es wichtig, dass die Idee das Potenzial hat, Prozesse, Automatismen oder gar Geschäftsmodelle zu wandeln zu einem Nutzen für Kunden oder Dienstleister“, sagt Ingo Hartlief. „Zum anderen ist es von Bedeutung, ob das Proptech-Unternehmen und dessen Leistungen einen solchen Mehrwert bieten, dass es auch zu einer erweiterten Wertschöpfung und neuen Aufträgen führen kann.“

Zu viele Startups mit ähnlichen Ideen

Für JLL-Frau Ulrike Janssen spielt neben der Nachhaltigkeit des