LÜNENDONK

Lünendonk®-Whitepaper 2020

Digitales Facility Management

Mit datengetriebenen Servicemodellen zum strategischen Partner

Eine Publikation der Lünendonk & Hossenfelder GmbH mit freundlicher Unterstützung von

Gegenbauer

Inhaltsverzeichnis

VORWORT **5**

DATEN ALS ENABLER DER DIGITALISIERUNG **6**

DATA-DRIVEN BUSINESS – WAS BEDEUTET DAS? **7**
Wachstum durch Datennutzung 7
Praxisbeispiel: Geschäftsprozessoptimierung mittels Process Analytics 8
Das Reifegradmodell: Wettbewerbsvorteile durch Data Analytics 8
Verortung des Facility Managements im Reifegradmodell 10

DATA-DRIVEN FACILITY MANAGEMENT – WAS RESULTIERT DARAUS? **12**
Anwendungsfälle einer Datenanalyse 12
Digitaler Workflow 12
Services entlang des Reifegradmodells 14
Voraussetzungen für datengetriebene Services 15

CHANCEN UND RISIKEN **16**
Akzeptanz der Technologie und Datensammlung 17
Skalierung im heterogenen Immobilienumfeld 18
Monetarisierung bei bestehendem Dienstleistervertrag 18
Orientierung in der Datenflut 19
Exkurs: Proptechs: Identifikation nutzenstiftender Produkte 20

EFFEKTE DER DATENORIENTIERUNG **22**
Handlungsempfehlung 22
Neue Unternehmenskultur 22

INTERVIEW: LÜNENDONK IM GESPRÄCH MIT GEGENBAUER **25**

UNTERNEHMENSPROFILE **28**
Unternehmensgruppe Gegenbauer 28
Lünendonk & Hossenfelder GmbH 29
Fußnoten 30

Vorwort

Fritz-Klaus Lange
Co-Vorstandsvorsitzender
Unternehmensgruppe
Gegenbauer

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

bereits seit einigen Jahren folgt die Immobilienwirtschaft und insbesondere die Facility-Management-Branche dem Trend der Digitalisierung. Die Entwicklungen der COVID-19-Pandemie sowie deren Auswirkungen auf Unternehmen generell und FM-Dienstleister im Speziellen bestätigen in diesem Jahr einmal mehr: Eine kontinuierliche Weiterentwicklung der internen und externen Prozesse mit Blick auf die voranschreitende Digitale Transformation der Geschäftsmodelle ist zwingend erforderlich.

Die Unternehmensgruppe Gegenbauer widmet sich als innovativer Dienstleister bereits seit langem in ihren unterschiedlichen Unternehmensbereichen den Zukunftsthemen der Branche. So haben wir uns in unserem letzten Whitepaper mit der Rolle der Sensorik im Gebäudebetrieb auseinandergesetzt. In der Ihnen vorliegenden Ausgabe möchten wir nun mit der Datenverwendung daran anschließen und einen kritischen Blick auf datenbasierte Produkte und Dienstleistungen hinsichtlich deren Relevanz im Facility Management werfen.

Datengetriebene Servicemodelle sind die Grundlage einer optimierten, transparenten Leistungserbringung. Umfassende Datenverfügbarkeit vereinfacht Prozessanalysen und datenbasierte Kommunikation und führt so – sowohl für den Kunden als auch für den FM-Dienstleister – zu Mehrwerten in Form von gesteigerter Effizienz und Transparenz, höherer Geschwindigkeit und niedrigerer Kosten. Im Zentrum der damit verbundenen strategischen Überlegungen steht zu jeder Zeit der Kunde: Seine Bedarfe sind im Hinblick auf Datenverfügbarkeit und -verwendung der wichtigste Input.

Die steigende Datenverfügbarkeit liefert enorme Potentiale, die die FM-Branche im Vergleich zu anderen, stärker datengetriebenen Branchen noch nicht im vollen Umfang abgerufen hat. Strategisch kluges Vorgehen und Weitsicht sind die Voraussetzungen, um die bestehenden technischen und organisatorischen Herausforderungen zu meistern. Dabei sind auch gezielte Kooperationen mit unterschiedlichen qualifizierten Partnern hilfreich, um digitale Innovationen schneller in die Leistungserbringung zu integrieren.

Da im Rahmen der Digitalen Transformation keine Entwicklungsschritte übersprungen werden können, ist ein stufenweises, radikal nutzenorientiertes Vorgehen geboten: Think big – start small – move quickly. Und um zu skizzieren, wie groß wir als FM-Dienstleister bereits denken sollten, haben wir es uns gemeinsam mit dem Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Lünendonk & Hossenfelder zur Aufgabe gemacht, den aktuellen Stand des Data-driven Facility Managements zu untersuchen und einen Ausblick auf zukünftige Entwicklungen in der datengetriebenen Leistungserbringung zu geben.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre!

Ihr

Fritz-Klaus Lange

Daten als Enabler der Digitalisierung

Technologie verändert das Business fast aller Branchen – auch das der Immobilienwirtschaft. Die Erkenntnis, dass Immobilien zu Datenlieferanten werden, wird zu einer Chance für Architekten, Planer, Bauausführende, Mieter, Asset Manager, Property Manager, Facility Manager, Versicherungen und Versorgungsunternehmen. All diese am Lebenszyklus beteiligten Stakeholder pflegen momentan jeweils eigene Systeme, wodurch wertvolles Wissen verloren geht. Mit Building Information Modeling (BIM) hat die Branche ein gemeinsames Datenmodell über den gesamten Lebezyklus einer Immobile entwickelt. Die Nutzung von BIM nahm im Jahr 2019 zu,[1] jedoch überwiegend bei Neubauten. Die nachträgliche Modellierung bei Bestandsgebäuden ist aufwendig und in der Praxis bisher kaum wirtschaftlich umsetzbar.

Für das Gebäudemanagement interessant sind aber nicht nur bauliche Daten, sondern vor allem Fakten zur Nutzung der Immobilie. Mit intelligenten Zählern, Sensoren, Gebäudesystemen und Geräten lässt sich das Verhalten der Nutzer messen. Sensoren erfassen beispielsweise Informationen zum Status der Klimaanlagen, der Restmenge in Seifenspendern oder der Belegung von Besprechungsräumen. Was im täglichen Ablauf bereits sehr nützlich ist, bietet auf lange Sicht noch mehr Vorteile. Die Zusammenfassung und Analyse dieser Daten liefert Vorhersagen darüber, wie sich Nutzer und Anlagen verhalten werden. Durch das Internet of Things (IoT) kommunizieren und interagieren die unterschiedlichen Systeme miteinander. Das ermöglicht zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten im Facility-Service-Betrieb, die im separaten Lünendonk®-Whitepaper „Digitales Facility Management – Sensorik in Immobilie, Industrie und Infrastruktur als Basis für das digitale Facility Management" bereits genau erörtert wurden.[2]

Unstrukturierte Datensammlung endet häufig in heterogenen Datensilos, mit denen effizientes Arbeiten nur schwer möglich ist. Das Analystenhaus IDC schätzt die globale Datenmenge für 2018 auf 33 Zettabyte und prognostiziert, dass sie bis 2025 auf 175 Zettabyte anwachsen wird.[3] Fast 30 Prozent der weltweiten Daten werden in Echtzeit verarbeitet. Der Trend geht hin zu einem fokussierten und datengetriebenen Immobilienmanagement, das Prozesse mit Blick auf den Business Value vereinfacht. Ohne Cloud-Technologien und Analytics-Lösungen sind die exponentiell wachsenden Datenmengen kaum zu verarbeiten.

Definitionen

Ein Zettabyte ist eine Maßeinheit für Speicherkapazität und steht für 10^{21} Bytes. Das sind eine Trilliarde Bytes oder in Zahlen 1.000.000.000.000.000.000.000 Bytes.

Die Nutzung von Daten lockt nicht nur PropTechs, sondern zunehmend auch große Technologieunternehmen als neue Wettbewerber auf den Markt für Immobiliendienstleistung. Unternehmen wie Google oder SAP haben die Branche bereits im Blickfeld. Im Gegensatz zu Facility-Service-Unternehmen sind ihre Kenntnisse über die branchenspezifischen Prozesse vergleichsweise gering. Wer seine Daten richtig analysiert, erhält wichtige Erkenntnisse und Vorhersagen für Entscheidungsprozesse. Daher befasst sich dieses Whitepaper mit der Erhebung, der Analyse und der Verwendung von Daten zum Nutzen von Anwendern, Eigentümern und Investoren.

Data-driven Business – was bedeutet das?

WACHSTUM DURCH DATENNUTZUNG

Laut einer aktuellen Umfrage des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) bieten knapp 72 Prozent der deutschen Unternehmen klassische Produkte beziehungsweise Dienstleistungen an, bei denen Daten keine Rolle spielen. Knapp 9 Prozent der Unternehmen verkaufen Daten als Produkt und 40 Prozent bieten computerisierte Produkte an. Datengetriebene Dienstleistungen oder Produkte werden von circa 29 Prozent der Unternehmen angeboten.[4] Doch was genau versteht man unter datengetriebenen Geschäftsmodellen?

Im Data-driven Business (DDB) werden Daten zum zentralen Unternehmenswert und als kritische Ressource in jede strategische Überlegung mit einbezogen.[5] Vom datengetriebenen Ansatz und den daraus gewonnenen Informationen erwarten Unternehmen eine steigende Transparenz, reduzierte Kosten und einen stärkeren Kundenfokus. Diese Mehrwerte sollen nicht nur dem eigenen Unternehmen, sondern auch dem Kunden dienen.

Schafft es ein Unternehmen, relevante Daten in geeigneter Qualität, Aktualität und Konsistenz zu sammeln, dann kann ein Data-driven Business drei Funktionen haben: Die Datenbasis ermöglicht eine fundierte Entscheidungsfindung und die Optimierung von eigenen Prozessen. Datenbasierte Geschäftsmodelle tragen zu einem besseren Kundenerlebnis bei, denn die dem Kunden zentral zur Verfügung gestellten Daten lassen ihn besser und effizienter arbeiten. Zuletzt ermöglicht ein datengetriebenes Geschäft neue Geschäftsmodelle. Diese können bestehende Geschäftsmodelle erweitern oder auch disruptiv alte Modelle verdrängen. Und vor diesem Hintergrund müssen sich Eigentümer, Nutzer und Dienstleister intensiv mit dieser Thematik befassen.

Die Treiber für die Implementierung datengetriebener Geschäftsmodelle sind vielfältig; Beispiele sind die Sicherung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit, die Nachfrage der eigenen Kunden nach solchen Angeboten, eine Portfolioerweiterung oder die Schließung einer Marktlücke.

Abbildung 1: Merkmale eines Data-driven Business[6]

PRAXISBEISPIEL: GESCHÄFTSPROZESSOPTIMIERUNG MITTELS PROCESS ANALYTICS

An dieser Stelle sollen nicht die gängigen Beispiele der disruptiven Kraft von Uber, Airbnb oder Amazon bemüht werden. Am Beispiel der B2B-Service-Branche Managementberatung wird deutlich, welchen Hebel die Digitalisierung besitzt und welche Geschwindigkeit erzielt werden kann.

Banken und Versicherungen müssen aufgrund von wirtschaftlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen auf Prozesseffizienz setzen. Eine zentrale Bedeutung kommt hier der intelligenten Analyse von Prozessdaten zu. Warum? Durch das Monitoring aller direkten und indirekten Bereiche in den Unternehmen können heute in kürzester Zeit Verbesserungspotenziale identifiziert und umgesetzt werden.

Ziel der intelligenten Datenauswertung sind umfassende Effizienzsteigerungen, Wachstum, eine Verringerung der Kosten, schnellere und agilere Prozesse sowie eine Verbesserung der Kundenzufriedenheit. Hinzu kommt, dauerhaft eine bessere Sichtbarkeit und Beherrschbarkeit aller betriebsinternen Abläufe sicherzustellen. Mithilfe von Process Analytics können zum Beispiel die Komplexität der Kreditprozesse in einer End-to-End-Betrachtung transparent gemacht und parallel dazu Prozessdurchlaufzeiten signifikant reduziert werden. Als Basis werden geeignete Prozessdaten durch eine Analyse der Systemwelt der Kreditprozesse aufgebaut. Dabei werden Nachverfolgbarkeitskriterien (z. B. Kreditvorgangsnummern) für Kreditvorgänge sowie Faktoren, welche die Prozesskomplexität und -geschwindigkeit beeinflussen, analysiert. Im Ergebnis entsteht ein durchgängiges Datenmodell als Grundlage für Process Analytics. Ein Cockpit visualisiert den Verlauf des Kreditprozesses mit allen Prozessschritten und deren zeitlicher Dauer auf der Basis der Daten zu den Kreditanträgen und mithilfe von Process Analytics. Das ermöglicht ein unmittelbares Benchmarking der verschiedenen Prozesse. Schwachstellen können identifiziert und gezielt verbessert werden, wodurch Process Analytics langwierige Workshops unnötig macht.[7]

Jeff Bezos, Amazon

„Nur wenn wir die Ergebnisse betrachten, wissen wir, ob wir den Prozess richtig ausführen. Deshalb lohnt es sich immer zu fragen, ob wir den Prozess besitzen oder ob der Prozess uns besitzt."

Finanzinstitute und Versicherer, die ihre Daten sinnvoll kombinieren und für Analysen schnell und zielgerichtet präparieren, sind in der Lage, Prozesse zu optimieren, Kosten einzusparen, Geschäftsfelder auszubauen oder ganz neue Geschäftsmodelle aus ihrer Datenbasis heraus zu entwickeln. So können beispielsweise durch exaktere Vorhersagen von Kundenbedarfen die Kapazitäten auf einen personalisierten Service angepasst werden.

Um den anspruchsvollen Vorgaben gerecht zu werden und in den gesättigten Märkten bestehen zu können, ist die ständige Optimierung sowohl der Schnittstellen zu Kunden als auch der Prozesse eine Grundvoraussetzung.

DAS REIFEGRADMODELL: WETTBEWERBSVORTEILE DURCH DATA ANALYTICS

Datengetriebene Geschäftsmodelle schöpfen die Perspektiven von Big Data aus. Sie erfordern den Einsatz neuer Analyse- und Optimierungsmethoden. Diese werden unter dem Begriff „Business Analytics" zusammengefasst und ermöglichen es Unternehmen, unter anderem Ursachen- oder Szenarioanalysen durchzuführen. Ziel von Business Analytics ist die Automatisierung von Analyseprozessen. Infolgedessen steigt die Unternehmenseffizienz.

Zur Klassifizierung von Initiativen im Analytics-Bereich haben die amerikanischen Forscher Thomas H. Davenport und Jeanne G. Harris schon im Jahr 2007 ein Reifegradmodell entwickelt. Das Schema zeigt vier Evolutionsstufen der Analyse, die mit steigendem Grad der Intelligenz auch höhere Wettbewerbsvorteile schaffen.

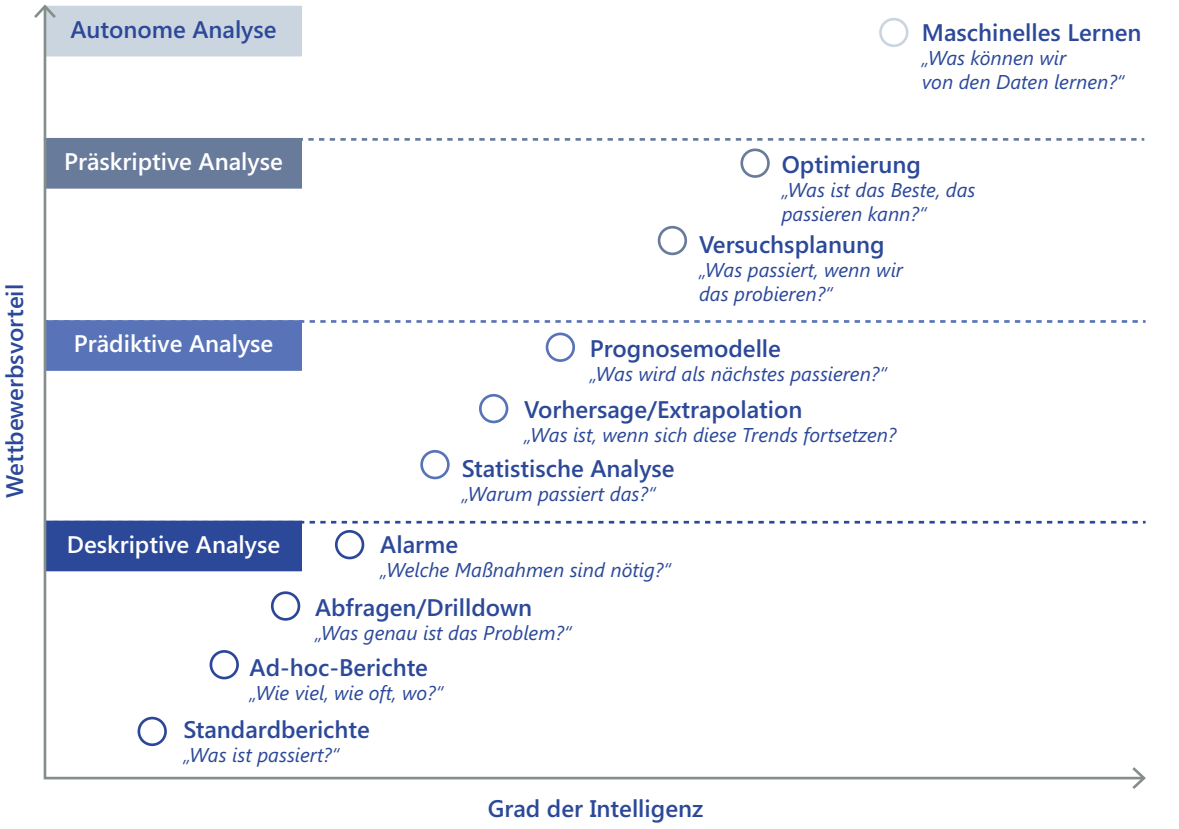

Abbildung 2: Reifegradmodell von Thomas H. Davenport und Jeanne G. Harris[8]

Die erste Stufe ist die deskriptive Analyse. Sie stellt die unterste Stufe der Erkenntnisgewinnung dar, wobei sie sich mit der Vergangenheit beschäftigt und auf dieser Grundlage die Gegenwart zu verstehen versucht (Business Intelligence).

Die zweite Stufe ermöglicht es Unternehmen, Probleme zu erkennen, bevor sie auftreten. Diese prädiktive Analyse stellt den Blick in die Zukunft dar und liefert auf der Basis von Data Mining und anderen statistischen Methoden Vorhersagen über die Wahrscheinlichkeit zukünftiger Ereignisse. Das hat insbesondere für Wartungen große Vorteile: Ungeplante Anlagenausfälle werden vermieden und Wartungsintervalle effizient eingeplant (Predictive Maintenance).

Die präskriptive Analyse stellt **die dritte Stufe** dar und geht noch einen Schritt weiter, indem die prädiktive Untersuchung um Szenarioanalysen ergänzt wird. Datenbasiert werden Alternativen erörtert, deren Eintrittswahrscheinlichkeiten und Implikationen untersucht und Erkenntnisse über die Einflussgrößen gewonnen. Resultat ist ein Handlungsvorschlag mit dem Ziel, zukünftige Ereignisse entweder zu vermeiden oder herbeizuführen.

Die höchste, vierte Stufe ist die autonome Analyse. Sie trifft, aufbauend auf der in der dritten Stufe beschriebenen Szenarioanalyse, Entscheidungen ohne menschliche Interaktion. Dadurch wird die Produktivität erhöht und Organisationen konzentrieren sich auf Innovationen, statt sich mit manuellen Prozessen zu beschäftigen. Der Mehrwert liegt auf der Hand.

VERORTUNG DES FACILITY MANAGEMENTS IM REIFEGRADMODELL

Die Facility-Management-Branche steht im Reifegradmodell in der Gesamtbetrachtung derzeit mehrheitlich noch auf der ersten Evolutionsstufe und ist laut Beratern von PwC in Bezug auf Digitalisierung im Vergleich zu anderen Branchen abgeschlagen.[9] Warum ist das so?

Die aktuelle Medienlandschaft ist von diversen Technologien geprägt. Viele Themen stehen zur Diskussion und dahinter zahlreiche unterschiedliche Anbieter. Deren Tools sind meist Insellösungen, die für sich stehen, aber keine holistischen Ansätze beinhalten. Hinzu kommt, dass oft Lösungen aus anderen Sektoren für die Branche adaptiert wurden. FM-Dienstleister stehen also vor der Herausforderung, unterschiedliche Technologien in unterschiedlichen Gewerken zu steuern. Von Transparenz und Standardlösungen ist die Branche dabei noch weit entfernt.

Moderne Gebäude sind inzwischen in vielen Bereichen automatisiert. Eine Gebäudeautomation funktioniert beispielsweise durch IP-basierte Steuerung von Heizung oder Klimaanlage oder das selbstständige Herabfahren von Sonnenschutzrollos. Es handelt sich dabei um mehr oder weniger vernetzte Anwendungen, die automatisch bei bestimmten Voraussetzungen ausgelöst werden. Wenn beispielsweise die Sonne scheint, soll das Sonnenschutzsystem ausgefahren werden. Herrscht starker Wind, dann fahren sich alle Markisen automatisch ein. Diese Art von regelbasierter Steuerung der Technischen Gebäudeausstattung (TGA) basiert auf deskriptiver Analyse, bewegt sich also auf der untersten Stufe des Reifegradmodells.

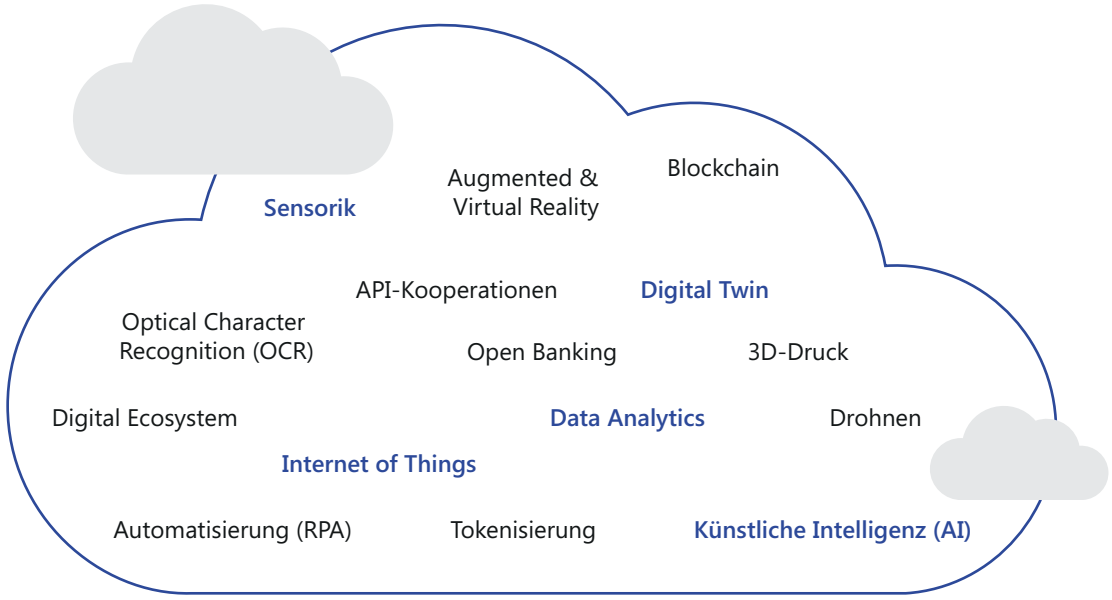

Abbildung 3: Technologietrends prägen die aktuelle Medienlandschaft

Ferner: Seit über 20 Jahren befasst sich die Branche mit Computer Aided Facility Management (CAFM). Durch die zentrale Datensammlung und den Austausch der Objektdaten zwischen dienstleistenden Unternehmen und Kunden entsteht ein Wissensaustausch der beiden Parteien auf der Basis der deskriptiven Analyse. Laut dem CAFM-Trendreport 2019, den Lünendonk gemeinsam mit dem Branchenverband GEFMA veröffentlicht hat, nutzen derzeit 88 Prozent der 291 antwortenden Anwender ein CAFM-System.[10] Es besteht jedoch die Herausforderung, dass es über hundert verschiedene CAFM-Lösungen am Markt gibt. Zwar ist nur ein kleiner Teil davon weit verbreitet, dennoch bedeutet dies für größere Facility-Management-Unternehmen, Daten zu den erbrachten Services für Einzelkunden transformieren zu müssen, wenn diese auf eigene Lösungen setzen oder – im Fall von Portfolio-Betreibern – Daten ihrer unterschiedlichen Dienstleister konsolidieren wollen.

Laut einer Befragung von Statista und Staufen setzen zwar bereits einige Dienstleister Predictive Maintenance ein, allerdings trifft dies oft nur auf vereinzelte Kunden und Anwendungsbereiche zu. 38 Prozent der Auftraggeber nutzen keine Predictive-Maintenance-Anwendung, während die automatisierte Verfolgung und Anzeige der Fälligkeit von regelmäßigen Wartungsarbeiten mit 37 Prozent der häufigste Anwendungsfall ist.[11] In der prädiktiven Analyse bewegen sich derzeit nur wenige Dienstleister. Diese könnte durch die Corona-Pandemie aber vorangetrieben werden, da Szenarienplanung als Teil des Risikomanagements an Bedeutung gewinnen kann. Virtual beziehungsweise Augmented Reality (VR/AR) sind laut Lünendonk®-360-Grad-Studie nur bei 19 Prozent der befragten Auftraggebe im Einsatz. Lediglich 10 weitere Prozent planen deren Einsatz.[12] Durch VR/AR können Anlageninformationen direkt in das Sichtfeld eingeblendet werden und beim Rundgang durch das Gebäude standortbezogene Daten mitliefern.[13] So nutzen die Auftraggeber die Technologie größtenteils zur Instandhaltung und um hoch qualifizierte Fachkräfte effektiver einzusetzen (Downskilling).

In welchem Umfang nutzt die Immobilienbranche Data Analytics?

Der Zentrale Immobilien Ausschuss (ZIA) und das Beratungshaus Ernst & Young (EY) zeigen in ihrer Digitalisierungsstudie aus dem Jahr 2019 die Verbreitung und den Einsatz von Data-Analytics-Verfahren in der Immobilienbranche. Ein zentrales Ergebnis: Insgesamt bestehen die wichtigsten Einsatzgebiete für Data-Analytics-Verfahren vor allem in den Bereichen, in denen das Unternehmen finanziell direkt davon profitiert, zum Beispiel durch die Analyse der Betriebskosten oder die Reduzierung des Energie- und Ressourceneinsatzes. 32 Prozent der Befragten nutzen Data Analytics gar nicht zur Automatisierung von End-to-End-Geschäftsprozessen und 36 Prozent lassen die Möglichkeit der Erhöhung der Nutzerzufriedenheit ungenutzt.[14]

Data-driven Facility Management – was resultiert daraus?

ANWENDUNGSFÄLLE EINER DATENANALYSE

Die Nutzung von Daten eröffnet neue Geschäftsmodelle oder ermöglicht eine Erweiterung des bestehenden Geschäftsmodells. Das hat auch die Immobilienbranche erkannt.[15] Auf das Facility Management bezogen bedeutet Digitalisierung nicht nur die Übertragung zuvor analog ausgeführter Prozesse auf eine digitale Basis. Hier ist der „datengetriebene" Ansatz (Data-driven Business FM) in der Regel der intelligente Betrieb von Gebäuden und Prozessen.[16] Der dafür benötigte Vernetzungsprozess liefert fundierte Entscheidungsgrundlagen und verbindet alle Projektparteien rund um den Immobilienbetrieb in Echtzeit. Baut ein Dienstleister einen Datenpool auf, hat das positive Effekte auf die Kundenbeziehung: Facility-Management-Dienstleister werden zum langfristigen strategischen Partner.

Im Facility Management gibt es unterschiedliche Potenziale für Datenanalysen:

1. Immobilienmanagement,
2. Flächen- und Workplace-Management,
3. Anlagen- und Instandhaltungsmanagement,
4. Services-Management und
5. Nachhaltigkeitsmanagement.[17]

Mithilfe von Daten kann die Gebäudenutzung verstanden werden. Sie zeigen auf, wie viele Personen sich zu welcher Zeit im Gebäude befinden, was die beliebtesten Arbeitsplätze und Meeting-Räume sind und welche eher gemieden werden. Auch ob die Kapazität der Besprechungsräume und des Betriebsrestaurants ausreicht, kann anhand der Daten ausgewertet werden. Das Wissen über die meist frequentierten Bürotage, übliche Arbeitszeiten und die Personenzahl im Gebäude zu bestimmten Uhrzeiten ist zur Flächen- und Wartungsplanung von Wert. Diese Nutzungsdaten können mit der Gebäudetechnik verknüpft werden, womit Beleuchtung, Heizung oder Kühlung an die Belegungsrate angepasst werden können. Bei einer hohen Raumbelegung fährt die Lüftung automatisch hoch, um für ausreichend Frischluft zu sorgen. Verlassen die meisten Personen um 17 Uhr ein Gebäude, können die Aufzüge so gesteuert werden, dass sie direkt bereitstehen. Das verkürzt Wartezeiten und steigert die Zufriedenheit der Mitarbeiter. Durch eine effiziente Nutzung ist der Verschleiß der Anlagen geringer, was sich positiv auf die Wartungskosten auswirkt. Weitere Möglichkeiten zum Einsatz von Datenanalyse im Facility Management sind Raumbuchungen, flexible Reinigungspläne, effiziente Routenplanung oder ein effizientes, kundenfreundliches Ersatzteilmanagement.

DIGITALER WORKFLOW

Die Digitalisierung und Zusammenführung von Daten ermöglicht einen digitalen Workflow von der Schraube bis zur Rechnung. Das funktioniert nur in Zusammenarbeit mit den Immobilienbesitzern und -nutzern. Wie solch ein Prozess im Anlagen- und Instandhaltungsmanagement mithilfe von Business Intelligence ablaufen kann, zeigt ein Beispiel anhand einer tropfenden Heizung.

Tropft eine Heizung, so erkennt ein Sensor das atypische Verhalten und meldet es an den Objektmanager. Dieser und alle weiteren Beteiligten sehen im Dashboard alle gesammelten Daten zu dem Heizkörper (Gebäude, Anlagennummer, Typ, Foto, Datum der Inbetriebnahme, Inbetriebnehmer, letzte Störung etc.). Per Knopfdruck können Maßnahmen beim Servicetechniker oder beim externen Gebäudedienstleister beauftragt werden, der einen direkten Überblick über die Anlagen- und Nutzungsdaten hat. Mithilfe der Datenanalyse und künstlicher Intelligenz schlägt das System dem Techniker vor dem Termin die beim Kunden benötigten Ersatzteile vor. Somit wird die Störung schnell und ohne zusätzliche Wege behoben. Der Servicetechniker erfasst seine Tätigkeit mit Arbeitszeit, Arbeitsschritten und Foto der

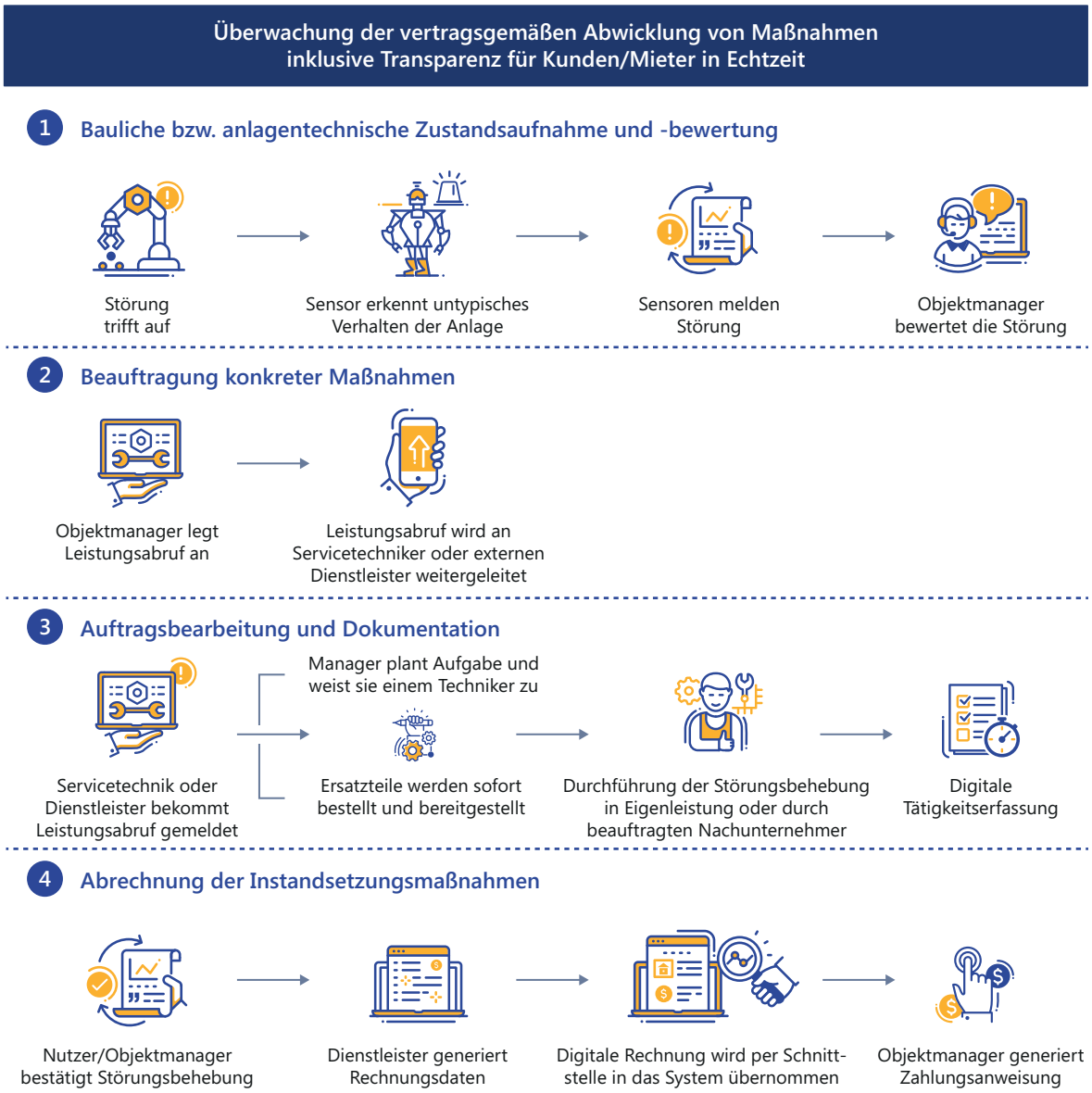

Abbildung 4: Digitaler Workflow im Facility Management

Vorteile eines digitalen Workflows

- Sofortige Problemmeldung
- Zeitersparnis durch Vermeidung zusätzlicher Wege
- Nutzer hat keinen Aufwand mit der Störung
- Digitale Protokolle in einem System
- Transparenz in Echtzeit
- Alle Daten auf einen Blick
- Automatische Rechnungserstellung

erbrachten Leistung direkt in der digitalen Aufgabe. Alle Vorgänge sind transparent und in Echtzeit für alle Akteure im Dashboard einsehbar. Nach Freigabe der Störungsbehebung übermittelt der Dienstleister die Rechnung elektronisch, die der Auftraggeber mittels Schnittstelle automatisch in sein System übernimmt. Auch die Zahlungsanweisung wird direkt ausgelöst. Sämtliche Daten des Störungsvorfalls – also die Störung an sich wie auch die Lösung – werden gespeichert und können für die Zukunft effizienzsteigernd genutzt werden.

Im Februar 2020 wurde das „schlaueste Gebäude Europas" am Berliner Hauptbahnhof eröffnet

Der Projektentwickler CA Immo hat das Bürogebäude Cube Berlin als voll digitalisiertes Gebäude errichtet. Mieter profitieren von einem effizienten Gebäudebetrieb und zahlreichen smarten Serviceangeboten. Sämtliche Funktionen werden zentral über eine Gebäude-App auf dem eigenen Smartphone bedient. Die App ermöglicht unter anderem einen berührungsfreien und schlüssellosen Zutritt zum Gebäude, eine effiziente Aufzugssteuerung, die Steuerung von Licht- und Raumklima sowie der Jalousien oder die Buchung von Besprechungsräumen und Arbeitsplätzen. Auch auf externe Services wie Essenslieferungen oder Reinigungsdienstleistungen können die Nutzer so zugreifen.

Wie hoch ist der Grad an Intelligenz im Gebäudebetrieb? Der Gebäudebetrieb wird durch ein selbstlernendes System effizient, das sämtliche Nutzungsdaten der Mieter und Informationen aus der Umwelt von Sensoren geliefert bekommt. Dadurch lernt das System die Gewohnheiten und Bedürfnisse der einzelnen Mieter, optimiert den Betrieb dementsprechend automatisch und stellt für Nutzer individuelle und relevante Informationen und Angebote bereit.

SERVICES ENTLANG DES REIFEGRADMODELLS

Deskriptive Analyse: Effizienzsteigerung anhand von Raumbelegungsdaten

Die Analyse der Raumbelegungsdaten trägt zur effizienteren Gestaltung des Reinigungsprozesses bei und hilft damit Kosten zu senken. So müssen beispielsweise Tagungs- und Besprechungsräume nicht mehr in festen Zyklen gereinigt werden, sondern bedarfsorientiert. Reinigungskräfte sehen durch Standard- und Ad-hoc-Berichte auf einen Blick welche Räume benutzt wurden und können dementsprechend effizienter vorgehen.

Prädiktive Analyse: vorhersagende Analyse und Instandhaltung

Wie sehen konkrete Produkte und Services in den weiteren drei Evolutionsstufen aus? Ein Beispiel für die zweite Stufe ist Predictive Maintenance. Der Service umfasst die vorausschauende Wartung sämtlicher technischer Komponenten eines Gebäudes beziehungsweise einer Anlage.[18] Durch die Vernetzung von Maschinen und Anlagen werden per Sensor erfasste Zustandsdaten während des Betriebs überwacht, um etwa den Inspektions- oder Wartungszeitpunkt einer Maschine präzise zu prognostizieren. Bei Beförderungsanlagen wie zum Beispiel Aufzügen ist dies bereits etabliert.

Präskriptive Analyse: Optimierung des Energieverbrauchs

Durch mathematische Algorithmen, die Versuche simulieren und Ergebnisse liefern, sind Gebäudedienstleister in der Lage, den Energieverbrauch einer Immobilie zu optimieren. Mithilfe von präskriptiver Analyse wird ein Modell erstellt, das die Auswirkungen des HKLS-Systems (Heizung, Klimatechnik, Lüftung, Sanitär) und der Umgebungsbedingungen auf die Innentemperaturen und auf den Gesamtstromverbrauch des Gebäudes erfasst. Damit wird die Energieeffizienz in Echtzeit kontinuierlich optimiert.[19]

Autonome Analyse: Künstliche Intelligenz handelt selbst

Bei autonomen und selbstlernenden Assistenzsystemen und Service-Robotik vermuten Experten die größten

Mehrwerte und Produktivitätssprünge für Facility-Management-Unternehmen und -Kunden. PropTechs entwickeln zunehmend Systeme, die Gebäudeleitsysteme auf Basis von künstlicher Intelligenz effizienter verwalten als der Mensch. Neben der autonomen Kontrolle von Temperatur, Lüftung und Licht ist die Software mit einer selbst-lernenden Komponente ausgestattet. Um autonome Entscheidungen zu treffen, entwirft das System minütlich ein Modell vom Gebäude inklusive aller Informationen in Echtzeit.[20]

VORAUSSETZUNGEN FÜR DATENGETRIEBENE SERVICES

Zentrale Voraussetzungen für Data-driven Business sind neben einer geeigneten Datenbasis optimierte Prozesse, Personal mit Know-how sowie selbstverständlich Kundenorientierung.

Ein Unternehmen kann keine datenorientierten Geschäftsmodelle auf veralteten, manuellen Prozessen aufbauen. Deshalb müssen diese überdacht und angepasst werden. Außerdem sind datengetriebene Geschäftsmodelle nur gewinnbringend, wenn sie auch einen Mehrwert für den Kunden darstellen und das eigene Personal im Umgang geschult ist.

Daten sind der Rohstoff, aus dem digitale Geschäftsmodelle aufgebaut sind. Um sie gewinnbringend einzusetzen, sind eine zukunftsfähige Erstellung und eine sinnvolle Stammdatenpflege notwendig. Die Daten müssen relevant, von hoher Qualität, aktuell und konsistent sein. Heutzutage stehen ganz unterschiedliche Arten von Daten zur Verfügung: Kundendaten, Messdaten aus Sensoren, Analysedaten, Monitoring- und Log-Daten aus IT-Systemen, Daten aus bestehenden Datawarehouse-Lösungen oder gar externe Daten aus den sozialen Netzen oder von Geschäftspartnern. Zu den wichtigsten Datenquellen im Facility Management gehören CAFM-, ERP- und CRM-Systeme sowie Sensoren und Kommunikationsdaten aus Dritt-Systemen.[21] Zusätzlich benötigt ein datengetriebenes Unternehmen eine passende Strategie. Das funktioniert am besten, indem gemeinsam mit dem Kunden wertstiftende Use Cases definiert werden.

Abbildung 5: Voraussetzungen für ein erfolgreiches Data-driven Business

Chancen und Risiken

Technologien werden kontinuierlich weiterentwickelt und zur Marktreife gebracht. Mit Robotik, Virtual Reality/ Augmented Reality (VR/AR), Sensorik, Internet of Things (IoT) und Building Information Modelling (BIM) gibt es Technologien, die den Bau, die Nutzung und die Bewirtschaftung von Immobilien verändern können und werden. Bei der digitalen Transformation und Entwicklung datengetriebener Geschäftsmodelle stehen Unternehmen vor unterschiedlichen Herausforderungen wie unklarem Nutzen, fehlenden Fachexperten, Datensicherheit, fehlender Strategie oder auch dem fehlenden Datenzugang.[22] Facility-Management-Dienstleister müssen sich aber auch mit speziellen Problemstellungen in dem heterogenen Marktumfeld beschäftigen. So sollte die Digital-Strategie und somit die datenbasierten Produkte und Services sechs Perspektiven bestmöglich abdecken:

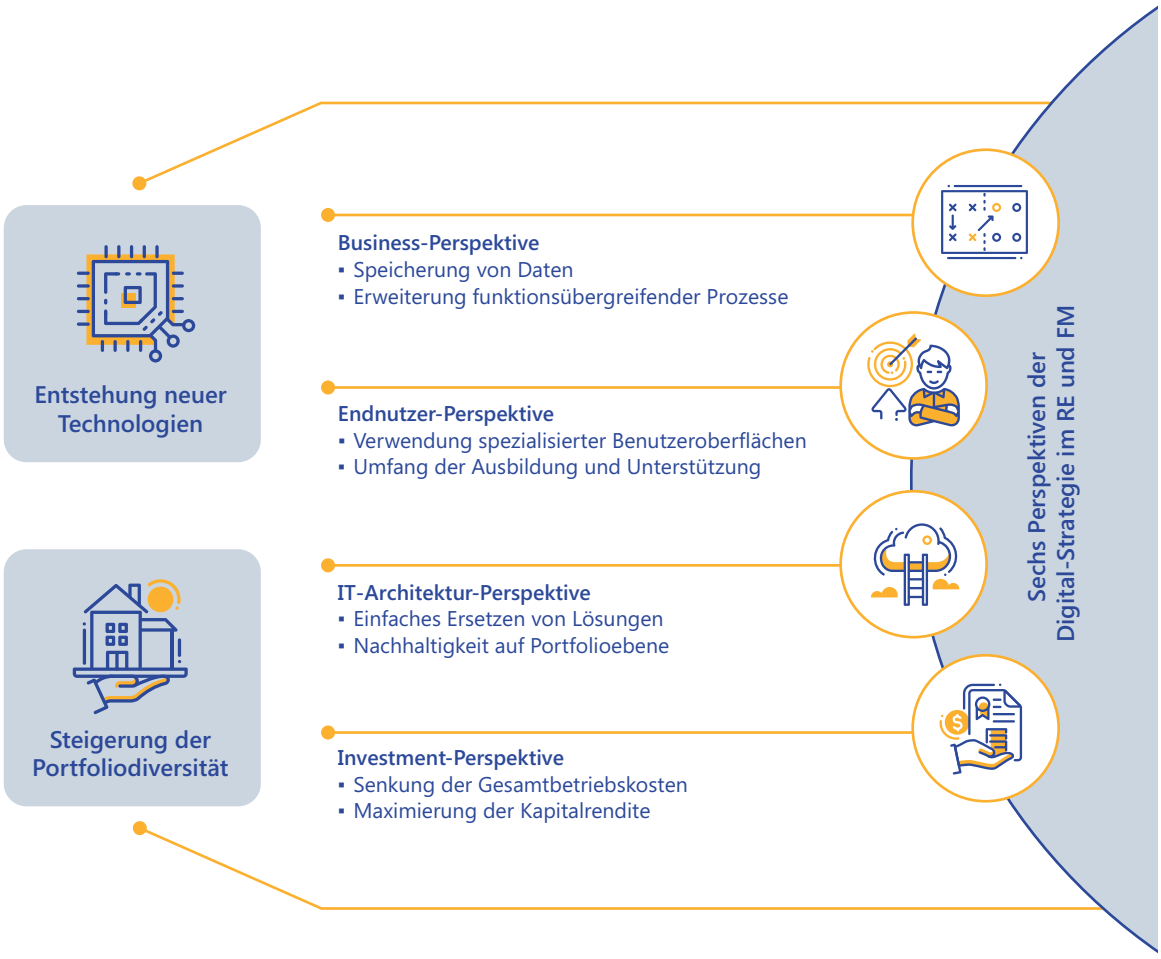

Abbildung 6: Sechs Perspektiven der Digital-Strategie im Real Estate Management und im Facility Management[23]

AKZEPTANZ DER TECHNOLOGIE UND DATENSAMMLUNG

Bei den vielen technischen Möglichkeiten darf eines nicht vergessen werden: Der Kunde entscheidet, welche digital gestalteten Schnittstellen und neuen technischen Lösungen er annimmt und welche nicht. Die Akzeptanz von Lösungen ist stets von den jeweiligen Bedürfnissen des einzelnen Kunden abhängig.

In der Lünendonk®-Studie 2019 „Facility Management in Deutschland. Eine Analyse des Facility-Management-Marktes aus Nutzersicht“[24] war die Digitalisierung ein Schwerpunktthema. Auftraggeber nehmen die voranschreitende Digitalisierung als positivste Marktentwicklung wahr. Das spricht für eine große Akzeptanz von digitalen Services. Des Weiteren erwarten Auftraggeber zukünftig, dass diejenigen Anbieter den Markt dominieren werden, die Intelligenz in die Services und Produkte bringen.

Doch welche Technologien sehen sie dafür? Mit 42 Prozent nennen die Auftraggeber gemeinsame Datenplattformen als wichtigsten Aspekt der Digitalisierung: Gebäudeeigentümer, Real Estate Management, Berater, Endnutzer, Kunden, Mieter und Service-Anbieter haben zeitgleich Zugriff auf den Facility-Management-Prozess. Zu den häufig genannten Aspekten zählen das Internet of Things (36 %) und Sensoren (34 %).

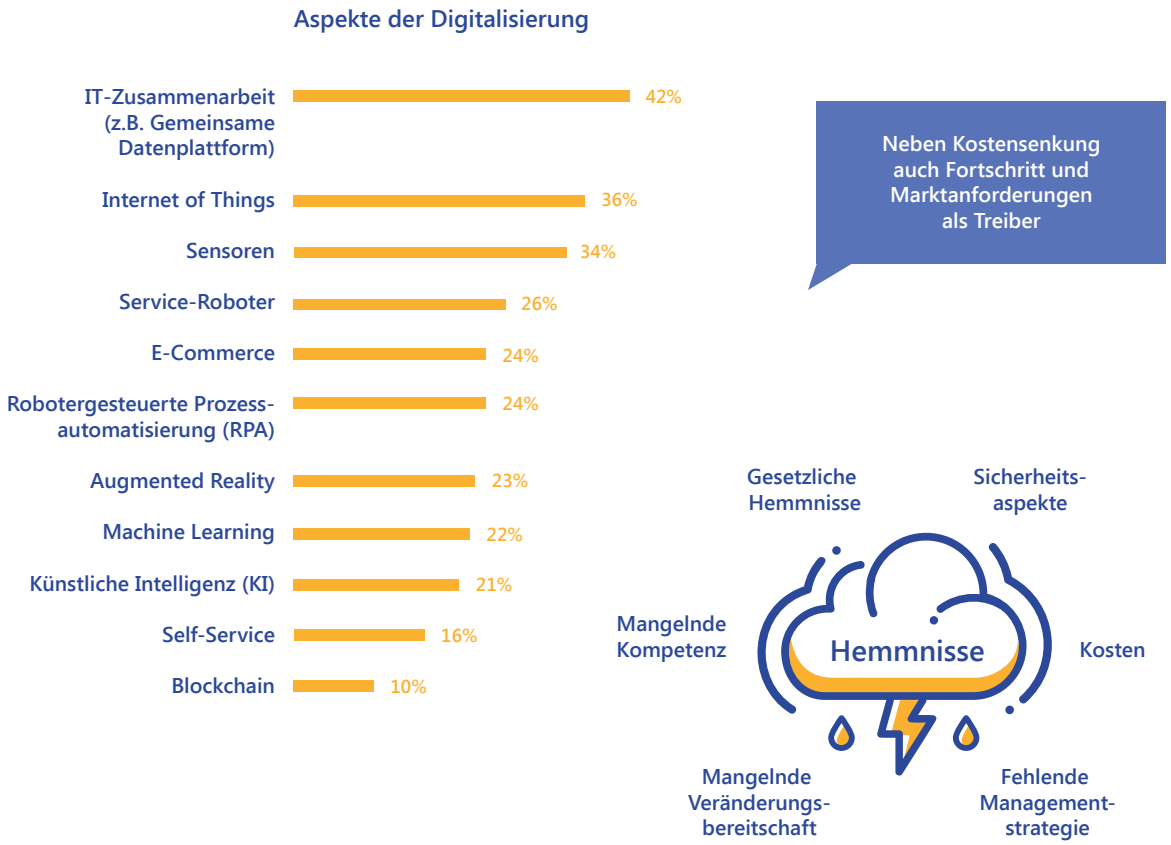

Abbildung 7: Wichtigste Aspekte und Hemmnisse der Digitalisierung aus Auftraggebersicht[25]

Der Blockchain (10 %) werden derzeit weniger Anwendungsmöglichkeiten zugerechnet. Auftraggeber erhoffen sich von den digitalen Gebäudeservices insbesondere Einsparungen durch Effizienzsteigerungen. Die vermuteten hohen Investitionskosten sind zugleich auch das größte genannte Hemmnis für die Anwender. Außerdem gibt es Bedenken in Bezug auf mangelnde Kompetenzen, Veränderungsbereitschaft, Regulatorik, Datensicherheit und eine fehlende Strategie. Können Facility-Management-Dienstleister all diese Bedenken aufgreifen und in ihrem Servicekonzept berücksichtigen, ist von einer hohen Akzeptanz digitaler Konzepte auszugehen.

SKALIERUNG IM HETEROGENEN IMMOBILIENUMFELD

Kaum ein Gebäude gleicht hinsichtlich Bau, Eigenschaften, Beschaffenheit oder Funktion dem anderen. Immobilien haben bereits aufgrund ihres Baujahres unterschiedliche Bewirtschaftungsanforderungen und technologische Möglichkeiten. Bei Neubauten werden Facility Manager inzwischen bereits in den Planungsprozess mit einbezogen, was eine anschließende effiziente Bewirtschaftung ermöglicht. Bei Bestandsgebäuden sieht das anders aus: Liegenschaften müssen nachträglich mit Sensoren ausgestattet werden und Gebäudedaten werden oft nur digital erfasst, wenn Sanierungen oder Reparaturen anfallen.

Die Diversität der Gebäude und die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse stellen Facility Manager besonders bei großen Liegenschaften vor Herausforderungen, selbst wenn das Immobilienvermögen regional konzentriert ist. Allein das Betriebsgelände des Chemiekonzerns BASF am Hauptsitz in Ludwigshafen umfasst beispielsweise rund 2.000 Gebäude, die unterschiedliche Zwecke erfüllen und damit unterschiedliche Anforderungen an den Betrieb stellen. Mit 200 Produktionsanlagen, 230 Kilometern Schienen und nahezu 3.000 Rohrleitungen kommt dem Immobilienmanagement eine wichtige Bedeutung zu.[26] Das heterogene Immobilienumfeld beinhaltet sowohl Kraftwerke als auch einfache Bürogebäude. Diese Heterogenität und Komplexität der Prozesse erschwert die Produkt- und Serviceentwicklung.

MONETARISIERUNG BEI BESTEHENDEM DIENSTLEISTERVERTRAG

Die Investitionen in Digitalisierung und die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle sind häufig beträchtlich. Facility-Management-Dienstleister sehen genauso wie Auftraggeber die hohen Investitionskosten als großes Hemmnis der Digitalisierung. Jeder dritte Facility-Management-Anbieter nennt in der Lünendonk®-Studie 2020 „Facility-Service-Unternehmen in Deutschland" die fehlende Investitionsbereitschaft der Kunden als größtes Hindernis. Inzwischen sind Servicepro-

Gegenstand der Monetarisierung	Erlösstrom	Erlösbeziehung
Physisches Produkt	einmalig ↘	direkt
Traditioneller Service	pro Zeit ↗	indirekt ↗
Digitaler Service ↗	pro Nutzung ↗	
Kundenzugang	pro Erfolg ↗	
Daten ↗		

- zukünftig deutlich wichtiger
- zukünftig deutlich weniger wichtig
- unverändert

Abbildung 8: Erlösmodellveränderungen durch das IoT am Beispiel von Industrieunternehmen[27]

dukte etabliert, die die Investitionskosten über den mehrjährigen Dienstleistungsvertrag refinanzieren. Das Erlösmodell besteht aus drei Dimensionen: Gegenstand der Monetarisierung, Erlösstrom und Erlösbeziehung.

Abbildung 8 zeigt ein Erlösmodell am Beispiel von Industrieunternehmen. Facility Services können in dem Modell dennoch verortet werden. Anhand der Dienstleisterverträge (Werkverträge) werden traditionelle Services als Gegenstand der Monetarisierung marktüblich erfolgsbezogen berechnet. Auftraggeber und Auftragnehmer stehen dabei in einer direkten Erlösbeziehung. Digitale Geschäftsmodelle verändern die Ausgestaltung der Monetarisierung.

Digitale Services werden überwiegend in Form von Lizenzmodellen angeboten. veräußert; diese kann unbefristet, benutzer- oder rechenleistungsgebunden sein. Die Abrechnung erfolgt in Form eines Abonnements oder nach Benutzung. Ein Beispiel hierfür sind selbstlernende Systeme zur automatisierten Steuerung der Gebäudeleittechnik, die über eine monatliche Gebühr abgerechnet werden. Erfolgsabhängige Erlösströme bekommen in Zuge der Digitalisierung eine weitere Bedeutung: Im B2B-Umfeld beginnen erste Unternehmen, die Vergütungshöhe für ihre Produkte variabel an vorher vereinbarte Kennzahlen zu knüpfen. Diese korrelieren direkt mit dem Mehrwert für den Kunden. Einige Maschinen- und Anlagenbauer bepreisen zum Beispiel ihre Predictive-Maintenance-Anwendung anhand der jeweiligen Anlagenverfügbarkeit. Eine Vergütung ist dabei nur fällig, wenn ein bestimmter Mindestwert erreicht wird.[28] Die Monetarisierung digitaler Services kann bei der Gestaltung des Facility-Management-Vertrags berücksichtigt werden. Möchte der Kunde während eines laufenden Dienstleistungsvertrags neu entwickelte digitale Services nutzen, muss eine passende individuelle Lösung zwischen den Vertragspartnern gefunden werden.

ORIENTIERUNG IN DER DATENFLUT

Im Jahr 2019 gingen in Deutschland rund 18 Millionen Maschinen, Sensoren und Autos zusätzlich ins Netz.[29] Die Schätzung des weltweiten Datenvolumens von 33 Zettabyte im Jahr 2018 von IDC lässt annehmen, dass sich in der Masse an Daten auch viel „digitaler Müll" befindet. Laut einer älteren Studie von EMC waren 2013 nur 22 Prozent aller Daten nutzbar. Von diesem Anteil wiederum wurden nur 5 Prozent ausgewertet.

Letzterer Anteil liegt heutzutage zwar höher, dennoch gibt es Unmengen an ungenutzten und nicht nutzbaren Daten. Gerade in der Anfangsphase der Sammlung möchten Unternehmen so viele Daten wie möglich speichern und keine wertvollen Informationen ungenutzt lassen. Doch wie generiert man aus diesen Datenmengen noch Mehrwerte? Daten erweisen sich als qualitativ, wenn sie vollständig, konsistent und zeitlich relevant sind.

Gesetzliche und rechtliche Anforderungen

Mit der seit 2018 gültigen EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) ist der Schutz der personenbezogenen Daten zentrales Thema bei der Digitalisierung. Unternehmen sind verpflichtet, mit jedem Kunden und mit jedem Lieferanten, der mit Unternehmensdaten umgeht, Datenschutzvereinbarungen zu treffen. Das ist auch im Umgang mit Gebäudenutzungsdaten der Fall.

Deshalb schrecken häufig Unternehmen vor datengetriebenen Geschäftsmodellen zurück. Beim Austausch von Daten ist vor allem die Frage des Eigentums oder des Herrschaftsrechts entscheidend. Hinzu kommen weitere Aspekte wie die Sicherheit vor Hackerangriffen und die Betreiberhaftung. All diese Anforderungen müssen bei der Datenstrategie berücksichtigt werden.

EXKURS

PROPTECHS: IDENTIFIKATION NUTZENSTIFTENDER PRODUKTE

Digitale Geschäftsmodelle verbindet man oft direkt mit Start-ups. In der Immobilienbranche sind das Proptechs (von Property Technology). Proptechs sind Unternehmen, die durch innovative Entwicklungen in der Immobilienbranche bestehende analoge Prozesse oder ganze Geschäftsmodelle optimieren und in die digitale Welt übertragen.[30] Laut der branchenübergreifenden IW-Analyse entstehen datengetriebene Geschäftsmo-

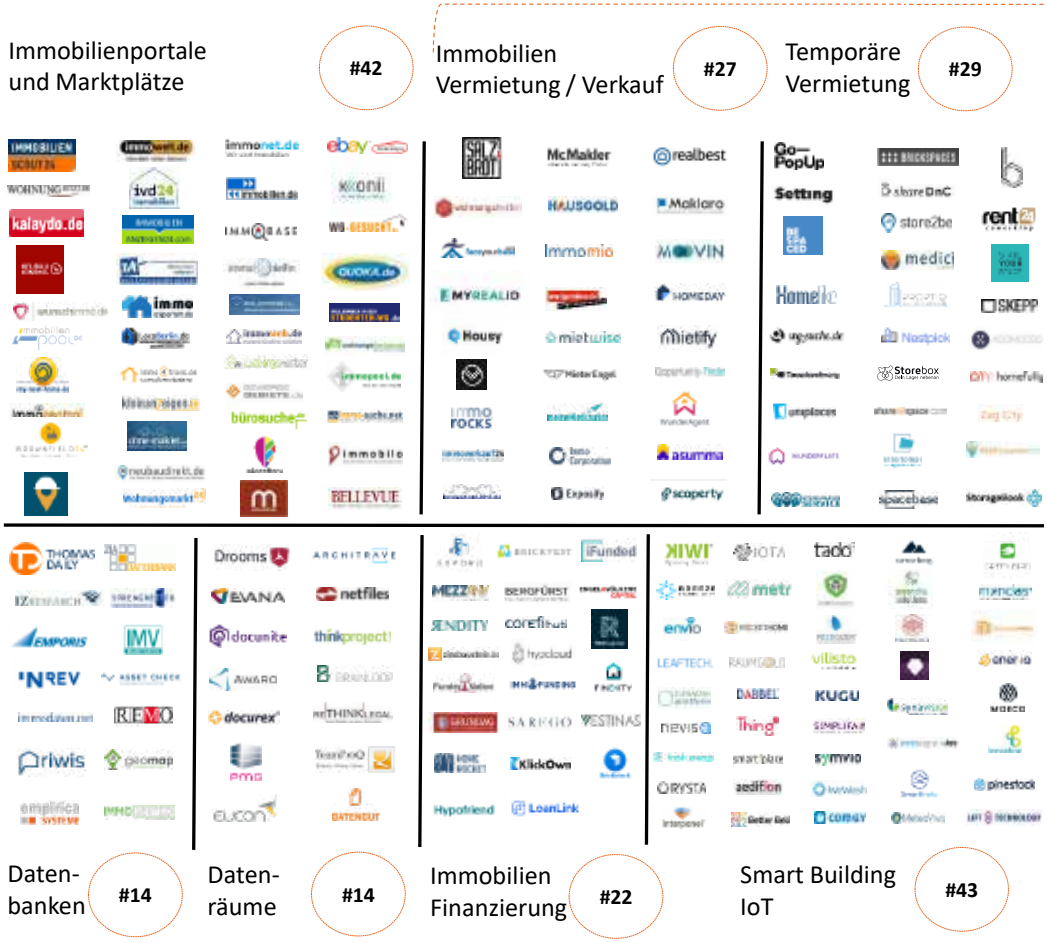

Abbildung 9: ProTechs in Deutschland[32]

delle mit 24 Prozent relativ selten als Ergebnis einer Kooperation von etablierten Unternehmen mit Start-ups.[31] Die meisten Proptech-Unternehmen sind schwerpunktmäßig auf Vermietung, Planen und Bauen und Smart Buildings ausgerichtet. Einige davon sind für das Facility Management von größerer Bedeutung. Kooperationen mit Proptechs erweisen sich oft dann als sinnvoll, wenn die Lösungen passgenau auf einen Kunden zugeschnitten sind. Dienstleister müssen für sich identifizieren können, welche Leistungen und Produkte wirklich nutzenstiftend, in der Praxis anwendbar und skalierbar sind.

Effekte der Datenorientierung

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Klar ist: Die Analyse von Daten zeigt Verhaltensmuster auf, wodurch zuverlässige Vorhersagen getroffen werden können. Außerdem liefert sie wertvolle Einblicke in Beziehungen zwischen Geschäftstätigkeit, Mitarbeitern und Anlagen. Facility-Management-Dienstleister sind durch dieses Wissen in der Lage, ihre Services zu verbessern und einfacher mit Kunden und Drittdienstleistern zu kooperieren. Damit unterstützen sie ihre Kunden dabei, Kosten und Risiken zu reduzieren.

Datengetriebene Servicemodelle führen zu Aufwands- und Kostenverschiebungen. Zu Beginn sind Investitionen in Sensoren, Analytics-Tools, Schnittstellen und Entwicklung notwendig. Bei einem manuellen Prozess entstehen die Kosten bei Durchführung der Leistung. Hoch belastete Aufzugsanlagen, etwa in Shoppingcentern, müssen zum Beispiel in relativ kurzen Abständen gewartet werden. Bei jeder Wartung oder jedem ungeplanten Ausfall fallen Kosten an. Der Einsatz vorausschauender Wartung bringt zwar zu Beginn Investitionskosten und Implementierungsaufwände mit sich, führt im Betrieb der Anlage über den gesamten Lebenszyklus hinweg aber langfristig zu Kosteneinsparungen: Erstens werden Ausfälle vermieden, zweitens wird die Wartung effizienter durchgeführt.

In Zukunft werden Kosteneinsparungen über die Erhöhung des Return on Investment (ROI) im Flächen- und Workplace-Management relevanter. Flächenkosten gehören in der Regel zu den Top-5-Kosten von Unternehmen.[33] Außerdem steigen Mietpreise für Gewerbeflächen und Büroimmobilien in Deutschland von Jahr zu Jahr an. Digitale Geschäftsmodelle wie „Building as a Service" werden deshalb in Zukunft relevanter. Die Leistung beinhaltet, dass ein Dritter ein Gebäude baut und Unternehmen dann auf monatlicher Basis flexibel und je nach Bedarf Arbeitsfläche mieten können.

NEUE UNTERNEHMENSKULTUR

Letztendlich ist die Einführung eines Data-driven Business die Einführung einer neuen Unternehmenskultur. Alte Prozesse und Verhaltensweisen werden aufgebrochen und Entscheidungen auf Datenbasis getroffen. Alle Mitarbeiter müssen die Potentiale von Daten, Datenanalysen, Datenprodukten oder KI-Anwendungen in ihrem Geschäftsbereich erkennen und in ihrer Denkweise verinnerlichen. Die Fähigkeit zur strukturierten Datenanalyse erhöht die Kundenzufriedenheit und öffnet für Dienstleister Türen, eine langfristige Zusammenarbeit mit seinen Kunden aufzubauen. Durch nachhaltige Renditeoptimierung und -stabilisierung positionieren sich Gebäudedienstleister als strategische Partner.

Vor dem Hintergrund dieser Positionierung sollten Gebäudedienstleister die digitale Transformation annehmen und ihre Geschäftsmodelle anpassen. Erste erfolgreiche Implementierungen gibt es bereits. Best-Practice-Konzepte erfolgreicher datengetriebener Geschäftsmodelle anderer B2B-Industrien können helfen, die FM-Branche für das Thema zu sensibilisieren. Dazu sollten sich Unternehmen mit wissenschaftlichen Akteuren und Proptechs vernetzen, um wichtige Impulse für die Datenverwertung von der Theorie bis hin zur Umsetzung in der Praxis zu setzen. Auch die Politik kann Unternehmen bei der Transformation unterstützen. Die Unsicherheit in Bezug auf Datenschutz und Datenhoheit steht der Etablierung datengetriebener Geschäftsmodelle im Weg. Durch eine klare Regulierung vor allem nicht personenbezogener Daten kann die Politik Unternehmen diese Unsicherheit nehmen.

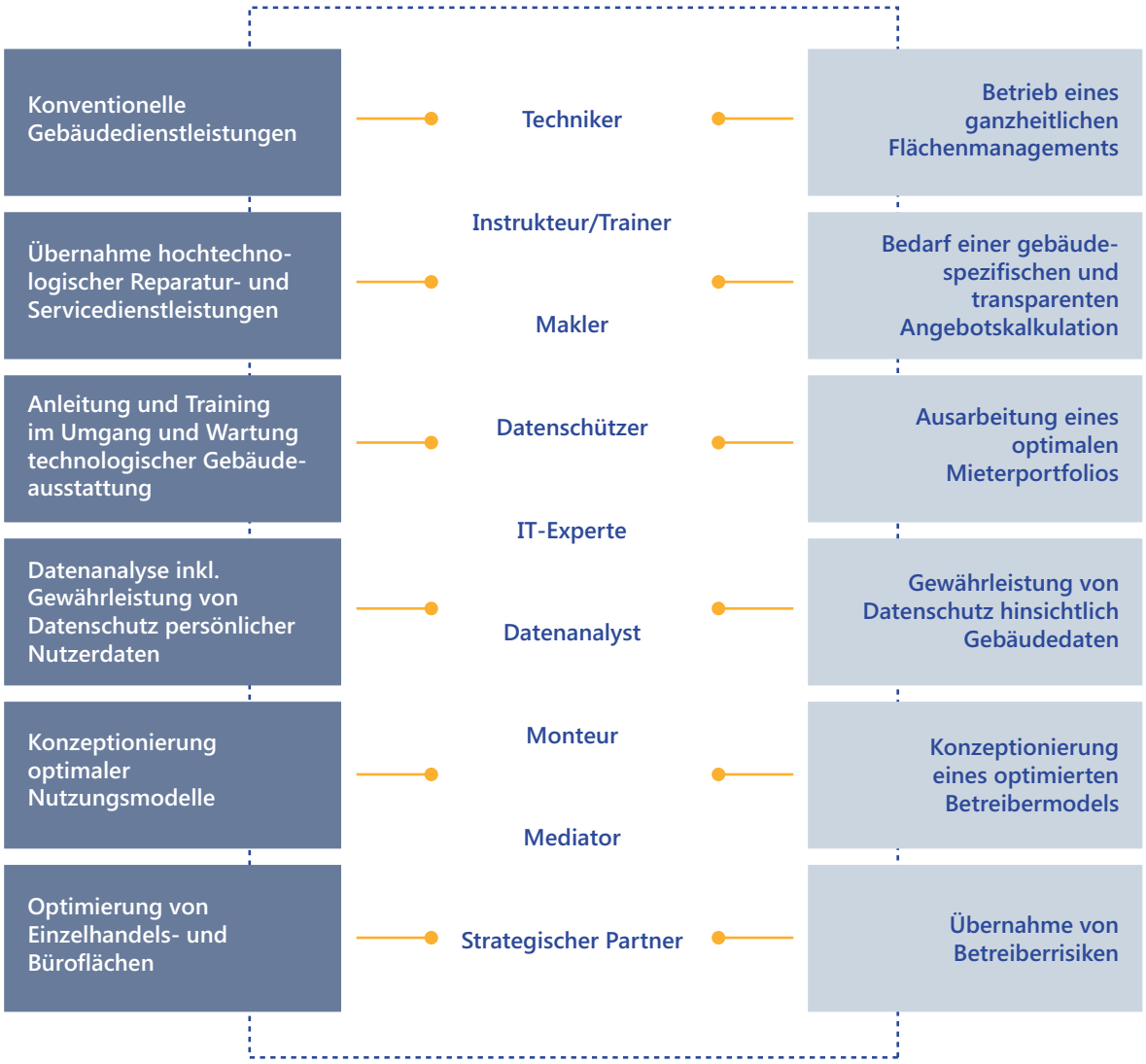

Abbildung 10: Die zukünftigen Rollen der Immobiliendienstleister[34]

"Der Markt verändert sich – aber Dienstleister, die diesen Wandel annehmen, werden davon profitieren."

Nils Lueken, Geschäftsführer, RGM Facility Management GmbH

DATENORIENTIERUNG IM FACILITY MANAGEMENT – ENABLER ODER STOLPERSTEIN?

Die Unternehmensgruppe Gegenbauer, in diesem Jahr in die Top 5 der größten Facility-Services-Dienstleister Deutschlands vorgerückt, deckt über ihre 100%-ige Beteiligung RGM Facility Management GmbH das komplette Spektrum der technischen Bewirtschaftung komplexer Einzelimmobilien, großer Immobilienportfolios sowie industrieller Liegenschaften ab. Nils Lueken, Geschäftsführer der RGM Facility Management GmbH, im Gespräch mit Lünendonk über die Rolle der Transparenz in der Leistungserbringung bei B2B-Dienstleistungen, wie die Potenziale der Digitalen Transformation im Facility Management auf die Straße gebracht werden können – und was das für die Rollenverteilung im Gebäude bedeutet.

Interview: Lünendonk im Gespräch mit Gegenbauer

LÜNENDONK: *Herr Lueken - die Orientierung hin zu datenbasierten Produkten und Dienstleistungen ist über zahlreiche Branchen hinweg wahrzunehmen. Wie beurteilen Sie die Lage im Facility Management?*

NILS LUEKEN: Auch im Facility Management erfahren Daten einen Wandel vom Nebenprodukt der Leistungserbringung hin zur strategischen Ressource. Gerade im Betrieb von Immobilien fallen Unmengen von Daten unterschiedlichen Typs und Ursprungs an. Hier besteht ein klarer Anspruch seitens der Kunden, diese Potenziale zu nutzen, um den Gebäudebetrieb effizienter zu gestalten. Indem wir als FM-Dienstleister Daten verwertbar machen, stärken wir unsere Position im Wettbewerb.

LÜNENDONK: *Was bedeutet Data-driven Business im Facility Management ganz konkret?*

NILS LUEKEN: Data-driven Business stellt Daten in den Mittelpunkt der Dienstleistung. Das heißt, auf verschiedenen Ebenen im Unternehmen und an der Schnittstelle zum Auftraggeber, Informationen als Handlungsgrundlage bereitzustellen – etwa, wenn der Techniker im Gebäude datenbasiert Entscheidungen trifft oder schon seine Arbeitsaufträge datenbasiert generiert werden, zum Beispiel auf der Grundlage von Frequenzmessungen im Gebäude oder Klimainformationen. Lückenlose digitale Vorgangserfassung reduziert dann in der Folge den manuellen Aufwand im Reporting, dem Kunden und den Nutzern wird datenbasiert Transparenz über das Gebäude geschaffen. Über die operative Leistungserbringung vor Ort hinaus bedeutet es auch, Muster und Zusammenhänge in den angeknüpften kaufmännischen und administrativen Prozessen zu untersuchen, um diese zu optimieren.

LÜNENDONK: *Zeichnet sich durch diese Entwicklung ein struktureller Umbruch im Geschäftsmodell Facility Management ab?*

NILS LUEKEN: Grundsätzlich vereinfacht die fortschreitende Digitalisierung die Umstrukturierung und Neuverteilungen einzelner Aufgaben im Gebäude, was den Markt potenziell weiter fragmentieren kann. Die steigende Datenverfügbarkeit führt zu höherer Skalierbarkeit von Lösungen – das sorgt dafür, dass potenziell mehr Player auf den Markt aufmerksam werden. Hochspezialisierte, branchenfremde Lösungsentwickler vereinnahmen einzelne Aufgaben im Gebäude und können so zu Marktbegleitern werden. Insofern ja, der Markt verändert sich. Es wird nicht mehr nur rein technisch-analog gewirtschaftet, sondern zunehmend auch digital. Aber: Dienstleister, die diesen Wandel annehmen, indem sie Wertschöpfungsnetzwerke mit aufbauen, werden von ihm profitieren. Der Anspruch von Gegenbauer ist es, hier proaktiv zu gestalten und Mehrwerte über Kooperation und Datenverfügbarkeit anzubieten.

LÜNENDONK: *Wie geht Gegenbauer dabei vor?*

NILS LUEKEN: Intern konzentrieren wir uns auf saubere Datenerfassung und Datenhaltung, die Grundlage für die Zukunftsfähigkeit unserer Arbeit. Um

extern unseren Kunden eine breite Palette digitaler Services bieten zu können, setzen wir neben dem Aufbau eigener Ressourcen zunehmend auch auf Innovation durch Kooperation: Indem wir ausgereifte Lösungen von PropTechs und etablierten Anbietern in unser Dienstleistungsangebot integrieren, können wir unsere Auftraggeber sehr individuell bedienen. Wir bauen unsere digitale Infrastruktur weiter aus und bieten unseren Kooperationspartnern Schnittstellen. Das Ziel ist es, unsere Kunden umfassend zu informieren: Operative Reports aus unserem CAFM-System, Verbrauchswerte aus dem Gebäude und digitale Services unserer Kooperationspartner sollen an einer Stelle gebündelt verfügbar sein.

LÜNENDONK: *Die steigende Anzahl an Akteuren im und um das Gebäude macht die Lage nicht übersichtlicher. Welche Bedeutung hat das für die Rollenverteilung im Gebäude?*

NILS LUEKEN: Auftraggeber haben weiterhin Bedarf nach einem zentralen Ansprechpartner im Gebäude, der sie bei sämtlichen Belangen – ob analoge oder digitale – unterstützt. Diese Rolle ist uns in der Vergangenheit ja auch schon zugefallen, zum Beispiel, wenn wir Teile des Leistungsbilds an qualifizierte Drittdienstleister oder Schwesterunternehmen im eigenen Haus ausgelagert haben. Unsere Aufgabe in Zukunft ist es, traditionelle und neu entstehende Aufgabenfelder zu verknüpfen und Kompatibilität mit allen Beteiligten zu schaffen. So halten wir auch im zunehmend digital geprägten Umfeld eine starke Position.

LÜNENDONK: *Woher kommt diese Zuversicht?*

NILS LUEKEN: Aus der Praxis. Ein Beispiel: Im Berliner cube, einem der modernsten Gebäude Europas, das wir seit Jahresanfang bewirtschaften, fällt uns neben der Erbringung von Leistungen des technischen FMs auch die Koordination der zahlreichen Digitalisierungs-Dienstleister zu. Auch wenn unsere klassische Leistungserbringung durch digitale Produkte von Drittanbietern ergänzt werden, bleibt die RGM mit qualifizierten Haustechnikern erster Ansprechpartner vor Ort und verteilt darüber hinaus Aufgaben an Nachunternehmer, auch die digitalen. Das Wissen um das Zusammenspiel der Gewerke und der Blick auf das Gebäude im Ganzen liegt – vor allem im beschriebenen, zunehmend fragmentierten Gebäudeumfeld – nach wie vor im FM, das auch in Zukunft ein People´s Business bleiben wird. Auf dieser Konstellation ruhen wir uns nicht aus, doch sie bietet uns Orientierung für unsere strategischen Entwicklungsziele.

LÜNENDONK: *Welchen praktischen Nutzen haben Ihre Kunden von gesteigerter Innovationskraft und dem datengetriebenen Ansatz?*

NILS LUEKEN: Mehr Effizienz, mehr Transparenz, höhere Geschwindigkeit – und nicht zuletzt einen höheren Gebäudewert. Ein Dienstleister, der vorhandene Daten im Gebäude nutzt und Konnektivität zu smarten Partnern bietet, kann die Betriebskosten nachhaltig senken und Anlagenverfügbarkeit merkbar erhöhen. Daraus folgt eine Steigerung der in der Betriebsphase erzielbaren Erträge, was den Zusammenhang zum Immobilienwert erklärt. Ein FM-Dienstleister mit digitalen Kompetenzen kann also nicht nur Werte erhalten, sondern auch steigern. Zukunftsorientierte Bestandshalter erkennen diese Entwicklung und freuen sich, die RGM als zuverlässigen Partner bei der Bewirtschaftung an der Seite zu haben.

LÜNENDONK: *Mit wachsender Informationsverfügbarkeit geht auch eine zunehmende Transparenz über Ihre Arbeit einher – ist das eine positive Entwicklung?*

NILS LUEKEN: Ja. Die lückenlose Erfassung von Vorgängen vereinfacht viele Aspekte unseres Gesamtprozesses – von der datenbasierten Optimierung bis zum automatisierten Reporting. Wir haben kein Problem mit mehr Transparenz, sie steigert vielmehr die Kundenbindung und erhöht das Vertrauen. Transparenz schaffen, Perspektiven entwickeln – das haben wir uns schon vor langer Zeit auf die Fahne geschrieben. Daher ist diese Entwicklung als große Chance zu sehen.

UNTERNEHMENSPROFIL

Gegenbauer

Unternehmensgruppe Gegenbauer

Die Unternehmensgruppe Gegenbauer zählt zu den führenden Anbietern für Facility Management in Deutschland. Mit projektspezifischen, richtungweisenden Lösungen entlasten wir unsere Auftraggeber umfassend und effektiv. Durch die qualitätsorientierte Optimierung von Prozessen und die gezielte Senkung von Kosten tragen wir zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden bei. Dabei übernehmen wir Verantwortung für alles, was nicht das Kerngeschäft des Immobiliennutzers umfasst, jedoch für den Werterhalt und die Verfügbarkeit von Liegenschaften und Anlagen unerlässlich ist: von der technischen Bewirtschaftung über die Gebäudesicherung und die Gewährleistung einer gepflegten Atmosphäre bis hin zur Entlastung in kaufmännischen Angelegenheiten.

Mit einem Servicenetzwerk von rund 40 Niederlassungen ist Gegenbauer in allen wirtschaftsstarken Ballungsräumen und Metropolregionen Deutschlands sowie in ausgewählten europäischen Ländern präsent. Über 18.000 qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 70 Berufen erbringen das komplette Leistungsportfolio der Immobilienbewirtschaftung für renommierte Auftraggeber aus Industrie, Handel und öffentlicher Hand sowie für kommunale Institutionen, Wohnungsunternehmen und Einrichtungen des Gesundheitswesens.

Eine überdurchschnittlich ausgeprägte Eigenleistungstiefe von fast 80 Prozent und ein ausgeprägtes, herstellerunabhängiges Betreiber-Know-how gewährleisten die Erfüllung höchster Qualitätsansprüche und die zuverlässige Umsetzung individueller Kundenanforderungen.

KONTAKT
Fritz-Klaus Lange
Co-Vorstandsvorsitzender
Gegenbauer Holding SE & Co. KG
Vorsitzender der Geschäftsführung
RGM Facility Management GmbH
Triftweg 18, 16547 Birkenwerder
Telefon: +49 (0) 30 44670 - 0
Telefax: +49 (0) 30 44670 - 90101
E-Mail: fritz-klaus.lange@gegenbauer.de
Internet: www.gegenbauer.de

UNTERNEHMENSPROFIL

LÜNENDONK

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Management- und IT-Beratung, Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung, Facility Management und Instandhaltung sowie Personaldienstleistung (Zeitarbeit, Staffing).

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarkings und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden Lünendonk®-Listen und -Studien heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden und für Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Unternehmer mit den Lünendonk®-Service-Awards aus.

KONTAKT

Jörg Hossenfelder
Geschäftsführender Gesellschafter
Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim
Telefon: +49 (0) 82 61 7 31 40 - 0
Telefax: +49 (0) 82 61 7 31 40 - 66
E-Mail: hossenfelder@luenendonk.de
Internet: www.luenendonk.de

FUSSNOTEN

[1] https://www.planungsmethode-bim.com/2019/07/02/bim-2019-studie-zeigt-wie-es-aktuell-am-bau-um-bim-bestellt-ist/
[2] Lünendonk®-Whitepaper 2019: Digitales Facility Management – Sensorik in Immobilie, Industrie und Infrastruktur als Basis für das digitale Facility Management (https://www.luenendonk.de/produkte/studien-publikationen/luenendonk-whitepaper-2019-digitales-facility-management/)
[3] https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf
[4] IW-Report 09/20: Wie datengetrieben sind Geschäftsmodelle in Deutschland? Analyse des Status quo, Manuel Fritsch, Alevtina Krotova, 11.03.2020
[5] Auf dem Weg zum datengetriebenen Unternehmen, in: NZZ Verlagsbeilage #spielend_digital, 07.11.2019, S. 8
[6] Angelehnt an https://medium.com/milosradovic/die-3-wichtigsten-merkmale-des-data-driven-business-von-insights-%C3%BCber-relevanz-hin-zu-wachstum-813fcb3dec47
[7] Lünendonk®-Themendossier 2020: Process Analytics. Revolution der Geschäftsprozessoptimierung in Financial-Services-Unternehmen (https://www.luenendonk.de/aktuelles/themen-trends/luenendonk-themendossier-zu-process-analytics-in-zusammenarbeit-mit-horn-company/)
[8] Davonport, Thomas H.; Harris, Jeanne G.: Competing on Analytics. The New Science of Winning, Harvard Business Review Press, 2017
[9] PwC: Real Estate Asset Manager Benchmarking Survey 2018, Digitale Transformation
[10] Lünendonk & Hossenfelder GmbH: CAFM-Trendreport 2019 (https://www.luenendonk.de/aktuelles/presseinformationen/gefma-cafm-trendreport-2019/)
[11] https://www.instandhaltung.de/instandhaltung-4-0/hier-ist-predictive-maintenance-tatsaechlich-im-einsatz-106.html
[12] Lünendonk & Hossenfelder GmbH: 360°-Studie: Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft, 2018 (https://www.luenendonk.de/produkte/studien-publikationen/luenendonk-360-grad-studie-digitalisierung-in-der-immobilienwirtschaft/)
[13] Deloitte: Daten sind das neue Gold. Immobiliendienstleistung 2030, S. 5
[14] ZIA und EY Real Estate: Gebaut auf Daten – digitale Immobilienwirtschaft. Vierte Digitalisierungsstudie, 2019
[15] ZIA und EY Real Estate: Gebaut auf Daten – digitale Immobilienwirtschaft. Vierte Digitalisierungsstudie, 2019
[16] May, Michael (Hrsg.): CAFM-Handbuch. Digitalisierung im Facility Management erfolgreich einsetzen, 4. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden 2018, S. 378
[17] May, Michael (Hrsg.): CAFM-Handbuch. Digitalisierung im Facility Management erfolgreich einsetzen, 4. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden 2018, S. 378
[18] https://fm-die-moeglichmacher.de/facility-management/zukunftsthema/predictive-maintenance/
[19] https://de.mathworks.com/company/user_stories/buildingiq-develops-proactive-algorithms-for-hvac-energy-optimization-in-large-scale-buildings.html
[20] https://www.dabbel.eu/de/technologie/
[21] Auf dem Weg zum datengetriebenen Unternehmen., in: NZZ Verlagsbeilage #spielend_digital, 07.11.2019, S. 8.
[22] IW-Report 09/20: Wie datengetrieben sind Geschäftsmodelle in Deutschland? Analyse des Status quo, Manuel Fritsch, Alevtina Krotova, 11.03.2020
[23] Planon Webinar: How to leverage you IT strategy for Real Estate and Facility Management; 16.06.2020
[24] Die Studie steht unter www.fm-die-moeglichmacher.de kostenfrei zum Download bereit.
[25] Lünendonk®-Studie 2019 „Facility Management in Deutschland. Eine Analyse des Facility-Management-Marktes aus Nutzersicht“ (https://www.luenendonk.de/aktuelles/presseinformationen/facility-service-auftraggeberbefragung-personalmangel-digitalisierung-und-nachhaltige-services-sind-wichtigste-zukunftsthemen/)
[26] https://www.basf.com/global/de/who-we-are/organization/locations/europe/german-sites/ludwigshafen.html
[27] Tresmo: Whitepaper „Erfolgreiche IoT-Geschäftsmodelle“
[28] Tresmo: Whitepaper „Erfolgreiche IoT-Geschäftsmodelle“
[29] https://www.industry-of-things.de/den-daten-tsunami-baendigen-und-gewinnbringend-nutzen-a-922490/
[30] https://www.proptech.de/2016/10/11/proptech-uebersicht/
[31] IW-Report 09/20: Wie datengetrieben sind Geschäftsmodelle in Deutschland? Analyse des Status quo, Manuel Fritsch, Alevtina Krotova, 11.03.2020
[32] https://www.gewerbe-quadrat.de/proptech-april-2020/
[33] May, Michael (Hrsg.): CAFM-Handbuch. Digitalisierung im Facility Management erfolgreich einsetzen, 4. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden 2018, S. 383
[34] Deloitte: Daten sind das neue Gold. Immobiliendienstleistung 2030

IMPRESSUM

Herausgeber:
Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Maximilianstraße 40
87719 Mindelheim

Telefon: +49 (0) 82 61 7 31 40 - 0
Telefax: +49 (0) 82 61 7 31 40 - 66
E-Mail: info@luenendonk.de
Internet: www.luenendonk.de

Autoren:
Jörg Hossenfelder, Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Lena Krumm, Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Benedikt Köhler, Digitale Transformation,
RGM Facility Management GmbH

Bildquellen:
Titel © Fotolia / 127449472_M
© Fotolia / 61609840_JFL Photography
© Fotolia / 169129041_Goodvibes Photo
Seite 4 © AdobeStock / 239153783_WrightStudio
Seite 27 © Fotolia / 169129041_Goodvibes Photo

Gestaltung:
K16 GmbH, Hamburg

Copyright © 2020
Lünendonk & Hossenfelder GmbH, Mindelheim
Alle Rechte vorbehalten

LÜNENDONK

ÜBER LÜNENDONK & HOSSENFELDER

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Management- und IT-Beratung, Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung, Facility Management und Instandhaltung sowie Personaldienstleistung (Zeitarbeit, Staffing). Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien" heraus. Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalisten.

- Wirtschaftsprüfung / Steuerberatung
- Managementberatung
- Technologieberatung / Engineering Services
- Informations- und Kommunikationstechnik
- Facility Management / Industrieservice
- Zeitarbeit / Personaldienstleistungen

Erfahren Sie mehr unter

http://www.luenendonk.de

MARKTFORSCHUNG UND MARKTBERATUNG AUS EINER HAND