



Innovationsbarometer der Immobilienwirtschaft 2019

Ergebnisbericht

EBS Universität für Wirtschaft und Recht
EBS Business School
EBS Real Estate Management Institute (EBS REMI)

Das Real Estate Institute der EBS Universität widmet sich seit 2014 mit dem Forschungsschwerpunkt **Real Estate Innovation, Entrepreneur- and Leadership** in Forschung und Lehre der Zukunft der Immobilienwirtschaft. In der vorliegenden Studie liegt der Fokus auf „Innovation in der Immobilienwirtschaft“. Die Forschungsstelle wird gefördert und unterstützt von unseren Partnern, der **Real I.S. AG** und der **CBRE GmbH**, denen hierfür unser herzlichster Dank gilt!



Autor

Dr. Susanne Hügel, Katharina Oetken

Datenerhebung

Dr. Susanne Hügel, Prof. Dr. Kerstin Hennig

Wiesbaden, März 2019

Innovation: Push or Pull?

Die Bedeutung von Innovationen für die Wettbewerbsfähigkeit und das langfristige Bestehen eines Unternehmens ist unbestritten. Dennoch fällt es oft schwer, die Routinen des Alltags zu durchbrechen und neue Wege zu beschreiten. Jede Zeit bringt Wellen der Veränderungen und damit verbundene Herausforderungen mit sich, denen sich die Unternehmen stellen müssen, um sich selbst zu verändern und so die eigene Zukunftsfähigkeit zu sichern.

Blickt man auf die Entwicklungen in der Immobilienwirtschaft zurück, so war im vergangenen Jahr vermehrt von Kollaborationen verschiedener Ausprägungen die Rede: Neben den naheliegenden Kooperationen zwischen Etablierten und jungen PropTech Startups wurden auch Kollaborationen zwischen etablierten Marktakteuren angestoßen, die beispielsweise gemeinsam das Thema der Standardisierung vorantreiben wollen, als auch Kollaborationen zwischen PropTech Startups untereinander, die durch die Verkettung ihrer „Insellösungen“ die Wertschöpfungskette für den Kunden verlängern. Neben dem breiteren Technologie-Interesse kann der Branche auch eine hervorragende Marktlage zugeschrieben werden. Es stellt sich daher auch die Frage, inwieweit dieses positive Umfeld zu „Market-Pull“ oder „Technology-Push“ Innovationen führt.

Viele verfügbare Studien und Berichte widmen sich Innovationen in bestimmten Tätigkeitsfeldern der Immobilienwirtschaft (z.B. Innovationen in der Finanzierung), einem ganz bestimmten Phänomen (z.B. der Blockchain-Technologie) oder allgemein den PropTech Startups als neue Marktteilnehmer mit technologiebasierten Geschäftsmodellen. Dahingegen nähert sich die vorliegende Studie – das **INNOVATIONSBAROMETER DER IMMOBILIENWIRTSCHAFT 2019** – dem Thema Innovation und Transformation mit einem weitaus umfänglicheren Ansatz: die Studie untersucht die Immobilienwirtschaft in ihrer Breite und Heterogenität, wobei sie unter Einbeziehung etablierter Marktteilnehmer aus den einzelnen Subsektoren den aktuellen Transformationsdruck auf die Immobilienwirtschaft ermittelt und damit die Notwendigkeit von Innovationen darstellt. Zudem wurden dieses Jahr erstmalig auch die neuen Marktteilnehmer, (B2B) PropTech Startups, in einer eigenen Sektion nach derselben Methodik untersucht, um so eine Vergleichbarkeit zu den Etablierten herzustellen. Zusätzlich liefert das Innovationsbarometer aufgrund der regelmäßigen jährlichen Durchführung eine Vergleichbarkeit der Akteure bzw. Subsektoren über die Zeit. Durch diesen übergreifenden und explorativen Ansatz macht das Innovationsbarometer nicht nur den Status Quo, sondern auch die Entwicklung der Immobilienwirtschaft transparent.

Überblick

1. MANAGEMENT SUMMARY

2. TRANSFORMATION, INNOVATION UND DISRUPTION

- Begriffsverständnis
- Wie Disruptionen ganze Industrien umkrempeln können...

3. INNOVATIONSBAROMETER DER IMMOBILIENWIRTSCHAFT

- Definition und Ziel
- Studiendesign
- Treiber für Transformation
- Messung des Transformationsdrucks
- Kategorisierung der Immobilienwirtschaft

4. STUDIENERGEBNISSE 2019

- Einzelergebnisse der 5 Kategorien
- Gesamtergebnis 2019
- Gefahrenpotenzial im Vergleich zum Vorjahr
- Zusammenfassung
- Fazit

MANAGEMENT SUMMARY

Management Summary

Der **Transformationsdruck** der einzelnen Subsektoren hat sich einander stark angenähert und ist nun sehr **homogen**. Abweichungen gibt es im institutionellen Investment nach unten und bei den PropTech Startups leicht nach oben.

Der Druck im institutionellen **Investment** ist im Vergleich zur letzten Erhebung gefallen, was größtenteils auf die aktuell **gute Marktlage** zurück zu führen ist, für die (nur) die Verknappung des Investmentguts „Immobilie“ der aktuell dominierende Parameter ist.

Im Subsektor **Finanzierung** ist der Druck in fast allen Schlüsselbereichen **gestiegen** und Veränderungen von Seiten der Regulierung, Kunden und starker **Wettbewerb** (u.a. auch durch neue Player am Markt) verschärfen die Situation.

Im **Immobilienmanagement** hat der Transformationsdruck ebenfalls in fast allen Schlüsselbereichen **zugenommen**, insbesondere getrieben durch den Kunden und die Technologie, was sich aktuell aber eher im verschärften **Profitabilitätsdruck** widerspiegelt.

In der **Beratung** ist der Transformationsdruck nahezu gleich geblieben und liegt nun gleichauf mit dem Immobilienmanagement und den Finanzierern. Im Vergleich zur letzten Erhebung gab es **wenig Neuerung** bzw. Veränderung.

Die Studie wurde 2019 **erstmalig** um die Gruppe der **PropTech Startups** erweitert: Auch wenn sie von den Etablierten immer noch in einer Nebenrolle wahrgenommen werden, halten sie ihre Entwicklung als neuer Marktteilnehmer für weitaus **dynamischer**.

Das **Humankapital** rückt vor dem Hintergrund der Digitalisierung verstärkt in das Bewusstsein der Akteure, insbesondere die Notwendigkeit der **technologischen Weiterbildung** und -entwicklung.

TRANSFORMATION, INNOVATION UND DISRUPTION

Begriffsverständnis

Transformation, Innovation & Disruption

TRANSFORMATION

Unter Transformation verstehen wir die **Veränderung** und demzufolge **Neuausrichtung** einer Organisation aufgrund sich verändernder Kundenbedürfnisse, neuer Technologien, Regulierung oder der Wettbewerbssituation in einer Industrie. Wenn Digitalisierung ein wesentlicher Treiber ist, dann sprechen wir häufig z.B. von „Digitaler Transformation“. Transformation erfolgt in den meisten Fällen **durch Innovationen**.

INNOVATION

Unter Innovation verstehen wir jede grundsätzliche **Neuerung inkrementeller oder radikaler Art** eines bestehenden Produkts, d.h. eines physischen Gutes oder einer immateriellen Serviceleistung, oder eines bestehenden Prozesses.

DISRUPTION

Unter Disruption verstehen wir eine **völlig neue** Lösung, die **anfangs unter dem Radar** bleibt, über kurz oder lang aber in der Lage ist, eine bestehende Lösung komplett **vom Markt zu verdrängen** (z.B. Röhrenfernseher vs. Flachbildschirme oder Pferdefuhrwerke vs. Automobile).

Wie Disruptionen ganze Industrien umkrempeln können.

Im Rahmen vorangegangener Untersuchungen konnten wir erkennen, dass alle Industrien, die bereits einem sehr hohen Disruptionsdruck unterliegen, einen sehr ähnlichen Prozess durchlaufen haben:

Schritt 1: Die Entstehung.

ENTWICKLUNG

Konzentration auf inkrementelle Verbesserungen.

ERGEBNIS

Überfrachtung an Produkt- oder Servicevarianten, für die Kunden zunehmend unüberschaubare, nervende Angebote. Kunden sehnen sich nach einfachen, verständlichen und transparenten Lösungen.

BEISPIELE

Handy- oder Stromtarife, Bankdarlehen, Bahn- oder Flugtickets ...

Schritt 2: Der Anfang vom Ende.

ENTWICKLUNG

Mangelhafte Alleinstellungsmerkmale und austauschbare Angebote.

ERGEBNIS

Hoher Wettbewerb und niedrige Margen, steigende Marketing-Ausgaben und steigende M&A-Aktivitäten. Zunehmende Konsolidierung, häufige Strategieanpassungen.

BEISPIELE

Paketzusteller, Versicherungstarife, Wertpapierdepotgebühren, Handytarife, Flugticket-Preise ...

Schritt 3: Der Sieg der jungen Wilden.

ENTWICKLUNG

Neue, meist junge Unternehmen brechen in bestehende Märkte mit simplen, transparenten und leicht verständlichen „Good Enough“-Lösungen, oft in Kombination mit sozialen Medien.

ERGEBNIS

Neue Player nehmen den Etablierten mehr und mehr Marktanteile ab und setzen sie zunehmend so unter Druck, dass ehemals profitable Geschäftsfelder bereits nicht mehr existieren.

BEISPIELE

WhatsApp, Airbnb, Facebook, FlixBus ...

Staatliche Regulierungen unterstützen die oben genannte Entwicklung vielfach: Bei Wegfall entfesseln sie oft enorme Kräfte in der Branche. Neue Marktteilnehmer nutzen diese ungebremst, während die Etablierten - oft überrascht von der Wucht des Umbruchs – zu lange mit sich selbst beschäftigt sind. **Beispiele:** Energieversorger, Roaming-Gebühren ...

INNOVATIONSBAROMETER DER IMMOBILIENWIRTSCHAFT

Definition und Ziel

Innovationsbarometer der Immobilienwirtschaft

„Das Innovationsbarometer der Immobilienwirtschaft ist ein Instrument, um den **Transformationsdruck** auf die immobilienwirtschaftlichen Subsektoren zu messen und damit gleichzeitig die **Notwendigkeit** von Innovationen darzustellen“.

Das Innovationsbarometer wird seit 2016 **regelmäßig** erhoben, wobei die in diesem Zusammenhang stattfindenden Workshops außerdem dem **Austausch zwischen Experten** immobilienwirtschaftlicher Unternehmen dienen.

Studiendesign

Innovationsbarometer der Immobilienwirtschaft

AUSGANGSPUNKT

Der Disruptive Change Index für den US-amerikanischen Markt unseres Partners Innosight LLC., dem Consulting-Arm des Harvard-Professors Clayton Christensen (www.innosight.com)

PHASE 1

Analyse der 12 größten deutschen Industrien gemäß Statista-Klassifizierung zum Disruptive Change Index (DCI) in Anlehnung an den amerikanischen Index

PHASE 2

Weiterentwicklung des DCI zum **Innovationsbarometer der deutschen Immobilienwirtschaft**:

- Kategorisierung der Kerntätigkeitsfelder (Fokus Bestandhaltung und Transaktion)
- Explorative Datenerhebung in Fokusgruppen unter Einbeziehung von Experten der jeweiligen Subsektoren
- Analyse der 4 Treiber (Regulierung, neue Technologien, Wettbewerb und Kunden)
- Messung des Transformationsdrucks je Subsektor durch Analyse von 4 Schlüsselbereichen anhand der Ausprägungen von detaillierten, auf die Immobilienwirtschaft abgestimmten Bewertungskriterien



Treiber für Transformation

Im Wesentlichen geht jede Transformation auf eine oder mehrere der folgenden Ursachen zurück:



Regulierung

Gesetzliche Eingriffe können Innovationen treiben oder verhindern (z.B. Wegfall von Monopolstellungen, **Markteintrittsbeschränkungen**, Daten- und Verbraucherschutz, gesetzliche **Standards**).

- Erneuerbare-Energie-Gesetz (EEG)
- Transport (Fernbusverkehr)
- Apotheken (Online-Apotheken)
- Bank- und Versicherungsleistungen (Crowdfunding-Plattformen, Kleinanlegerschutzgesetz)
- Maklerplattformen (Bestellerprinzip)



Wettbewerb

Etablierte Anbieter treiben sich gegenseitig in **Preiswettbewerbe** oder kreieren unzählige, meist ähnliche Angebote, die zu Verwirrung beim Kunden führen. **Neue Anbieter** drängen mit neuen, einfachen und günstigen Angeboten in bestehende Märkte und **lösen Kundenprobleme** in neuen Dimensionen.

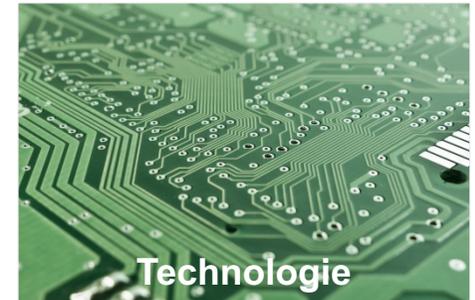
- neue Taxi-Dienste wie "Uber"
- FinTechs
- digitale Versicherungen
- Crowdfunding-Plattformen
- Mobilitätskonzepte wie Car-Sharing-Plattformen



Kunden

Kunden **verändern ihre Bedürfnisse** und Bedarfe immer schneller und etablierte Unternehmen tun sich schwer, diesen zu folgen oder sie gar zu antizipieren. Gleichzeitig steigt die Lust bei vielen Kunden „**Neues auszuprobieren**“, was den Markteintritt junger Unternehmen erleichtert.

- Konsumgüter (Smartphone-Apps)
- Medien (Online-Plattformen)
- Energie (Smart-Home)
- Banken (mobile Bezahlssysteme)
- Telekommunikation WhatsApp)



Technologie

Neue Technologien treiben Innovationen, weil sie oft **neue Problemlösungen** erlauben. Aber: Neue Technologien müssen - um erfolgreich zu sein - für den Kunden Nutzen stiften (s. "Kunden").

- Logistik (Paketzustellung durch Drohnen)
- Maschinenbau (3D-Druck)
- Handel (BigData-Lösungen)
- Automobilhersteller (Elektro-Antriebe)
- Pharma (personalisierte Medikation)

Messung des Transformationsdrucks

Kriterien zur Bewertung der Branchensituation

KUNDENDYNAMIK

- Die bestehenden Angebote der etablierten Unternehmen werden von vielen ihrer Kunden als zu kompliziert empfunden. Sie sind überfordert. Die Auswahl der Angebote ist zu zeitintensiv oder die Angebote sind schlicht zu teuer.
- Die Kunden berichten, dass trotz Überfrachtung der Angebote wesentliche Erwartungen nicht oder nur unzureichend erfüllt werden und dass viele von ihnen deshalb unzufrieden sind, insbesondere weil sich die Angebote zunehmend weniger unterscheiden.

BRANCHENDYNAMIK

- Neue Technologien, deutliche Verhaltensänderungen der Kunden oder plötzlich auftretende oder wegfallende gesetzliche Regularien treiben große Veränderungen in der bestehenden Industrie an.
- Es ist zu erwarten, dass die Anpassung an diese Veränderungen für viele Unternehmen mit sehr hohen Kosten verbunden ist.

DYNAMIK DER ETABLIERTEN

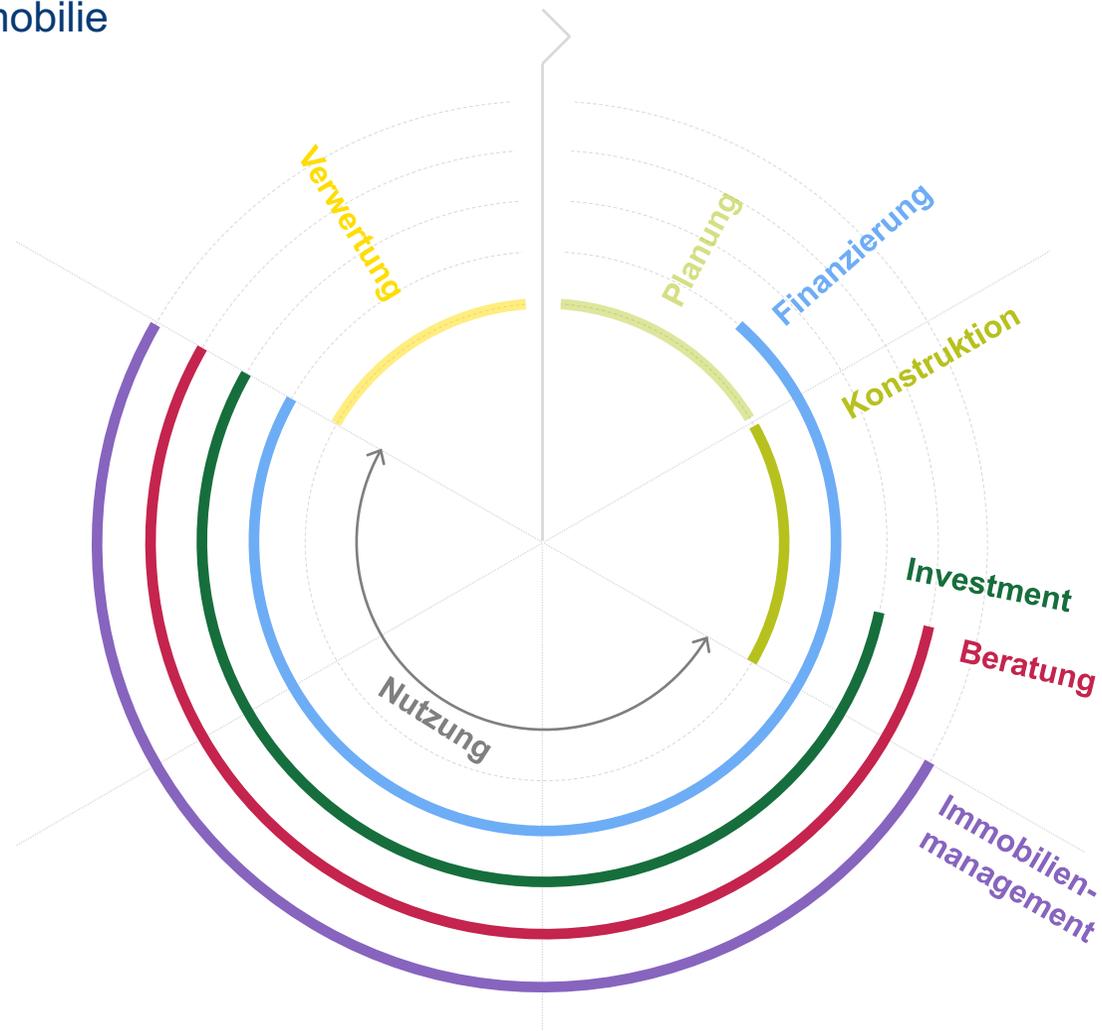
- Umsätze, Marktanteile, Kundenbindung, Marktpreise und Margen der etablierten Anbieter sinken deutlich.
- Dem entgegen steigen die Ausgaben für Marketing zum Zweck der Kundengewinnung und -bindung sowie die M&A-Aktivitäten.

DYNAMIK NEUER MARKTTEILNEHMER

- Neue Unternehmen brechen in bestehende Märkte ein, indem sie einfachere, bessere und/oder günstigere Lösungen als die Etablierten anbieten.
- Diese neuen Player sind sehr erfolgreich, weil sie es schaffen, mit ihren disruptiven Lösungen eine deutlich höhere Kundenzufriedenheit zu erzielen.

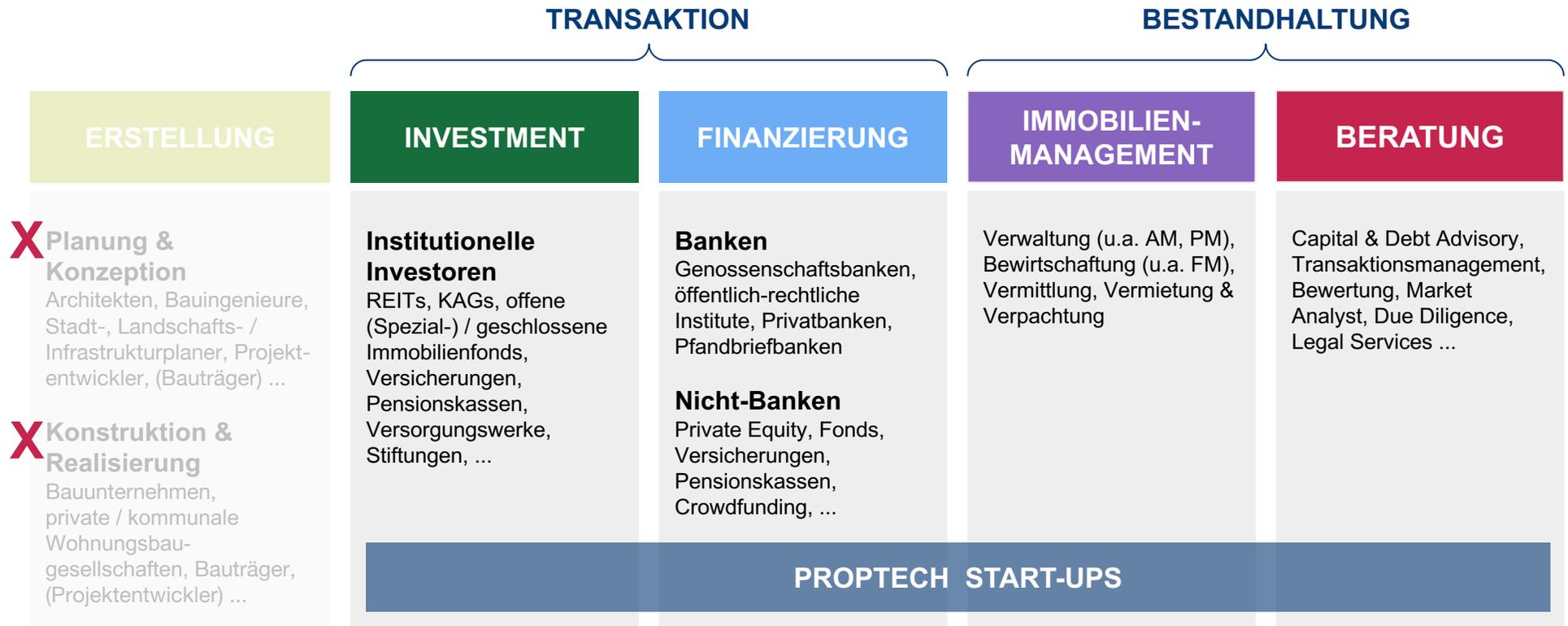
Kategorisierung der Immobilienwirtschaft

Lebenszyklus der Immobilie



Kategorisierung der Immobilienwirtschaft

Tätigkeitsfelder der immobilienwirtschaftlichen Unternehmen



FOKUS:

1. Lebenszyklusphase „Nutzung“ d.h. Unternehmen aus dem Bereich **Bestandhaltung** und **Transaktion**
2. Unternehmen mit **institutionellen / gewerblichen** Kunden

STUDIENERGEBNISSE

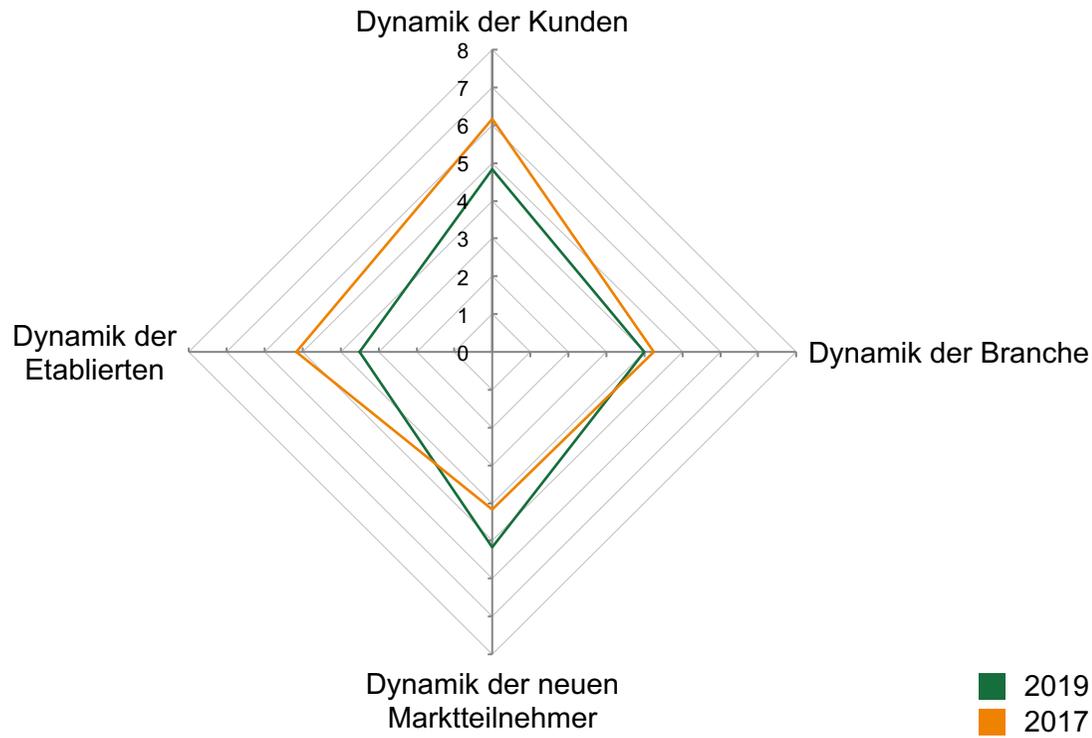
2019

Investment

Einzelergebnis I

Die Branchensituation

Die Treiber



2019

△ 2017/19



Regulierung



Technologie



Wettbewerb



Kunden

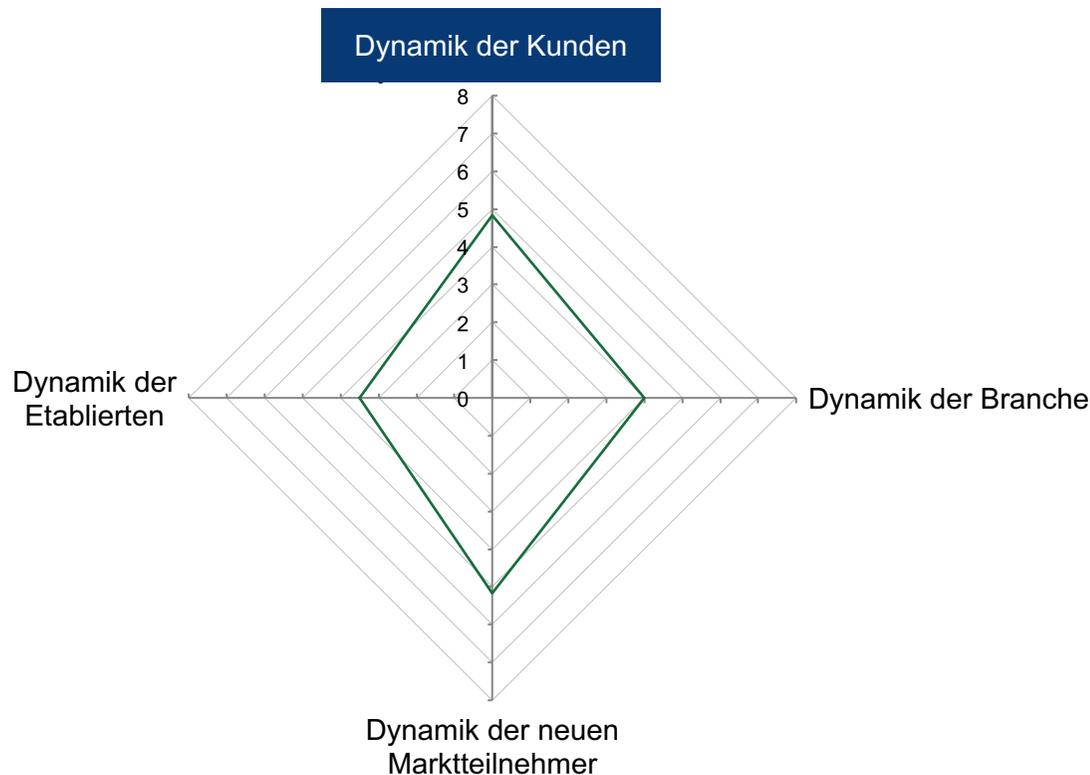


Investment

Einzelergebnis II



Die Branchensituation



Dynamik der Kunden

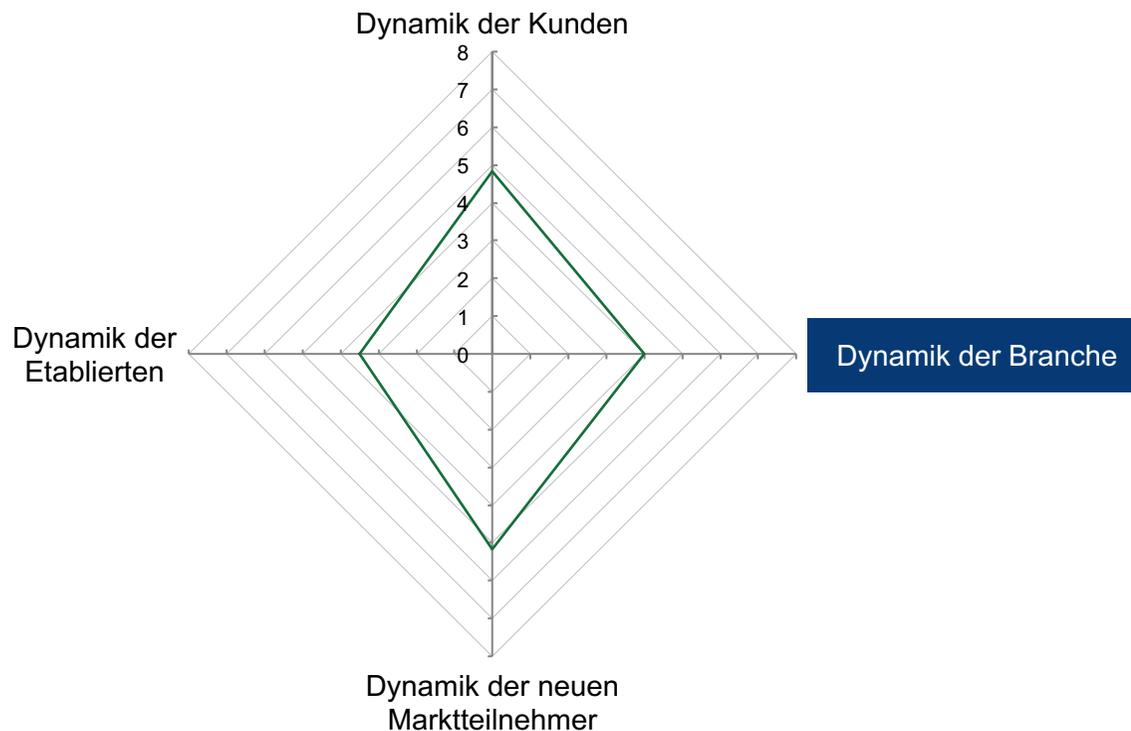
- Der Kunde wird in diesem Subsektor zwischen Mietern und institutionellen Kunden unterschieden. Der Druck von Seiten des Kunden schwankt je nach Gruppenzuordnung, er ist **generell steigend** (da die Kosten steigen), im Mittel aber überschaubar.
- Der **Mieter** übt einen eher **geringer Preisdruck** aus, da Fondsverwaltungsgebühren bspw. vorgegeben sind und aktuell ein **Vermieter- bzw. Anbietermarkt** vorherrscht.
- Der **institutionelle Kunde** setzt die Unternehmen unter **hohen Preisdruck** – er führt vermehrt **Gebührendiskussionen** und **verhandelt** Margen.
- **Produkte** sind eine „**Commodity**“: Es sind nur Nuancen, die sich unterscheiden - das Meiste ist **austauschbar bzw. vergleichbar**, auch wenn die Auswahl größer wird. Wenn Produkte allerdings technisch zu komplex sind, gibt es eher Vorbehalte.

Investment

Einzelergebnis III



Die Branchensituation



Dynamik der Branche

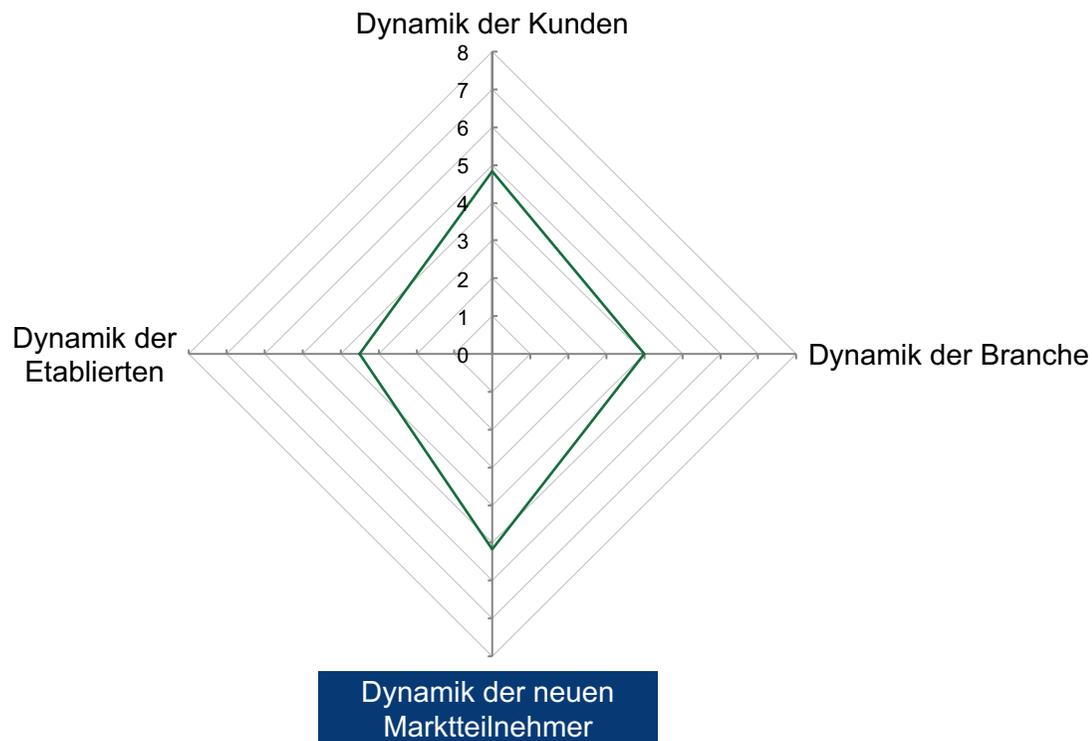
- Die treibende Kraft von Veränderungen durch **neue Technologien** ist noch **gering**, aber erkennbarer als zuvor und in absehbarer Zeit zunehmend: die Anzahl digitaler Produkte, Startups und Initiativen nimmt zu.
- Der Druck durch neue Technologien wirkt auch auf das **Personal**, da es eine **Anpassung** der Kompetenzen und ihres Wissens notwendig macht.
- Der Kunde fordert mehr **Flexibilität** und teils **individuelle Lösungen**. In der Gesamtheit verhält er sich aber eher passiv und setzt wenig Impulse.
- Es gibt **wenig** Neuerungen im Subsektor, die durch die **Veränderungen des gesetzlichen Umfelds** angestoßen wurden.
- Um sich gegenwärtigen Veränderungen anzupassen, sind gewisse **Investitionen** notwendig, die zudem gleichzeitig in vielen Bereichen anfallen, beispielsweise in der **IT**, **Personalkosten** und **Prozessoptimierung**.

Investment

Einzelergebnis IV



Die Branchensituation



Dynamik der neuen Marktteilnehmer

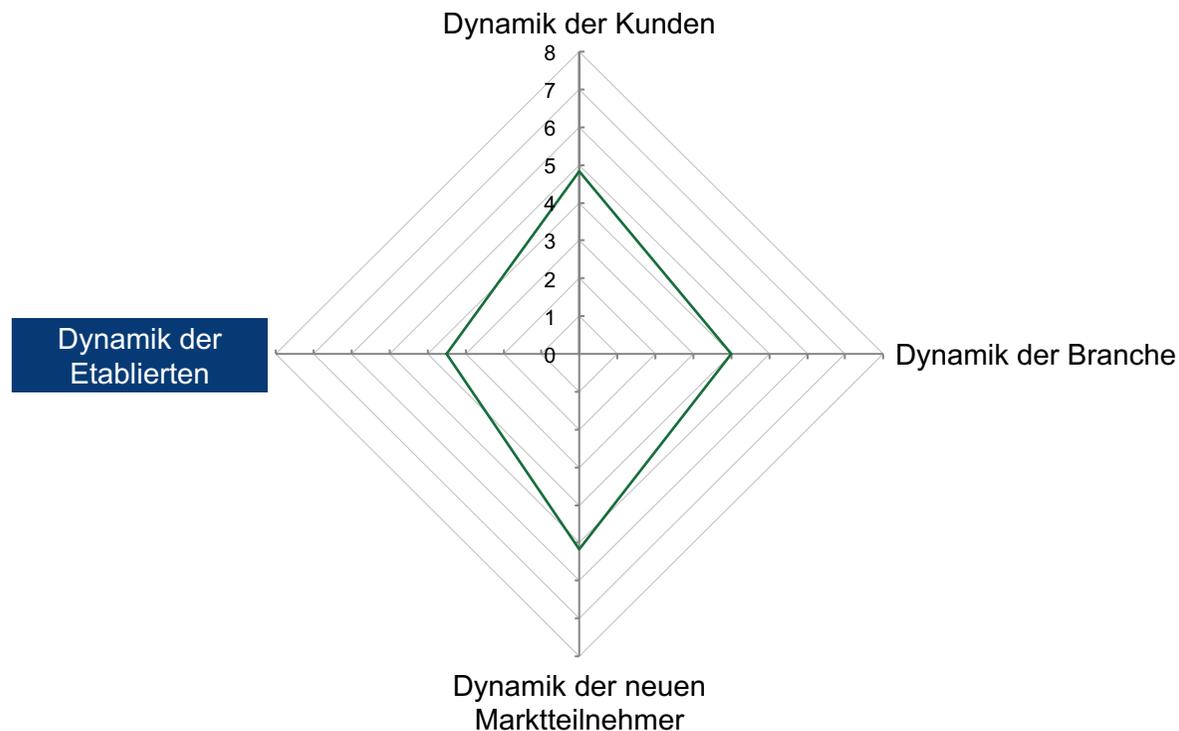
- Insgesamt sind **wenig neue** und konkurrierende **Marktteilnehmer** auf den existierenden Märkten zu sehen aufgrund der eher **oligopolen Struktur** der Etablierten.
- **Partnerschaften** zwischen alten und neuen Marktteilnehmern nehmen zu.
- In der Regel sind die **Platzhirsche** in diesem Subsektor weiterhin die Gleichen. Es gibt nur wenige Ausnahmen und wenige Startups, die schnell Marktanteile gewinnen.
- Allerdings sind die **neuen Lösungen** der in den Markt eintretenden Unternehmen oft **einfacher und kostengünstiger**, manchmal schmälern allerdings die (noch) **nicht ganz ausgereiften Produkte** die Kundenzufriedenheit.
- Oft „**scheinen**“ Lösungen lediglich nur neu durch einen frischeren Auftritt und neuen Anstrich bereits bekannter Dienstleistungen (z.B. Coworking).

Investment

Einzelergebnis V



Die Branchensituation



Dynamik der Etablierten

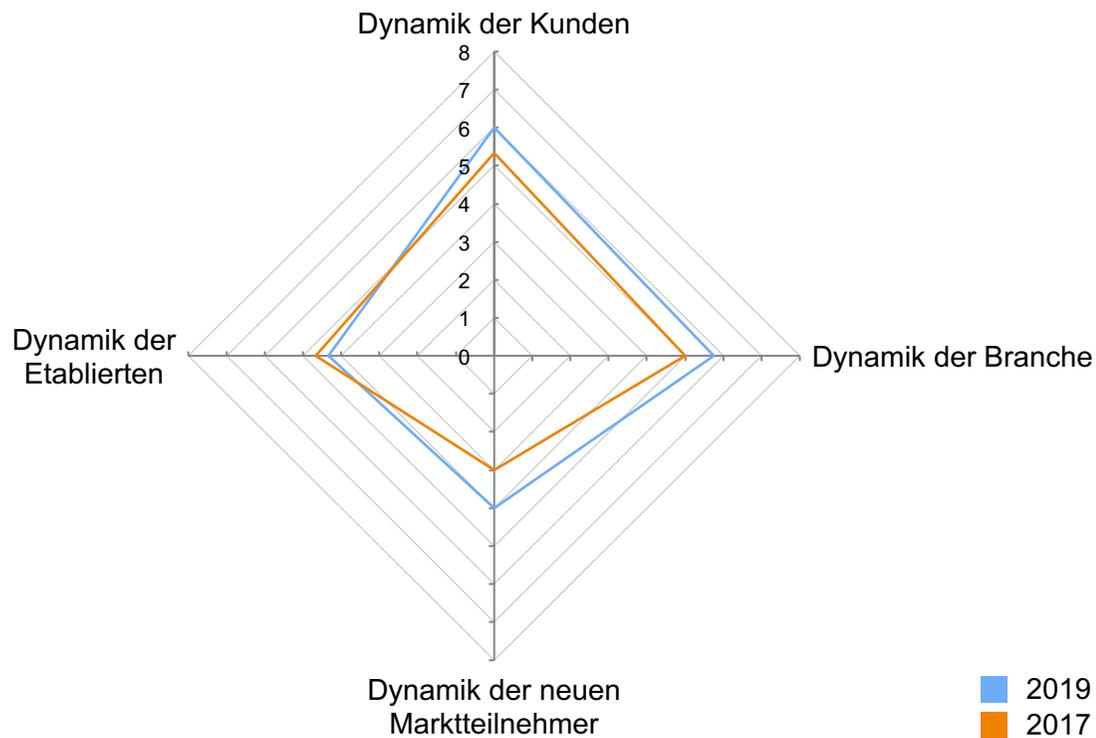
- Ein gewisser **Profitabilitätsdruck** gehört zum Geschäft und liegt an der Natur der Sache.
- Auf der einen Seite steigt der Profitabilitätsdruck durch den vermehrten **Einsatz von Technologie**, der zu höheren Investitionen führt; auf der anderen Seite geht es der Branche aktuell sehr gut, was sich z.B. an den Budgets und der Ausgestaltung von Branchen-Veranstaltungen (z.B. MIPIM) und den getätigten Ausgaben zur Mitarbeiter-Werbung („**War for Talent**“) ablesen lässt.
- Ein Sinken der Margen, Marktanteile oder Umsätzen ist nicht erkennbar. Aktuell herrscht ein **Wachstumsmarkt**.
- Einerseits ist **weniger Vertriebstätigkeit** beobachtbar, der Track Record ist selbstsprechend; andererseits sind vermehrt **Beteiligungen, Pilotprojekte und neue Geschäftsmodelle** zu sehen, für die entsprechend Marketing- und Vertriebs-Ausgaben anfallen.

Finanzierung

Einzelergebnis I

Die Branchensituation

Die Treiber



2019

△ 2017/19



Regulierung



Technologie



Wettbewerb



Kunden

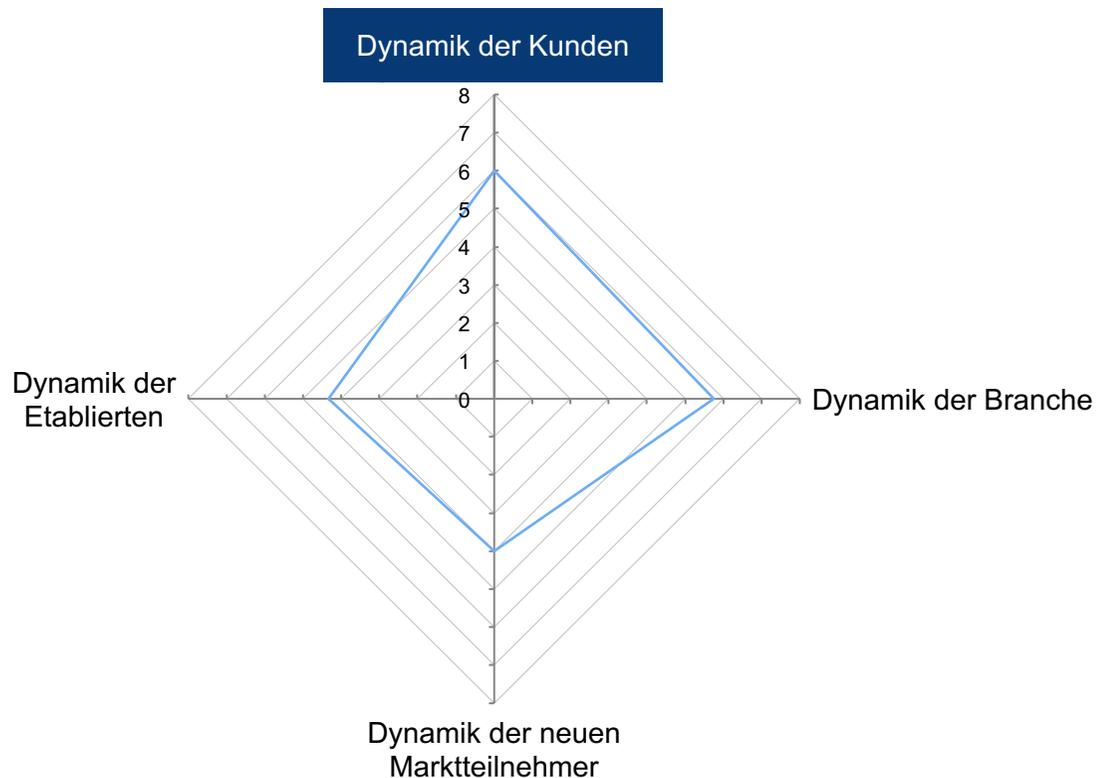


Finanzierung

Einzelergebnis II



Die Branchensituation



Dynamik der Kunden

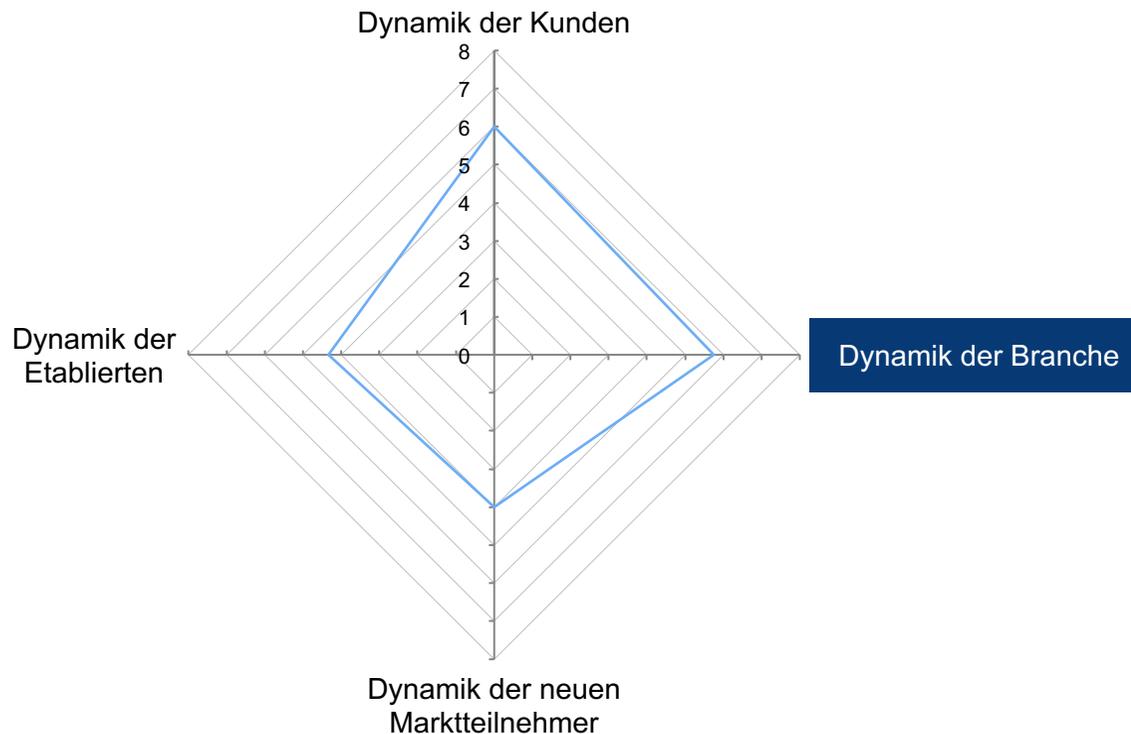
- Das Bankgeschäft ist ein sehr **personenbezogenes** und **vertrauensvolles** Geschäft, weshalb die **Kundenzufriedenheit** einen hohen Stellenwert hat: Der Kunde diktiert und hat als Treiber der Innovation enormen Einfluss auf die Unternehmen.
- Der Kunde setzt die Anbieter unter **Preisdruck** in einem **starken Wettbewerb**. Um den Kunden nicht an den Wettbewerber zu verlieren, ist es eine besonders wichtig, sich mit sämtlichen Einzelpunkten auseinanderzusetzen, die der Kunde abfragt.
- Der Kunde erwartet Innovation, Flexibilität, Schnelligkeit, Transparenz und **einfache Lösungen** für komplizierte Aufgabenstellungen, die zudem einfach **zu kommunizieren** und **anzuwenden** sind.
- Die Produkte und Dienstleistungen in diesem Subsektor unterscheiden sich **nicht wesentlich** von denen der Mitwettbewerber.

Finanzierung

Einzelergebnis III



Die Branchensituation



Dynamik der Branche

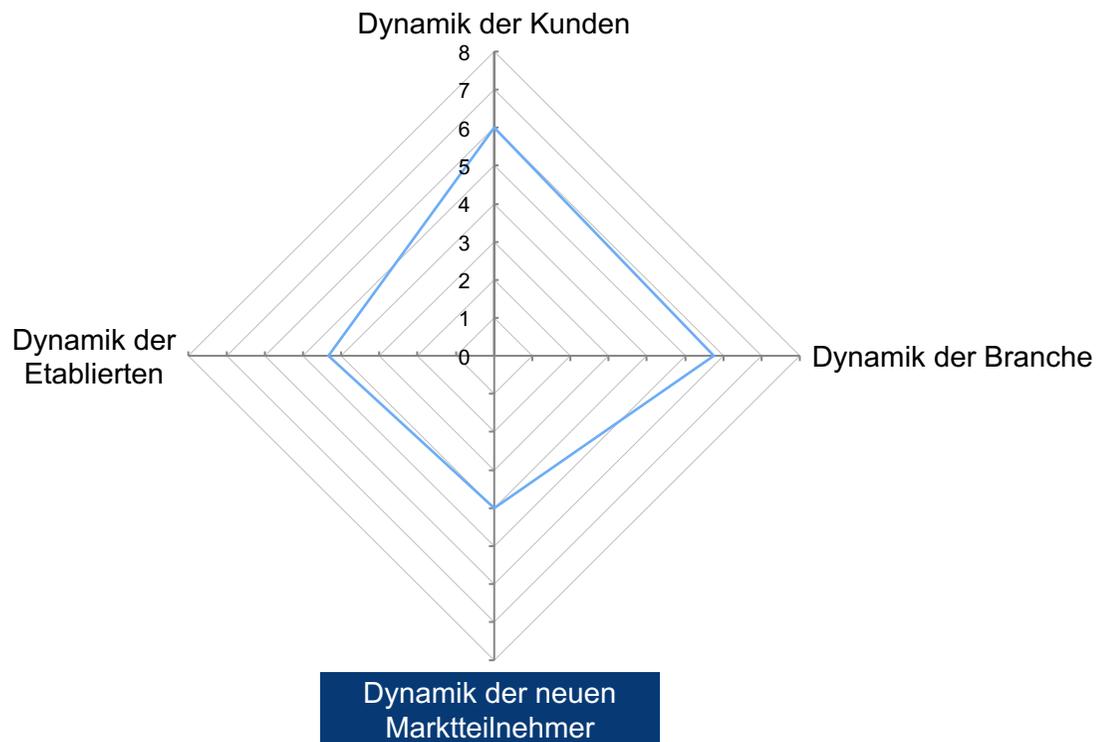
- Die heutigen Möglichkeiten der **Digitalisierung** werden als Mittel gesehen, mit welchem man dem Transformationsdruck durch Regulierung und Kundenerwartungen nachkommt.
- **Verhaltensänderungen der Kunden** sind einer der größten Veränderungstreiber, da in erster Linie die **Kundenzufriedenheit** die Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Geschäft ist.
- Die **gesetzliche Umfeld** beeinflusst zwar immer stärker, allerdings geschehen die Veränderungen in **kleinen** Schritten d.h. **Anpassungen** statt Innovationen
- Veränderungen verursachen entsprechende Kosten, beispielsweise **Personal-** oder **IT-Kosten**.

Finanzierung

Einzelergebnis IV



Die Branchensituation



Dynamik der neuen Marktteilnehmer

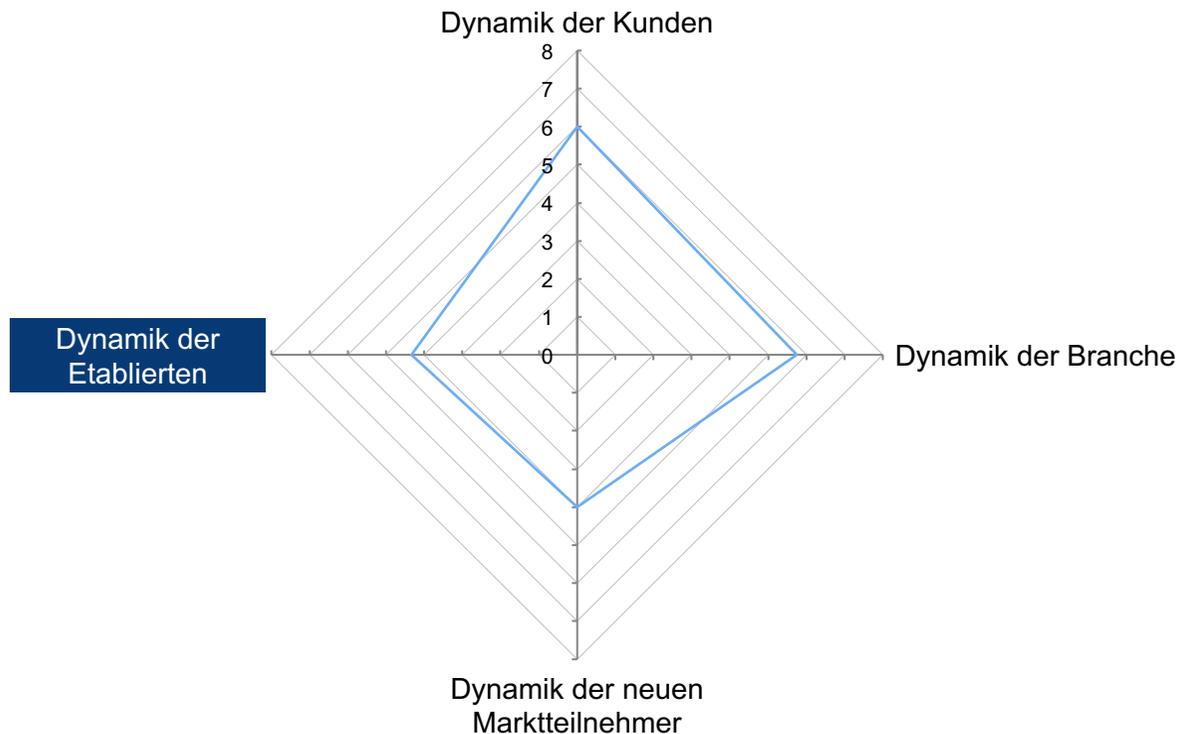
- Der Wettbewerb ist zunehmend geprägt von **neuen Anbietern**.
- Zu den neuen Player, die in den Markt drängen, zählen beispielsweise **Versicherungen** oder **Mitbewerber aus dem** nicht europäischen, vornehmlich **asiatischen Raum**, aber auch **FinTechs / PropTechs**.
- Es ist zwar **noch kein Marktanteilswachstum** der neuen Wettbewerber zu verzeichnen, aber ihre Präsenz ist wahrnehmbar.
- Die Lösungen der neuen Unternehmen bilden oft nicht das Gesamtangebot eines klassischen Finanzierers ab und sind oft **Insellösungen**, die dem Anspruch der Ganzheitlichkeit meist nicht gerecht werden.

Finanzierung

Einzelergebnis V



Die Branchensituation



Dynamik der Etablierten

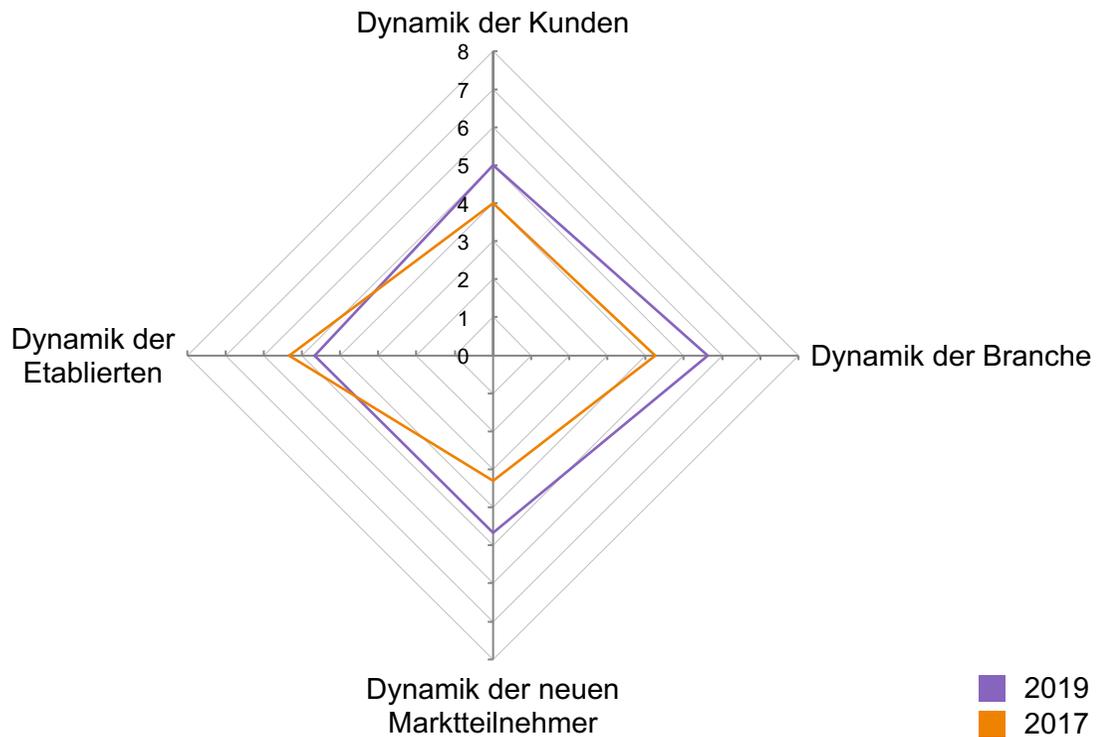
- Es herrscht ein enormer **Profitabilitätsdruck**: Zwar steigen die **Kosten** und sinken die **Margen**, die Umsätze bisher jedoch nicht. Allerdings ist der Druck nicht ausreichend, dass dies sinkende Marktanteile der „**Big Player**“ bewirken würde.
- Bei der Budgetplanung stehen die **regulatorischen Vorgaben** ganz oben und Ausgaben für Marketing, Vertrieb, Akquise und M&A-Aktivitäten sind nicht relevant, folglich unter Budgetzwängen nicht durchsetzbar.
- Die **gesetzlichen Vorschriften** (z.B. DSGVO / GDPR, Trennbankengesetz) haben **enormen Einfluss** und werden mit als größter Treiber der Transformation definiert.
- Dennoch haben etablierte Banken durch ihr **KnowHow** und ihre **Ganzheitlichkeit** durchaus eine Chance mit dem Veränderungsdruck umzugehen.

Immobilienmanagement

Einzelergebnis I

Die Branchensituation

Die Treiber



2019

△ 2017/19



Regulierung



Technologie



Wettbewerb



Kunden

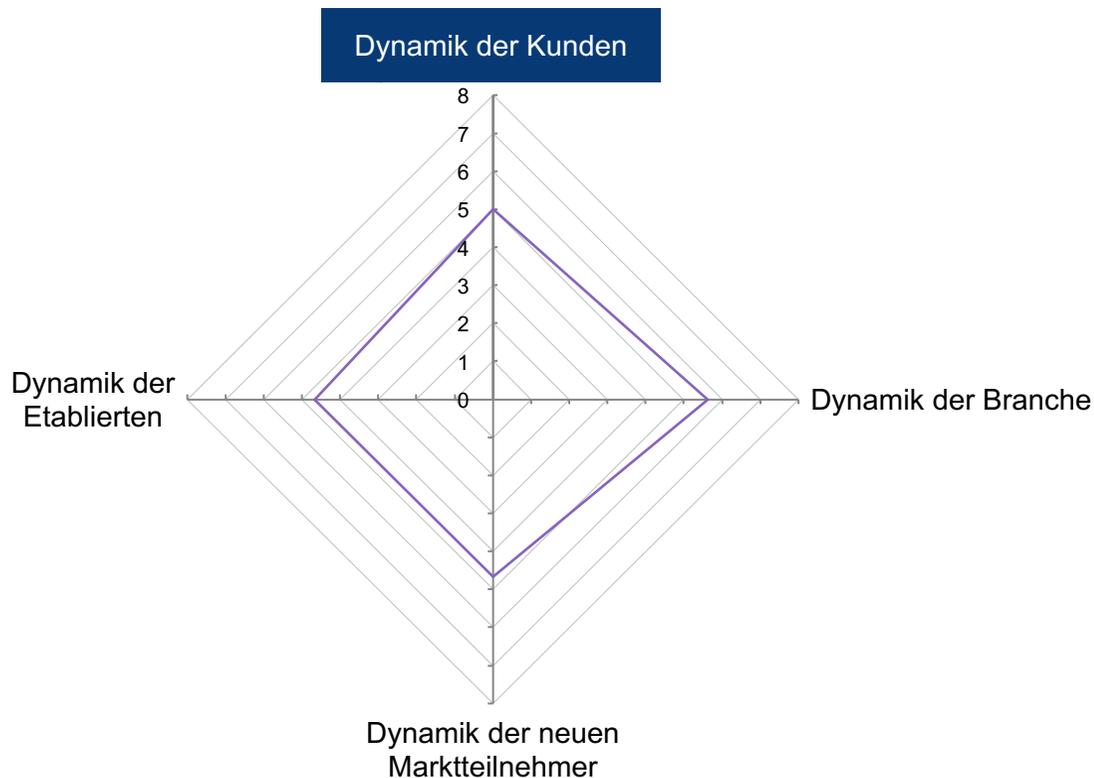


Immobilienmanagement

Einzelergebnis II



Die Branchensituation

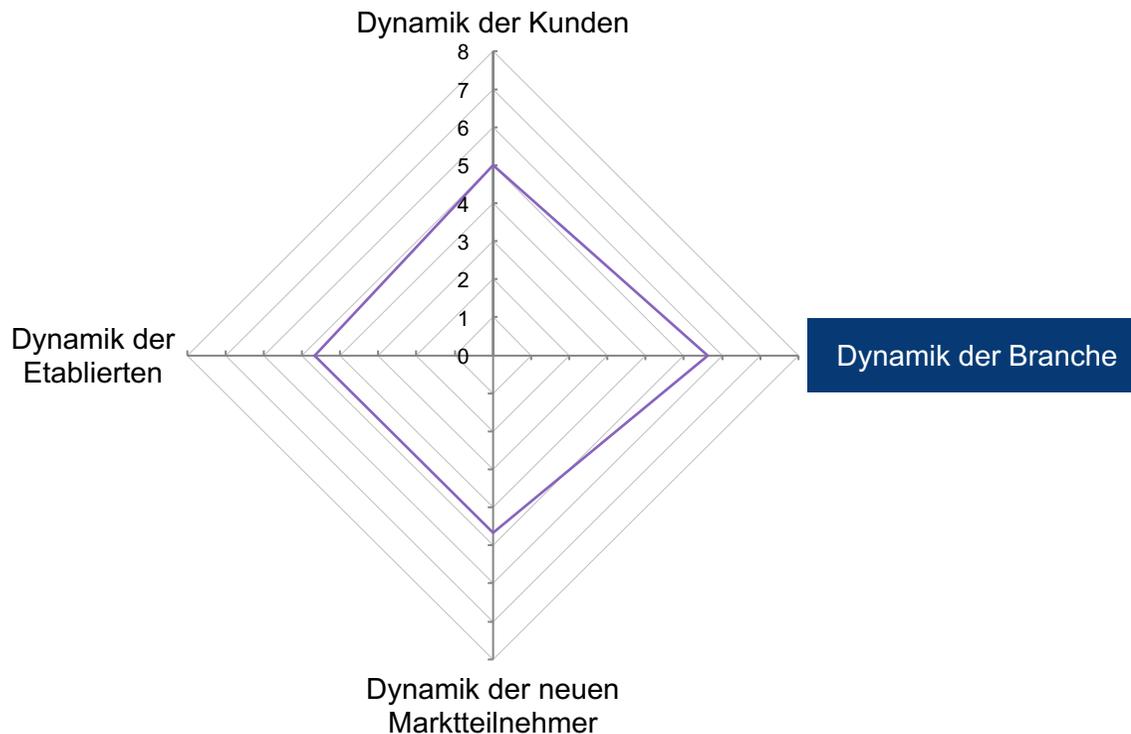


- Seit Jahren besteht ein **konstant hoher Preisdruck**, allerdings treten andere Themen zunehmend in den Vordergrund, z.B. die Personalverfügbarkeit und Qualität des Produkts.
- Es gilt die angebotenen Produkte und / oder Dienstleistungen **unkompliziert** und **plakativ für den Kunden** zu gestalten, auch wenn dies eine erhöhte Komplexität für den Auftragnehmer bedeutet.
- Durch steuerliche Gesetzgebung und **rechtliche Rahmenbedingungen** gleichen sich die Produkte und / oder Dienstleistungen mit denen der Wettbewerber meist stark.
- Die **sich verändernden Bedürfnisse** der Kunden bzw. Auftraggeber fordern innovative Lösungen zu liefern und permanent zu hinterfragen.

Immobilienmanagement

Einzelergebnis III

Die Branchensituation



Dynamik der Branche

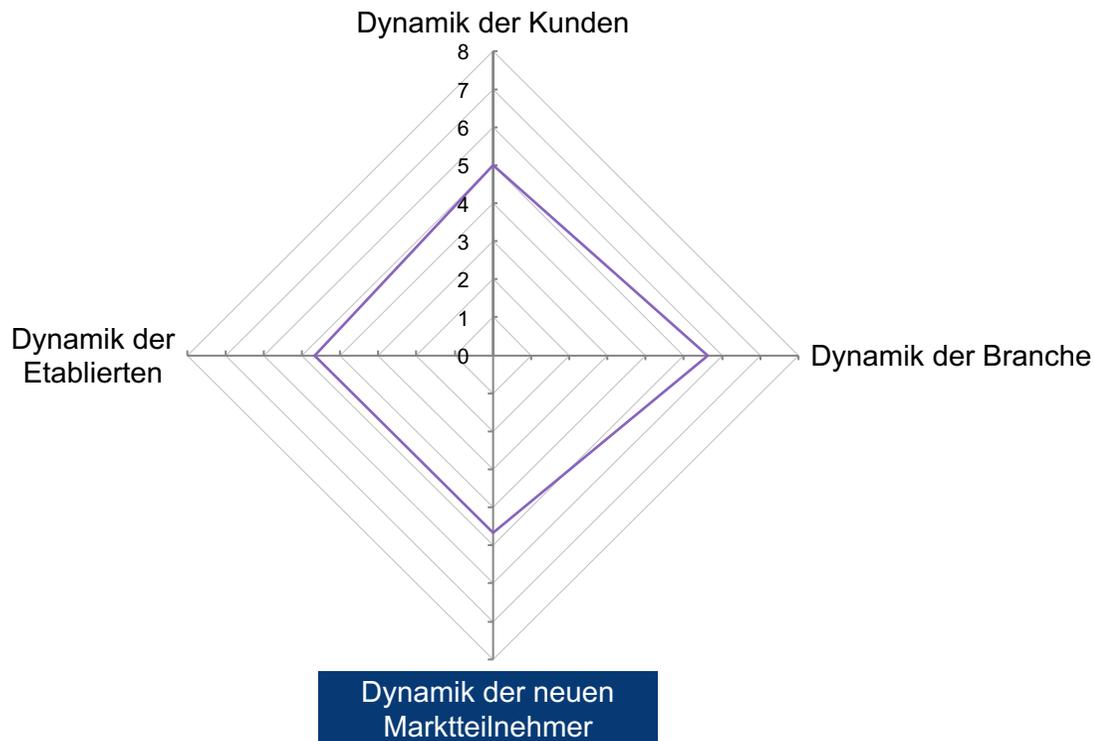
- Neue **Technologien** werden als wichtiger **Treiber** für Innovation wahrgenommen, allerdings ist die Wirkung noch nicht groß. Den Menschen bzw. **Mitarbeiter** an den Einsatz der neuen Technologien zu **gewöhnen**, gilt als Schwierigkeit bzw. besondere Herausforderung.
- Um **international** wettbewerbsfähig zu sein, muss Deutschland sich technologisch **annähern**. Zeitgleich stellt es eine **Herausforderung** dar, den Menschen an neue Technologien zu gewöhnen, **neu zu denken**.
- Verhaltensänderungen der Kunden werden spürbar größer: **Bedürfnisse ändern sich** und **Qualitätsanforderungen steigen** zunehmend.
- Im gesetzlichen Umfeld sind **nur geringe** Veränderungen festzustellen, für die viel Zeit vorhanden ist und nur kleine Schritte notwendig.
- **IT- und Personalkosten** zählen zu den größten Kostenfaktoren der Unternehmen, die für die Anpassungen an Veränderungen notwendig sind.

Immobilienmanagement

Einzelergebnis IV



Die Branchensituation



Dynamik der neuen Marktteilnehmer

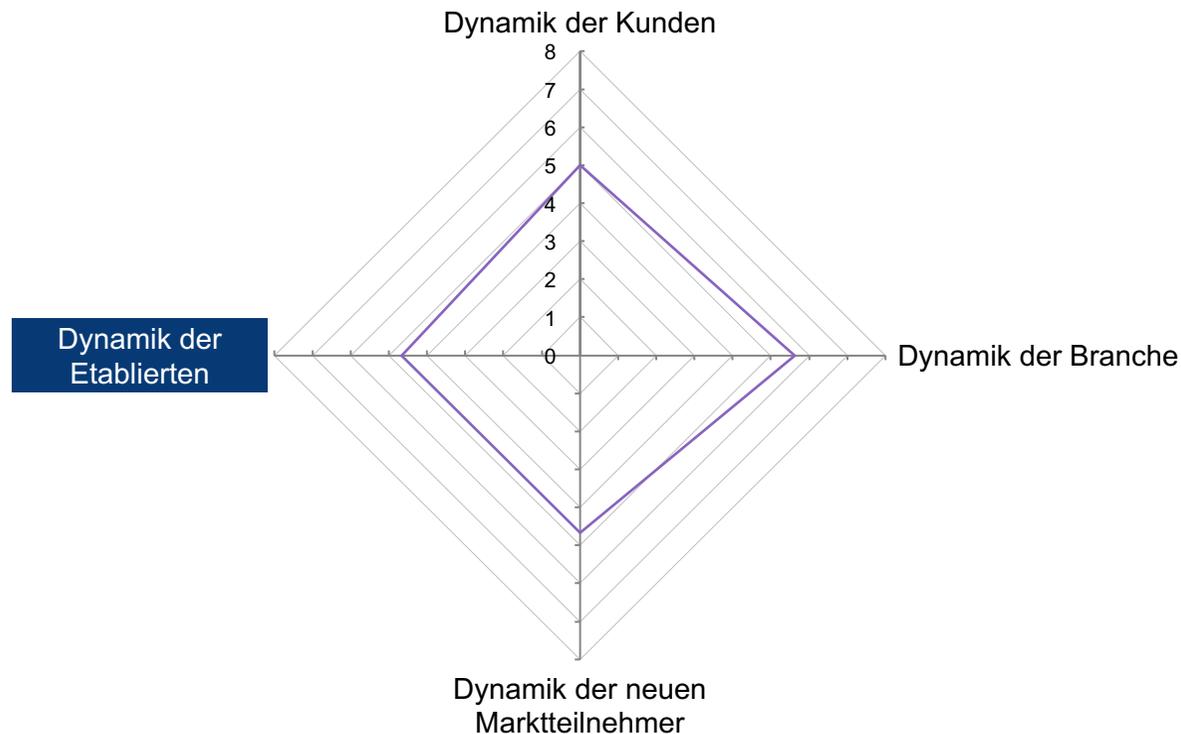
- Es lässt sich eine Bewegung am Markt mit neuen Playern feststellen, allerdings nur für **Teillösungen/-segmente**: bestehende Dienstleistungen werden beispielsweise durch das Einbeziehen einer **App** reformiert.
- Neue Unternehmen gewinnen aktuell **keine nennenswerten Marktanteile**.
- In ihren Teilsegmenten sind die Lösungen einfacher und sorgen für **Kundenzufriedenheit und Transparenz**. Die Komplexität des Gesamtsystems bleibt meist unbeachtet.
- Es wird eine zunehmende Bereitschaft von Kunden und Wettbewerbern festgestellt, Innovationen **gemeinsam** zu entwickeln.

Immobilienmanagement

Einzelergebnis V



Die Branchensituation



Dynamik der Etablierten

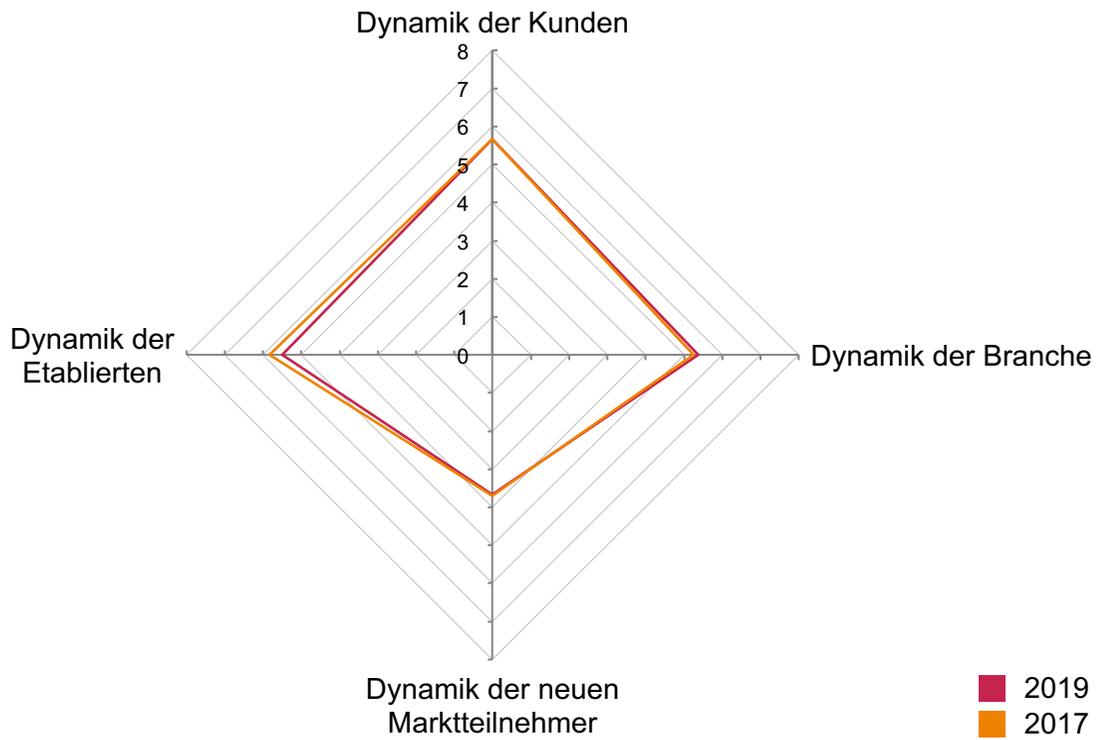
- Die Branche steht unter **großem Profitabilitätsdruck**, der aber noch größer werden kann, wenn sich die derzeitige Marktsituation verändert.
- Das Geschäft ist **schnellebiger** geworden: Um die gleiche Marge zu erzielen, steigen die Anforderungen an die **Qualität**.
- Allerdings ist die **Produktnachfrage** in der derzeitigen Marktsituation dominant, was aktuell zu einem überschaubaren Wettbewerb führt.
- Die Ausgaben für die Akquise-Aktivitäten sind nicht signifikant gestiegen. Aufgrund der guten wirtschaftlichen Lage und neuen Möglichkeiten, nutzt man **vielfältige Formen der Akquise**, die heute allgemein viel günstiger verfügbar sind.
- Das **Human Capital** im Dienstleistungssektor ist essentiell: Ein fachlich gut ausgebildeter Mensch ist nicht ersetzbar und wird – im Gegenteil – im Zeitalter der Digitalisierung immer wichtiger.

Beratung

Einzelergebnis I

Die Branchensituation

Die Treiber



2019

△ 2017/19



Regulierung



Technologie



Wettbewerb



Kunden

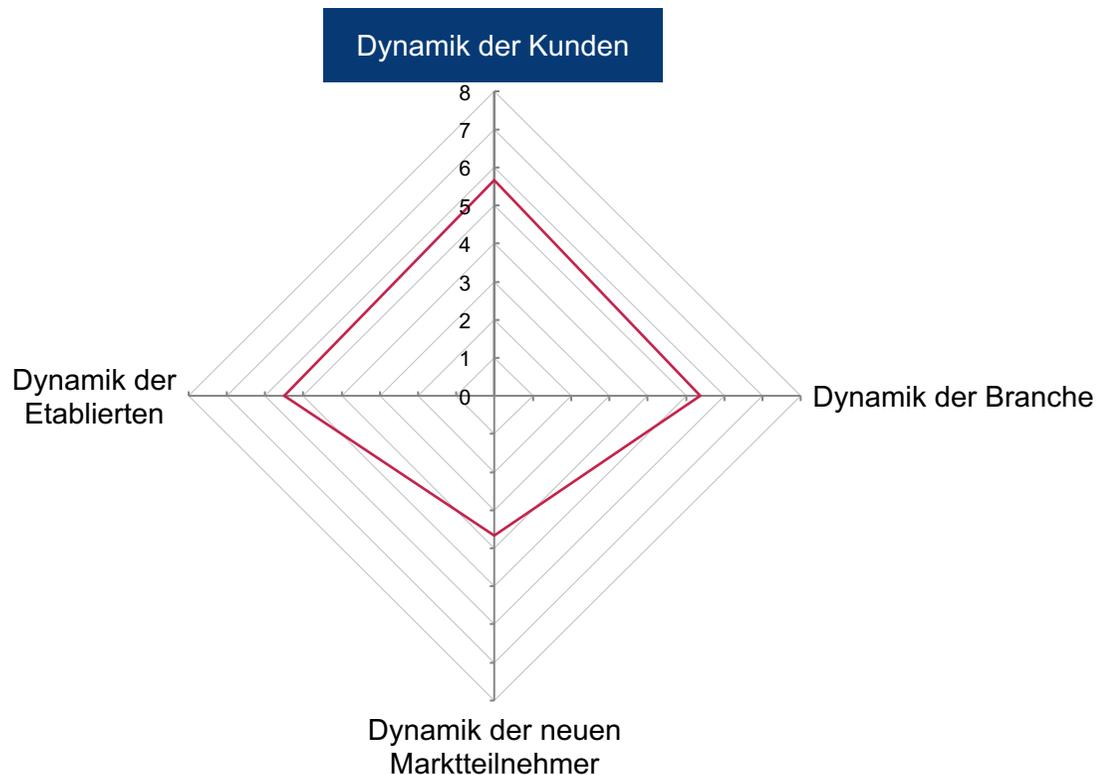


Beratung

Einzelergebnis II



Die Branchensituation

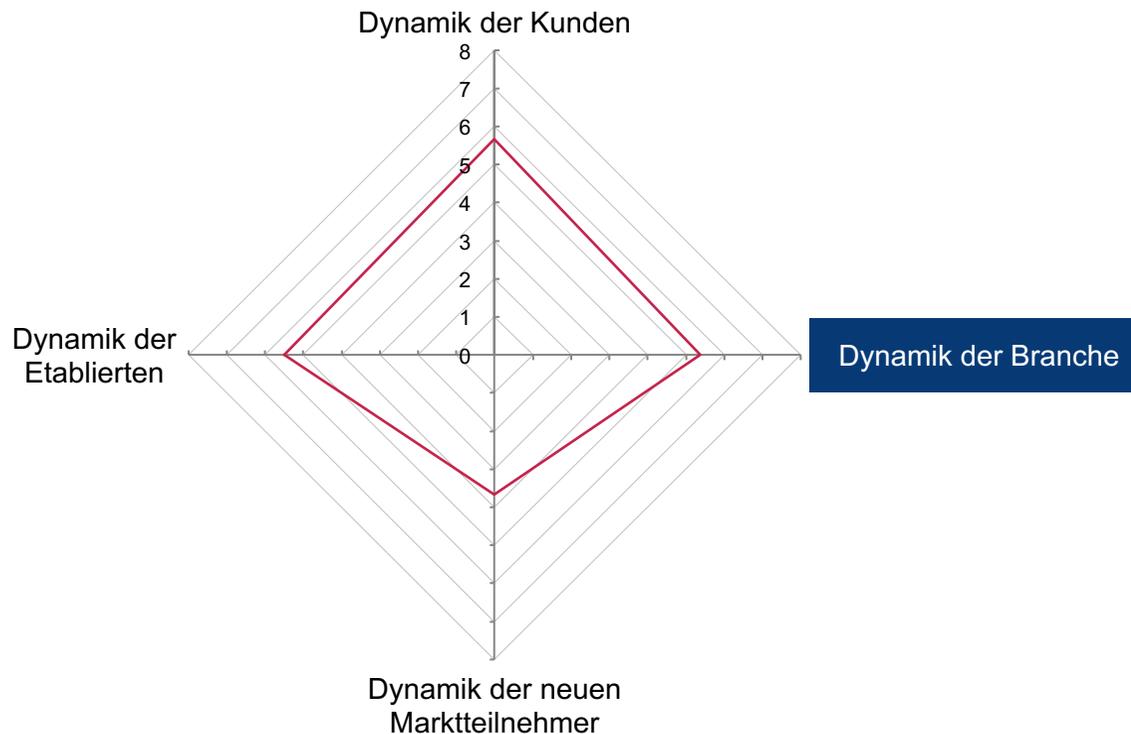


Dynamik der Kunden

- Die Vielzahl der **europaweiten** oder **globalen Ausschreibungen** erhöht den **Margendruck** stetig. Zudem wollen Bestandskunden vermehrt Preise und Rahmenverträge anpassen.
- Beratungsleistungen, die nach festen **Honorartabellen** abgerechnet werden, verzeichnen dahingegen **keinen Preisdruck**.
- Die Kunden haben eine **klare Zielvorstellung**, sie kennen und akzeptieren die Komplexität der Produkte, wobei ihnen die **fortschreitende Professionalisierung** hilft, diese zu verstehen.
- Es gibt wenige bzw. **nur graduelle Unterschiede** im Vergleich zu den Dienstleistungen der Wettbewerber. Oft liegt der Unterschied lediglich in den **Beraterteams**, beispielsweise wenn die Vergleichbarkeit der Beratungsleistung in der Natur der Sache liegt und **Austauschbarkeit** sogar angestrebt wird (Bsp. Bewertung).



Die Branchensituation



Dynamik der Branche

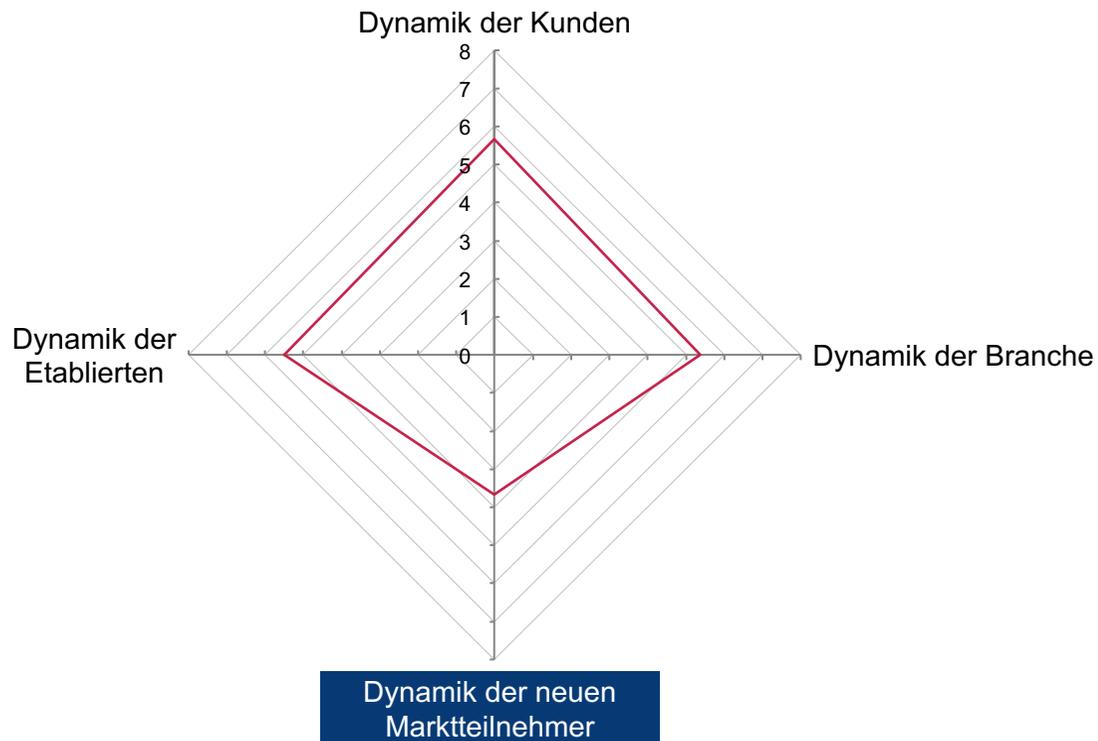
- Neuen **Technologien** wird **großes Potential** zugeschrieben, zudem ist die Verfügbarkeit von marktreifen technologischen Anwendungen gestiegen. Es zeichnet sich zwar eine deutliche **Tendenz zur Veränderung** ab, aber bisher kein Quantensprung.
- Das **Verhalten der Kunden** und ihre Erwartungen sind i.d.R. **konstant** und geben wenig Impulse zu Veränderungen.
- Die **Grunderwerbsteuer** und die **Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO / GDPR)** waren zunächst ein präsent Thema und haben **Verunsicherung** geschürt, sich aber rückblickend dann doch nicht als weittragend herausgestellt.
- **Technologische Veränderungen** sind mit **hohen Investitionskosten** verbunden. Da zunächst erst die technologische Basis geschaffen werden muss, können die Mehrwerte meist noch nicht unmittelbar genutzt und die Kosten umgelegt werden. Hinzu kommen **Kosten für Weiterbildung** und Schulungen des Personals.

Beratung

Einzelergebnis III



Die Branchensituation



Dynamik der neuen Marktteilnehmer

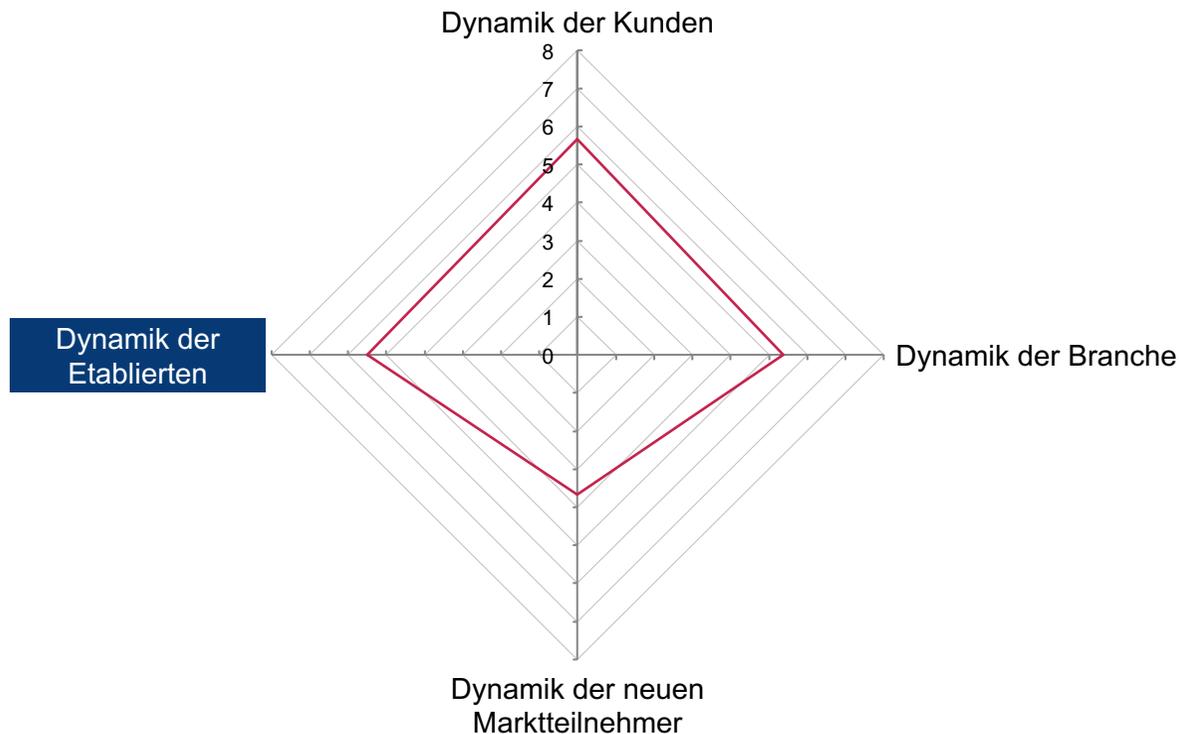
- Das aktuelle Umfeld präsentiert sich „**gründungsfreundlich**“, zudem sind auch vermehrt **Spin-Offs** zu sehen. **Grenzen** zwischen verschiedenen Dienstleistungen **verschwinden** zusehends.
- Auf der einen Seite gibt es **zahlreiche Neugründungen**, die keine neuen Ideen auf den Markt bringen; auf der anderen Seite sind einige B2B-PropTech-Startups zu sehen, die helfen die eigenen Probleme zu lösen und sich **in die eigene Wertschöpfungskette integrieren** lassen.
- **Neue Unternehmen** gewinnen nur sehr langsam Marktanteile und **tun sich schwer**. Sie fahren oft einen **anderen Ansatz** als die etablierten Unternehmen, so dass sie nicht im Wettbewerb um den selben Markt stehen und nicht das eigene Geschäftsmodell angreifen.

Beratung

Einzelergebnis IV



Die Branchensituation



Dynamik der Etablierten

- Der **Profitabilitätsdruck** in diesem Subsektor ist **konstant hoch**: die Gehälter steigen, die Honorare sinken, (Um-) Schulungen und Investitionen erzeugen weitere Kosten.
- Im Schnitt steigen die Umsätze, die Marktanteile bleiben wie bisher, nur die **Margen geraten unter Druck**.
- Insbesondere ist eine **Marktkonsolidierung** in Form der **Akquise** ganzer Teams (oft aus dem Margendruck heraus) zu sehen.
- Die Kundenakquise erfolgt weiterhin viel über das **persönliche Netzwerk**, was den Wettbewerb mildert.
- Grundsätzlich orientiert man sich an den direkten Wettbewerbern, um nicht zurück zu fallen. Gerade die **großen, globalen Player** treiben neue Themen und Initiativen an, was wiederum den **Handlungsdruck erhöht**.

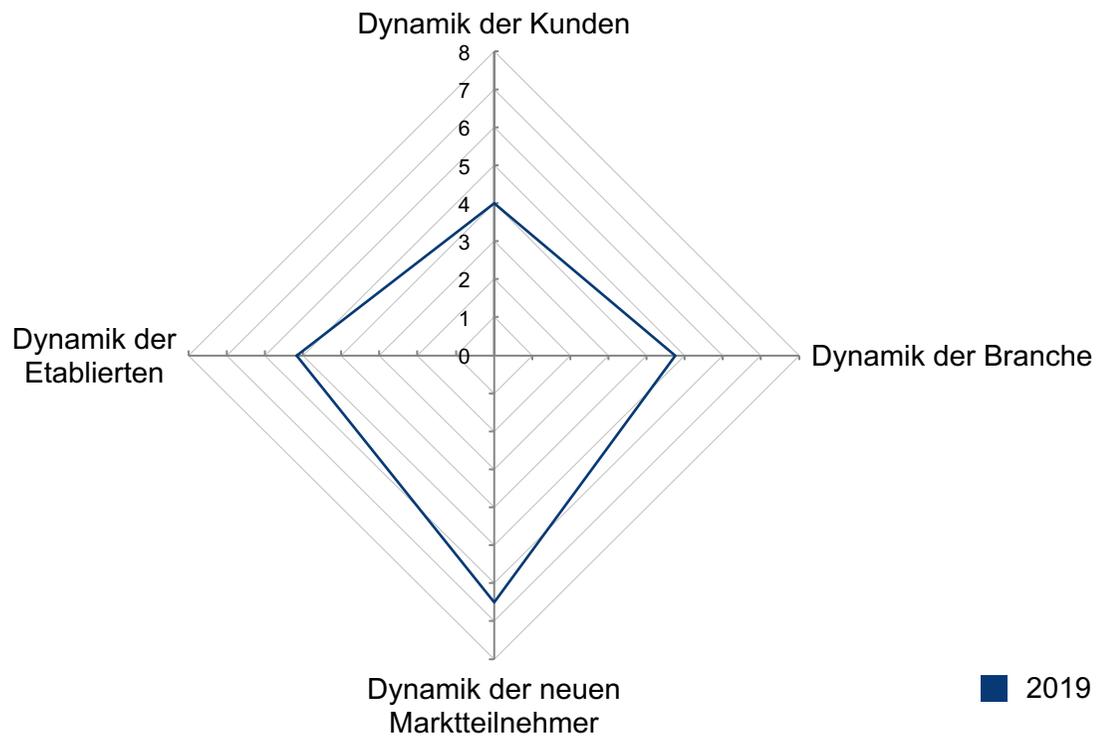
PropTech Startups

Einzelergebnis I

10
011

Die Branchensituation

Die Treiber



2019



Regulierung



Technologie



Wettbewerb



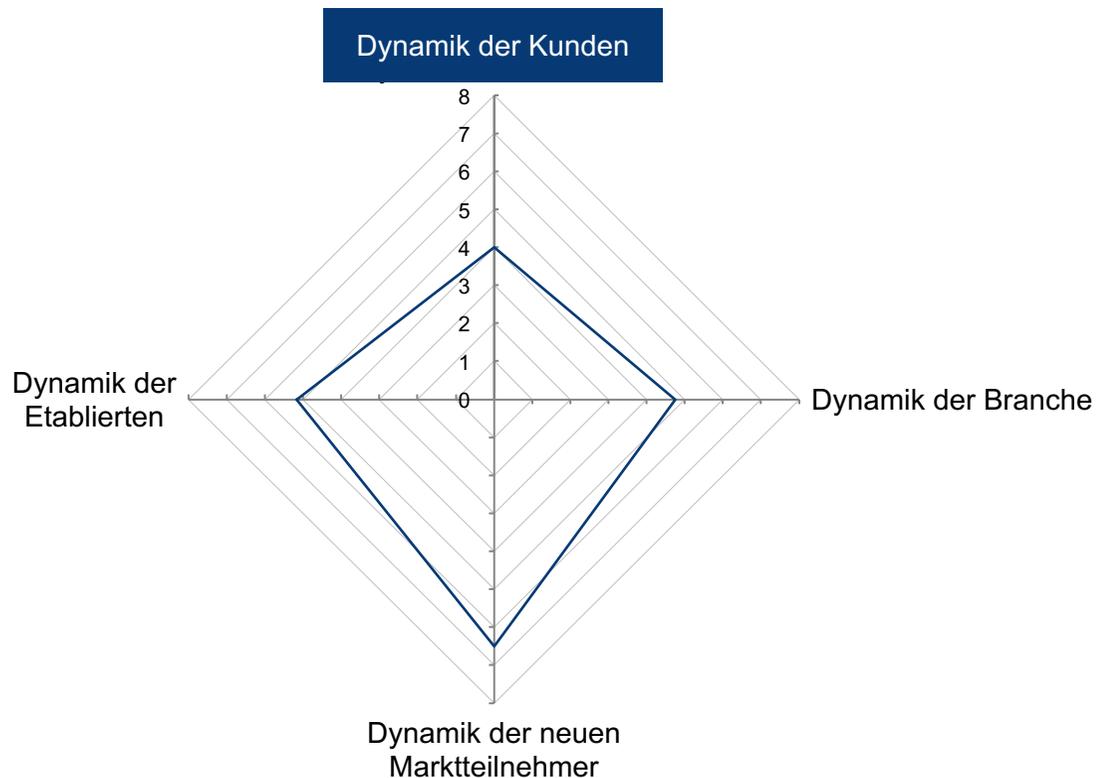
Kunden

PropTech Startups

Einzelergebnis II

10
011

Die Branchensituation



Dynamik der Kunden

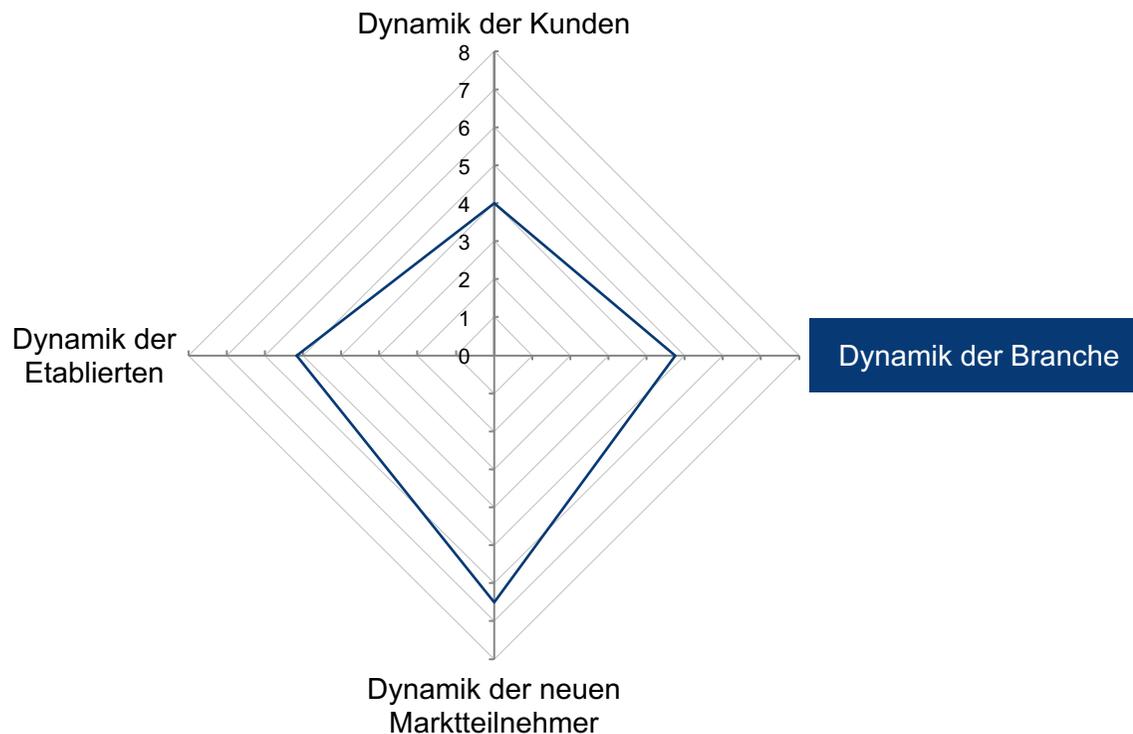
- Die **Produkte** werden oft als „nice to have“ und nicht als „must have“ wahrgenommen. Die Kunden sind oft **preissensitiv** und verkennen die Effizienz und Reichweite der Produkte. Es **mangelt** öfters am **technologisch-komplexen** Verständnis und der Technik-Affinität, so dass die Möglichkeiten in der Breite (noch) nicht abgerufen werden.
- Die angebotenen Produkte und/oder Dienstleistungen sind **intuitiv**, sie müssen **einfach** anzuwenden sein. Trotz Einfachheit bedarf es **Change Management** für die Anwendung selbst und das **Gesamtverständnis** des Lösungsansatzes, das den Gesamtprozess berücksichtigt und neu denkt.
- Als derzeit **technologischer Vorreiter** und wenn sich die Produkte und/oder Dienstleistungen technisch **wenig gleichen**, ist der direkte **Wettbewerb** oft **gering**. Wenn die technologischen Produkte und/oder Dienstleistungen u.a. auch mit existierenden (manuellen) Lösungen und/oder Geschäftsmodellen (z.B. Investment) **vergleichbar** sind, müssen sie **besser** sein.

PropTech Startups

Einzelergebnis III



Die Branchensituation



Dynamik der Branche

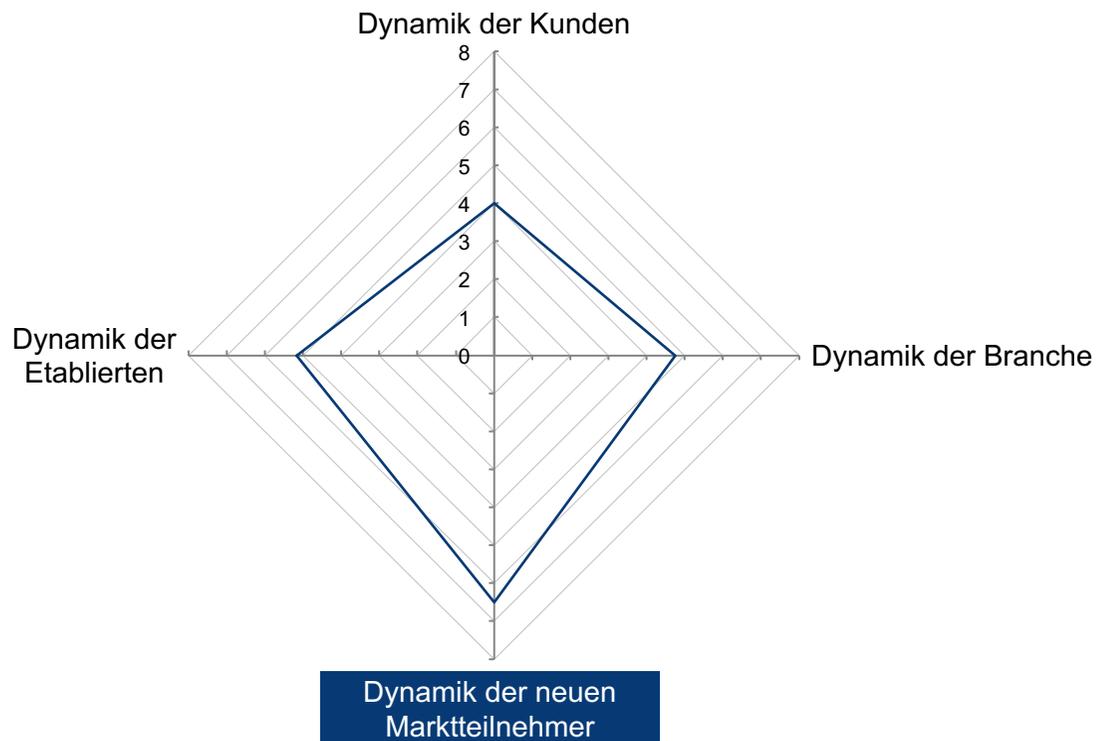
- Der Einfluss neuer **technologischer Entwicklungen** ist deutlich zu sehen, u.a. an der **steigenden** Anzahl an Tech-Ständen auf Veranstaltungen, das Entstehen von **Digital-Einheiten** in etablierten Unternehmen, aber auch an den internen Entwicklungen. Perspektivisch ist hier noch mehr zu erwarten.
- Durch einen **Generationenwechsel** beim Kunden sind Verhaltensänderungen und eine Zunahme der Technologie-Affinität zu beobachten.
- Veränderungen im gesetzlichen Umfeld gibt es **aktuell wenig**, die grundsätzlich **jederzeit möglich** und mit großen Effekten verbunden sind.
- **Gehälter** sind der **höchste Kostenfaktor**, insbesondere von qualifizierten Software-Entwicklern, wohingegen **Technologien** weitaus **günstiger** als früher (z.B. Cloud-Dienste) sind. Durch die technologische Lösung selbst gibt es eine **Kostensparnis**, die gleichzeitig die **Grundlage des Geschäftsmodells** bildet.

PropTech Startups

Einzelergebnis IV



Die Branchensituation



Dynamik der neuen Marktteilnehmer

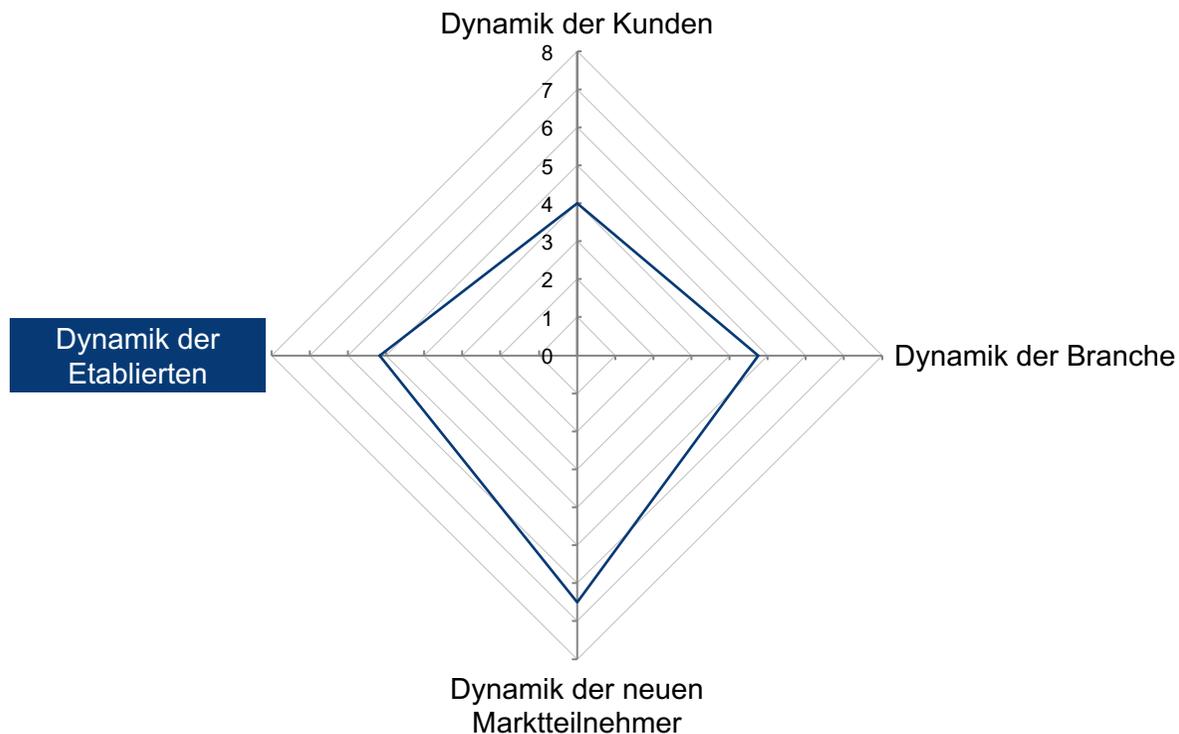
- Die meisten neuen Marktteilnehmer sind im nationalen Kontext zu sehen; es kommen **immer mehr PropTech-Startups** dazu, die den Wettbewerb aufnehmen, auch wenn in manchen Subsektoren der Zustrom bereits wieder **nachgelassen** hat.
- Teilweise schaffen die neuen Unternehmen sogar **neue Märkte** bzw. Produktsegmente, die sich als „Add-On“ in der **bisherigen Wertschöpfungskette** eingliedern lassen.
- Marktanteile durch neue Unternehmen werden absolut gesehen nicht schnell gewonnen, aber **relativ gesehen** schon, denn die Geschwindigkeit entspricht den eigenen **Kapazitäten**.
- Die Lösungen sind nicht nur **einfacher und kostengünstiger**, sondern schaffen auch eine **höhere Kundenzufriedenheit** durch die höhere Kundenzentrierung und besseren Kunden-Service der PropTech-Startups, wobei diese oft auch mit einem höheren Implementierungsprozess verbunden sind.

PropTech Startups

Einzelergebnis V

10
011

Die Branchensituation



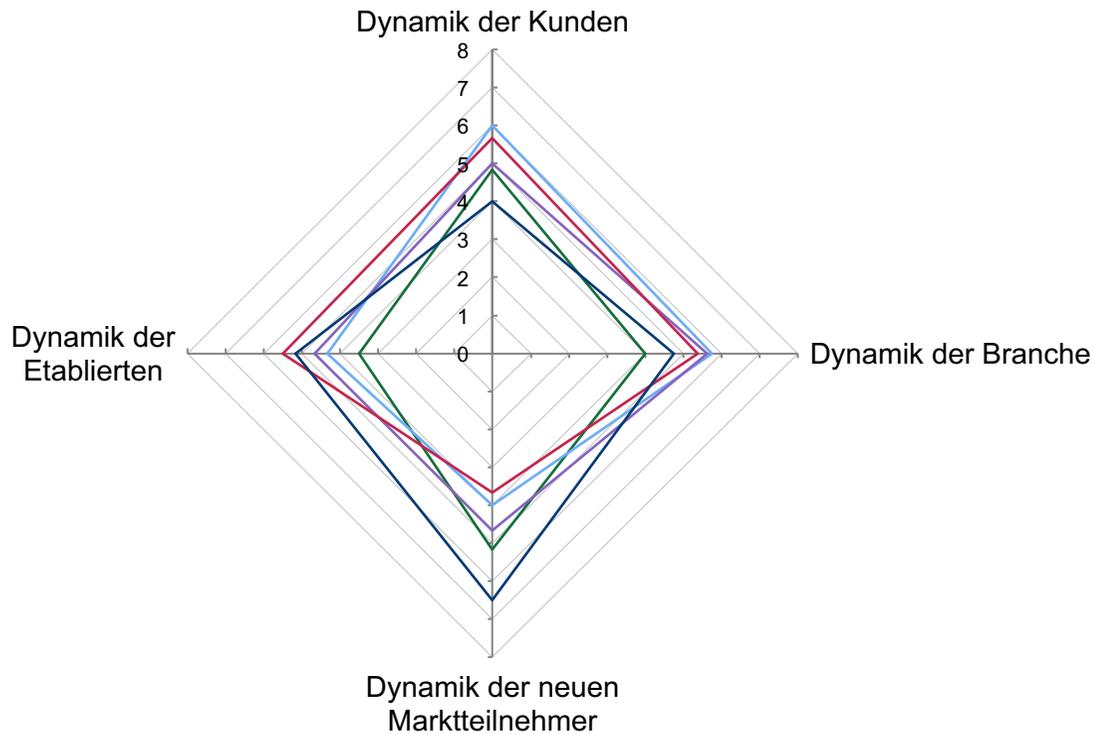
Dynamik der Etablierten

- Der Branche geht es aktuell (noch) gut: auch wenn die **Margen** der Etablierten **sinken**, sind die Umsätze und Marktanteile konstant bis steigend. Es ist zu beobachten, dass der **Profitabilitätsdruck** der etablierten Unternehmen **leicht ansteigt**.
- Allerdings wandern mittlerweile auch Kunden ab und wechseln die Anbieter, da die **Lösungen** am Markt **nicht mehr alternativlos** sind: die Frustration bzw. **Unzufriedenheit** der Kunden und der Wille etwas Neues auszuprobieren trifft auf eine **größere Auswahl** verschiedener Lösungen.
- In Bezug auf die Marketing, Vertrieb, Akquise und M&A-Aktivitäten der etablierten Unternehmen sind **verschiedene Entwicklungen** zu beobachten: von der Verwaltung des Status Quo bis hin zur Tätigkeit hoher Ausgaben, die in Form von großen Messeständen oder kostenintensiven, omni-präsenten Marketing-Kampagnen deutlich werden.

Studienergebnis 2019

Gesamtergebnis

Die Branchensituation

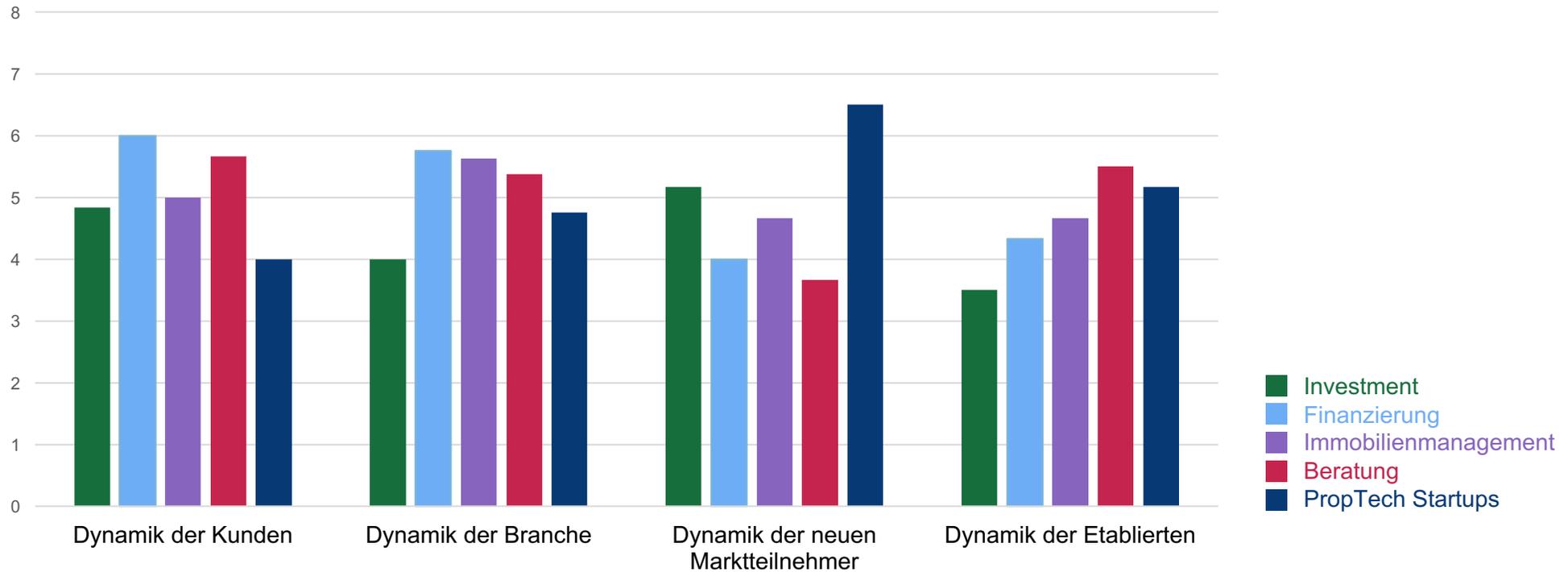


- Investment
- Finanzierung
- Immobilienmanagement
- Beratung
- PropTech Startups

Studienergebnis 2019

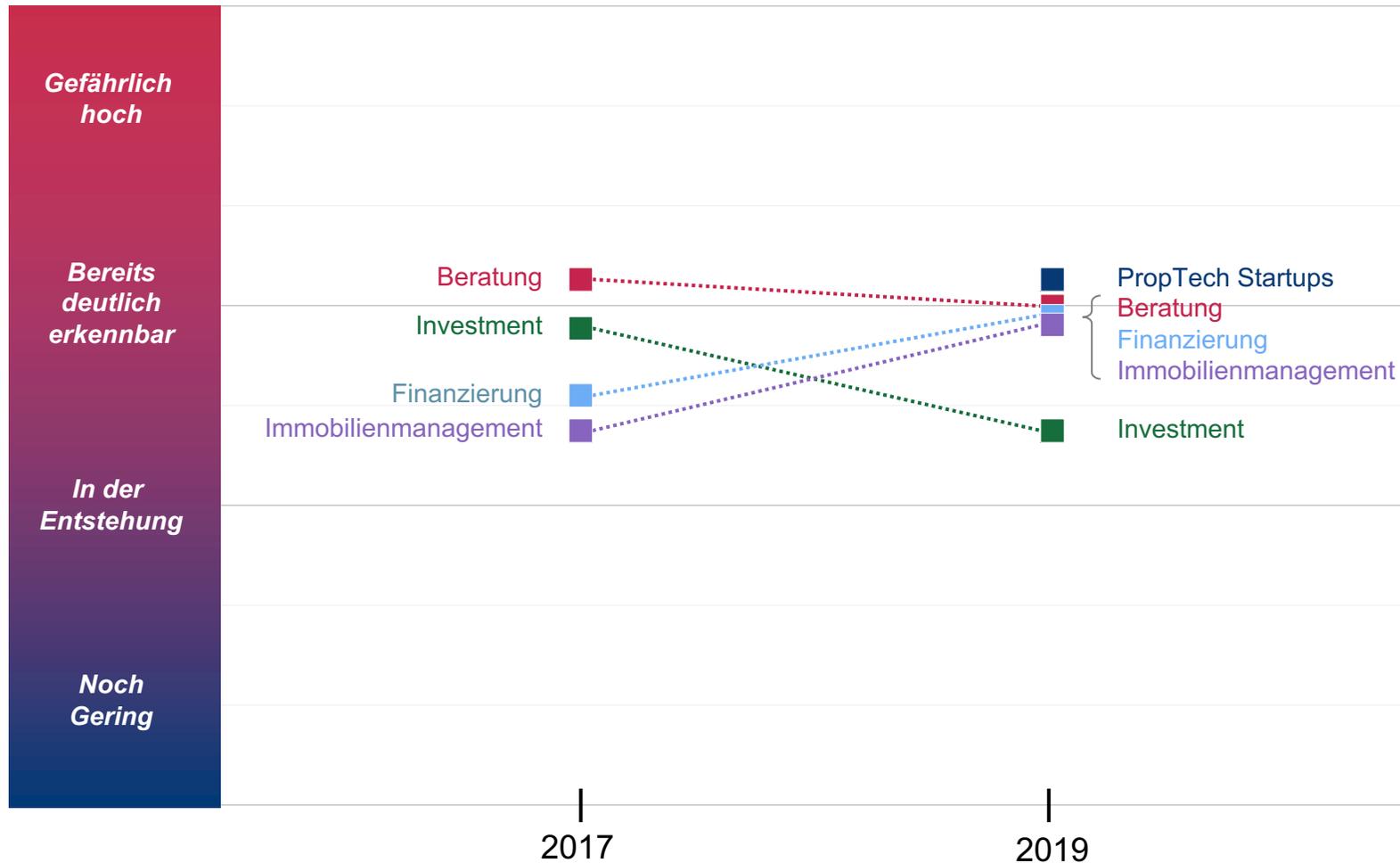
Gesamtergebnis: Ausprägung der Schlüsselbereiche

Die Branchensituation



Gefahrenpotenzial

Gesamtergebnis: Der Transformationsdruck auf die Subsektoren über Zeit



Zusammenfassung

Ergebnisse und Interpretation I

Das **INNOVATIONSBAROMETER DER IMMOBILIENWIRTSCHAFT 2019** zeigt einen sehr **homogenen Transformationsdruck** für die einzelnen Subsektoren mit Ausnahme des Investment-Bereichs. Im Vergleich zu den Vorjahren hat sich der Druck stark einander angenähert, so dass nun fast alle Subsektoren gleichauf liegen: In der Beratung ist der Druck beinahe **konstant** geblieben, dafür hat er im Immobilienmanagement wie auch in der Finanzierung **zugenommen**. Im Investment-Bereich hat der Druck nachgelassen, so dass sich nun erstmalig im Transaktionsbereich (Kategorie: Finanzierung, Investment) der Transformationsdruck **auseinander entwickelt** hat, der sich die Jahre zuvor sehr parallel verschoben hatte. Bei den PropTech Startups konnte insgesamt der höchste Druck ermittelt werden, der in der eigenen **agilen und dynamischen Entwicklung** begründet liegt (S.40). Im Folgenden werden die Ergebnisse je Kategorie unter Berücksichtigung der Entwicklung zum vergangenen Jahr diskutiert.

Der Transformationsdruck im institutionellen **INVESTMENT** hat als einziger **nachgelassen**, was hauptsächlich an der aktuell guten Marktlage liegt – **der Branche geht es hervorragend**. Gleich drei der vier Treiber haben sich seit der letzten Erhebung entspannt: Nur der **Wettbewerb**, der sich insbesondere **durch die Verknappung** des Investmentguts „Immobilie“ verstärkt, hat zugelegt. Neue Marktteilnehmer in Form von PropTech Startups tun sich aus Sicht

der etablierten Investoren weiterhin schwer, schnell und umfänglich im Markt Fuß zu fassen – dies wurde bisher überschätzt. Dennoch nehmen **Partnerschaften** mit ihnen zu, denn ihre angebotenen Lösungen sind oft deutlich einfacher und kostengünstiger. Von Seiten Technologie und Regulierung, wo aktuell nur ein Grundrauschen zu vernehmen war, dürfte **perspektivisch** einiges **von außerhalb der Branche** zu erwarten sein: Änderungen durch den bevorstehenden BREXIT als auch der Eintritt großer externer Technologie-Unternehmen könnten den Druck deutlich erhöhen.

Im Subsektor **FINANZIERUNG** (Banken und Nicht-Banken), bei dessen Betrachtung Unternehmen mit institutionellen Kunden im Fokus standen, ist der **Transformationsdruck** im Vergleich zur letzten Studie **gestiegen**. Auch wenn sich an den Treibern wenig geändert hat, ist ihre Wirkung in fast allen **Dynamiken stärker** zu spüren: Die Finanzierer befinden sich in einer „Schraubzwinge“ zwischen **Regulierung** und der Erwartungshaltung des **Kunden**, wobei neben den Startups noch weitere **neue Anbieter** (z.B. aus dem nicht-europäischen Raum, Versicherungen) auf den Markt drängen. Dies führt zu sinkenden Margen, steigenden Investitionskosten in Personal und IT sowie höherem Preisdruck durch Kunden und Wettbewerb. Dennoch sehen die etablierten Finanzierer in ihrem Knowhow und ganzheitlichem Ansatz gute Voraussetzungen, um dem Transformationsdruck erfolgreich zu begegnen.

Zusammenfassung

Ergebnisse und Interpretation II

Im **IMMOBILIENMANAGEMENT**, d.h. in der Verwaltung, Bewirtschaftung, Vermittlung, Vermietung und Verpachtung von Immobilien mit Fokus auf den gewerblichen Bereich, hat sich der Transformationsdruck seit 2016 jährlich beständig **verstärkt**. Aktuell zeichnet sich eine ähnliche Entwicklung wie bei den Finanzierern ab, allerdings führen hier **Technologie** und **Kunde** zu einem **Anstieg der Dynamiken**: durch die Anforderungen der Kunden (insbesondere bei der Qualität) und die steigenden Investitionskosten in IT und **Personal** steht das Immobilienmanagement unter einem großen **Profitabilitätsdruck**. Das fachlich gut ausgebildete ‚Humankapital‘ ist und bleibt trotz (oder gerade wegen) des technologischen Fortschritts ein erfolgskritischer Parameter im Immobilienmanagement. Startups, die mit einfacheren Lösungen und höherer Kundenzufriedenheit punkten, werden als neue Player am Markt verzeichnet – allerdings nur mit Teillösungen für Teilbereiche.

Im Subsektor **BERATUNG** blieb der Transformationsdruck nahezu **konstant** und liegt nun gleichauf mit dem Immobilienmanagement und den Finanzierern. Eingebettet innerhalb des berufsständischen Rechts, zwischen internationalen Ausschreibungen und Honorartabellen zeichnet sich vergleichbar wenig Neues ab. Die steigende Verfügbarkeit von technologischen Lösungen am Markt führt mittlerweile auch zu einer größeren Auswahl an entsprechenden Produkten, die verglichen und eingesetzt werden.

Bei den B2B ausgerichteten **PROPTECH STARTUPS** ist 2019 der vergleichsweise höchste Transformationsdruck und damit stärkste Innovationsimpuls zu verzeichnen. Maßgeblich ist dabei ihre Selbstwahrnehmung, die in der Dynamik der neuen Marktteilnehmer zum Ausdruck kommt. Die technologische Ausgangssituation ist hervorragend, denn der **technologische Fortschritt** ist oft bereits schon viel weiter als er in der Immobilienwirtschaft Anwendung findet. **Perspektivisch** dürften daher von Seiten der Technologie noch stärkere Impulse zur Veränderungen zu erwarten sein. Die angebotenen Lösungen der B2B-PropTech Startups sind meist deutlich einfacher, kostengünstiger und haben eine sehr hohe **Kundenzentrierung**, die zu einer höheren Kundenzufriedenheit beiträgt, da die PropTechs viel stärker vom Endnutzer her denken. Aktuell bremsen aber noch **Skepsis** gegenüber der Technologie und **fehlendes Knowhow bzw. Skills** der (möglichen) Kunden und Partner die Marktdurchdringung der PropTech Startups. Das Loslösen von alten Gewohnheiten und Umdenken der Prozesse bedarf Zeit und Change Management. Weitere Erfolgsfaktoren bei der Implementierung neuer Lösungen werden nicht nur in der **Mitarbeiterentwicklung**, sondern auch in der **Kompatibilität** durch offene und modulare Systeme gesehen, da die Forderung nach einer integrierten, ganzheitlichen technologischen All-in-One Lösung, die die Komplexität und Heterogenität aller immobilienwirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesse abbildet, nicht realistisch zu sein scheint.

Fazit

Die deutsche Immobilienwirtschaft präsentiert sich 2019 so **homogen** wie noch nie, der **Transformationsdruck** der einzelnen Subsektoren hat sich im Vergleich zu den Vorjahren stark angeglichen und der Grundtenor zur Lage der Branche und der etablierten Marktteilnehmer ähnelt sich ebenfalls stark, auch aus Sicht der PropTech Startups, die erstmals erhoben wurde.

Die Ergebnisse spiegeln zum einen wieder, was schon seit einiger Zeit zu beobachten ist: Die Marktlage ist hervorragend, der Branche geht es gut. Es herrscht hoher Anlagedruck, aber nur moderater Transformationsdruck. Das klingt komfortabel – und ist es auch. Nach wie vor sind **Netzwerk** und **Location** entscheidend und die Platzhirsche sind dieselben. Innovative und digitale Initiativen werden am ehesten von den großen globalen Marktteilnehmern getrieben. Dabei wird auch kritisiert, dass Deutschland **im internationalen Vergleich** technologisch hinterherhinkt und sich annähern muss (z.B. bei der Datenverfügbarkeit oder Datenqualität), um international wettbewerbsfähig zu sein. Die Nachfrage nach Innovation und damit der „Market-Pull“ fällt unter den gegebenen, immer noch komfortablen Zuständen (zu) gering aus. Die berühmte Not, die erfinderisch macht, hält sich aktuell zurück.

Zum anderen weisen die Ergebnisse interessante Entwicklungen auf, die beispielsweise den Faktor „Mensch“ verstärkt in das Licht rücken, was nicht nur in der verstärkten **Kundenzentrierung** und Kundenzufriedenheit bei den PropTechs sichtbar wird. Sowohl die etablierten als auch neuen Marktteilnehmer sind sich einig: Den Menschen an neue Technologien und ein damit verbundenes Neudenken der Prozesse zu gewöhnen, ist eine zentrale (nicht technologische) Herausforderung der Digitalisierung, die nur mit gutem Change Management, **Mitarbeiterentwicklung** und entsprechender technologischer Weiterbildung gemeistert werden kann. Des Weiteren spielt der interne und externe Austausch eine zunehmend bedeutendere Rolle, der u.a. auch in der vermehrten Anzahl an **Kooperationen und Partnerschaften** sichtbar wird. Humankapital, das mit dem notwendigen technologischen Verständnis, Wissen und operativer Kompetenz ausgestattet bzw. auszustatten ist, rückt verstärkt in das Bewusstsein der Branche. Nicht nur für die Zukunftsfähigkeit der Etablierten ist „digital enabled human capital“ erfolgskritisch, sondern trägt auch zur aktuell noch geringen Marktdurchdringung der PropTechs bei. Unter diesen Umständen kommt trotz technologischer Möglichkeiten und des heutigen Fortschritts der „Technology-Push“ nicht voll zum Tragen.

Fazit

Dass die Sichtweise der Etablierten und PropTech Startups im Großen und Ganzen übereinstimmt, zeugt ebenfalls von einer homogenen und daher robusten Einschätzung der immobilienwirtschaftlichen Gesamtsituation der beiden Gruppen. Dennoch unterscheiden sie sich mit Blick auf die Dynamik der neuen Marktteilnehmer: Die PropTechs nehmen ihre eigene Entwicklung deutlich dynamischer wahr, als sie von den etablierten Subsektoren wahrgenommen werden. Nun könnte man dies auf eine übersteigerte Selbstwahrnehmung schieben oder aber auf die Unterschätzung der Etablierten. Viel wahrscheinlichere Gründe sind, dass sich zum einen die Wertschöpfung der Startups und Etablierten meist unterscheidet und nicht kannibalisiert (Vgl. „Add-Ons“, S.40) und zum anderen Markt und Möglichkeiten aktuell groß genug sind, um neue Player aufzunehmen. Von einer Parallelwelt zu sprechen, würde allerdings zu weit gehen. Während die Etablierten die Teil- bzw. „Insellösungen“ der PropTech Startups kritisieren, bemängeln diese die „nicht offenen Systeme“ der Etablierten, denen es an **Schnittstellen und Modularität** mangelt. Aufgrund der Komplexität und Heterogenität der immobilienwirtschaftlichen Wertschöpfungsprozesse halten die PropTechs die Forderung nach einer integrierten, ganzheitlich technologischen **Lösung** für wenig realistisch. Daher stellt sich die (Gretchen-) Frage, inwieweit dieser Kontrast die Digitalisierung der Etablierten und Marktdurchdringung der Neuen bremst. Liegt in der Annäherung dieser diametralen Ansätze – **All-in-One** oder **Plug & Play** – bzw. der Einigung auf einen Ansatz etwa ein weiterer Schlüssel zum großen Durchbruch, der die Immobilienwirtschaft in das digitale Zeitalter trägt?

Fassen wir zusammen, ist der „Market-Pull“ aktuell wegen der guten Marktlage nur gering zu spüren und dem „Technology-Push“, der zwar in den Startlöchern steht, wirken aktuell immer noch Skepsis und fehlendes Technologie-Knowhow in weiten Teilen entgegen – und das so gut wie durch alle Subsektoren sowie „Jung und Alt“ vergleichbar hinweg. Mittlerweile ist die Digitalisierung besser einschätzbar, sie wird beherrschbarer wahrgenommen und zeigt **Handlungsbedarf und Hausaufgaben** auf (s. Humankapital, S.47). Inwieweit sich die gegenseitigen Forderungen auflösen und wie sich die Integration der B2B-PropTechs, die oft als Dienstleister der Dienstleister agieren, weiterentwickelt (s.o.), bleibt spannend. So auch die Frage, wann verstärkt auch substituierende, „disruptive“ Geschäftsmodelle auf den Markt kommen werden oder wann dieser von externen BigTechs für sich entdeckt wird.

Man darf auf die Impulse und Veränderungen gespannt sein!

APPENDIX

Unser Dank

Den Unterstützern dieser Studie gilt unser Dank (in alphabetischer Reihenfolge)



Unser besonderer Dank gilt dem **Zentralen Immobilien Ausschuss e.V. (ZIA)**, der uns als Gastgeber unterstützt hat. Weitere Informationen unter www.zia-deutschland.de



Unsere Partner

Die Förderer des **EBS Real Estate Management Institute** stellen sich vor:



ÜBER REAL I.S.

Die Real I.S. Gruppe ist seit mehr als 25 Jahren der auf Immobilieninvestments spezialisierte Fondsdienstleister der BayernLB. Das Verbundunternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe zählt zu den führenden Asset-Managern am deutschen Markt.

Neben Alternativen Investmentfonds (Spezial- AIF und geschlossenen Publikums-AIF) umfasst das Produkt- und Dienstleistungsangebot individuelle Fondslösungen, Club-Deals und Joint Ventures. Das Unternehmen hat über 8 Milliarden Euro Assets under Management. Die Real I.S. Gruppe verfügt über zwei lizenzierte Kapitalverwaltungsgesellschaften (KVGs) nach KAGB und Tochtergesellschaften bzw. Niederlassungen in Frankreich, Luxemburg, Spanien, den Niederlanden und Australien.

Für Real I. S. ist Innovation im internationalen Wettbewerb essenzieller Bestandteil einer nachhaltigen Unternehmenskultur. Innovationsleistung bedingt darüber hinaus die Einbindung von Partnern und Kunden. Die Real I.S. AG engagiert sich im Innovationsbarometer mit dem Ziel, die Innovationsfähigkeit der heimischen Immobilienbranche zu stärken.

Weitere Informationen unter www.realisag.de



ÜBER CBRE

CBRE ist – in Bezug auf den Umsatz im Geschäftsjahr 2017 – der größte globale Immobiliendienstleister. Mit mehr als 80.000 Mitarbeitern in über 450 Büros steht CBRE Investoren und Immobiliennutzern als Partner für alle Immobilienbelange weltweit zur Seite.

CBRE bietet ein breites Spektrum an integrierten Dienstleistungen über den gesamten Lebenszyklus einer Immobilie: von der strategischen und technisch-wirtschaftlichen Beratung wie u. a. beim An- und Verkauf oder der An- und Vermietung, über die Verwaltung und Bewertung von Immobilien bis hin zum Portfolio-, Transaktions-, Projekt- und Facility-Management. CBRE bietet über alle Assetklassen hinweg maßgeschneiderte Beratung aus einer Hand.

Die CBRE Group, Inc. (NYSE:CBRE), ist ein Fortune 500- und S&P 500-Unternehmen mit Hauptsitz in Los Angeles, Kalifornien. Seit 1973 ist CBRE Deutschland mit seiner Zentrale in Frankfurt am Main vertreten, weitere Niederlassungen befinden sich in Berlin, Düsseldorf, Essen, Hamburg, Köln, München, Nürnberg und Stuttgart.

Weitere Informationen unter www.cbre.de

Ihr Kontakt

Für mehr Informationen oder Fragen zur Studie

Fachlicher Ansprechpartner

Dr. Susanne Hügel

susanne.huegel@ebs.edu | +49 151 1616 8722

Real I.S. AG

Markus Lang

markus.lang@realisag.de | +49 89 48908 2220

CBRE GmbH

Bettina Bierhalter

bettina.bierhalter@cbre.com | +49 69 1700 77793

DISCLAIMER:

Die Studie dient ausschließlich Informationszwecken und stellt keine Handlungsempfehlung für den Leser dar ohne zuvor eigene Informationen und geeigneten fachlichen Rat einzuholen sowie die Sachlage selbst gründlich zu analysieren oder analysieren zu lassen. Eine Verwendung liegt in der alleinigen Hand des Nutzers. Wir übernehmen daher keine Gewähr für die Zuverlässigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Informationen und schließen jede Haftung für Verluste, die sich aus der Verwendung dieser Informationen ergeben, aus.