

PRESSE-INFORMATION

FS-09-10-18

DIGITALISIERUNG IM FACILITY MANAGEMENT:

WAS ERWARTEN DIE AUFTRAGGEBER?

- **Hohe Erwartungen der FM- und CREM-Verantwortlichen**
- **Fehlende Standards behindern Effizienzgewinne**
- **Erfahrung mit Digitalisierung liegt bei 25 Prozent**
- **Neue Lünendonk®-Studie [ab sofort verfügbar](#)**

Mindelheim, 9. Oktober 2018. — Um die Effizienz des Facility Managements (FM) zu steigern, werden digitalisierte Lösungen aktuell bei vielen Unternehmen in Pilotprojekten oder im Produktivbetrieb eingesetzt. Für eine flächendeckende Digitalisierung und Automatisierung des FM und der damit verbundenen Dienstleistungen fehlen indes etablierte Daten- und Prozessstandards sowie oftmals die Bereitschaft, in Sekundärprozesse zu investieren. Mangelnde Investitionsbereitschaft in das Facility Management wirkt sich negativ auf die Innovationskraft der Unternehmen aus. Verantwortliche aus FM- und Corporate-Real-Estate-Abteilungen (CREM) berichteten von Entwicklungen, von denen auch das Kerngeschäft des Unternehmens profitieren würde. Dies sind Ergebnisse einer umfassenden Analyse zum Stand der Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft und dem Facility Management, die das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Lünendonk & Hossenfelder, Mindelheim, auf der Immobilienmesse Expo Real veröffentlicht hat.

Digitalisierungspotenzial hängt vom Status der Immobilie ab

„Die Bereitschaft der Immobilienbetreiber in Deutschland, in die Digitalisierung der Bewirtschaftung zu investieren, hängt wesentlich von der

Bedeutung der Immobilie für das Unternehmen ab“, sagt Thomas Ball, Studienautor und Senior Consultant bei Lünendonk & Hossenfelder.

„Ausschlaggebend ist sowohl das Effizienzpotenzial durch den Einsatz von Technologie als auch der zusätzliche Mehrwert für den Endnutzer.“ Aktuell wird an repräsentativen Standorten wie Unternehmenszentralen, Show-Rooms, Filialen, Premium-Hotels, Entwicklungsstandorten und ähnlichen vorwiegend dann in die Digitalisierung investiert, wenn damit ein zusätzlicher Nutzen für wichtige Mitarbeiter oder Kunden des Unternehmens einhergeht und die eigene Modernität zum Ausdruck gebracht werden kann. Digitalisierung wird hier als ein Faktor genutzt, um im Wettbewerb um hochqualifizierte Mitarbeiter die Arbeitgebermarke zu stärken. An diesen Standorten wird Service durch Menschen als wichtiger Bestandteil der Gastfreundschaft und Wertschätzung empfunden.

In peripheren Standorten ohne bedeutenden Kundenkontakt finden derzeit verstärkt Investitionen in Technologien statt, die einen zusätzlichen Effizienzgewinn in der Bewirtschaftung erwarten lassen. Dies umfasst etwa Empfangsautomation, Grünanlagenpflege und Unterhaltsreinigung durch Roboter (u.a. auch in Flächen mit erhöhter Unfallgefahr) sowie Helpdesks und Geländeüberwachung durch Drohnen.

Voraussetzung für Disruption derzeit nicht gegeben

Immobilienbetreiber sind sich der Unterschiede im disruptiven Potenzial zwischen B2C und B2B bewusst. Gerade das Facility Management ist ein individueller und daher komplexer Prozess, in dem aktuell nur wenige und isolierte Standards etabliert sind. Die Studienteilnehmer erwarten deshalb, dass zunächst kaufmännische Prozesse wie die Dokumentenverarbeitung, Nebenkostenabrechnung und ähnliche standardisierte und IT-gestützte Verfahren digitalisiert und automatisiert werden. Die Erfahrung in anderen Branchen hat gezeigt, dass hoch standardisierte Prozesse mit einer geringen

Komplexität und einer großen Anzahl von Anwendungsfällen für die Digitalisierung besonders geeignet sind.

Großes Potenzial besteht daher in der Automatisierung der Dokumentation von geleisteten Service-Tätigkeiten, der Zeiterfassung, Ersatzteilbestellung und -verwaltung, Disposition und von ähnlichen Rahmentätigkeiten. Voraussetzung hierfür ist jedoch ein etablierter Datenstandard, der ein ausreichendes Marktpotenzial für die Entwicklung von KI-basierten Automatisierungsprozessen erwarten lässt. Die befragten Berater wiesen ergänzend darauf hin, dass auch CAFM-Systeme (Computer Aided Facility Management) und BIM (Building Information Modelling) seit langem über Marktreife verfügen, der Verbreitungsgrad aber noch immer gering ist.

Investitionen in das Facility Management stärken Kerngeschäft

Ein weiterer Hindernisfaktor für die Effizienzsteigerung der Immobilienbewirtschaftung ist der niedrige Stellenwert im Unternehmen, der einhergeht mit knappen Investitionsmitteln im Facility Management sowie einem geringen Handlungsspielraum der Fachabteilungen. Studienteilnehmer mit inhaltlicher und finanzieller Freiheit berichteten im Rahmen der Studieninterviews dagegen von unerwarteten Mehrwerten für das Kerngeschäft durch Digitalisierungsprojekte im Facility Management.

Studie bietet erstmals Orientierung für Nutzer und Dienstleister

„In Zeitschriften, auf Fachtagungen und in der breiten Öffentlichkeit dominiert seit mehr als zwei Jahren das Zur-Schau-Stellen von neuen Technologien sowie mehr oder weniger abstrakter Einsatzmöglichkeiten. Die hohe Aufmerksamkeit gegenüber Start-Ups illustriert dies. Dabei bleibt oft die Implementierung in den komplexen Facility-Management-Prozess außen vor. Insbesondere wird das Einführungsrisiko nicht ausreichend berücksichtigt“, kommentiert Studienleiter Ball die Ergebnisse. „Angesichts

der teils hohen notwendigen Investitionen ist Orientierung über die Aufgeschlossenheit gegenüber Technologien und über die Einführungsvoraussetzung wichtig. Mit der vorliegenden Studie möchten wir dazu beitragen, die Diskussion über die Digitalisierung zu versachlichen.“

Studienbezug

Die neue Lünendonk®-360-Grad-Studie 2018 „Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft“ basiert auf qualitativen Tiefeninterviews mit 90 FM-Nutzern sowie Beratern und FM-Dienstleistern. Sie steht dank der Unterstützung von Apleona HSG Facility Management, DB Services, Deloitte, TÜV Süd Advimo und Wisag Facility Services ab sofort unter der Domain expert.luenendonk.de/studie/digitalisierung-immobilienwirtschaft zum kostenfreien Download bereit.

Die Lünendonk®-Studien und Publikationen gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk & Hossenfelder GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolio-Elementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist Lünendonk in der Lage, ihre Beratungskunden von der Entwicklung der strategischen Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.

Das Unternehmen

Die Lünendonk & Hossenfelder GmbH, Mindelheim, analysiert europaweit Unternehmen aus der Informationstechnik, Beratungs-, Prüfungs- und Dienstleistungsbranche. Mit dem Konzept Kompetenz³ bieten die Informations- und Transformationsberater unabhängige Marktforschung, Marktanalyse und Marktberatung aus einer Hand. Der Geschäftsbereich Marktanalysen betreut die seit 1983 als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien“ sowie das umfassende Research-Programm.

Weitere Informationen

Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Thomas Ball
Senior Consultant
Telefon: +49 8261 73140-0
E-Mail: ball@lunenendok.de

Sprockamp Werbung und PR
Eva Sprockamp
PR-Beraterin
Telefon: +49 8247 30835
E-Mail: eva@sprockamp.de

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim
Telefon: +49 8261 73140-0 Telefax: +49 8261 73140-66
Homepage: <http://www.lunenendok.de>

Sprockamp Werbung und PR

St.-Anna-Str. 26, 86825 Bad Wörishofen
Telefon: +49 8247 30835 Telefax: +49 8247 3083-65
Homepage: <http://www.sprockamp.de>

Diese Presseinformation und die Grafik finden Sie im Internet unter:
<http://www.lunenendok.de/presse>