

PRESSE-INFORMATION

FS-22-11-18

DIGITALISIERUNG IM FACILITY MANAGEMENT: WAS SIND DIE GRUNDVORAUSSETZUNGEN?

- **Digitalisierung führt zu Mehrwerten im Kerngeschäft**
- **Großteil der Unternehmen verfügt über IT-Budgets**
- **Offenheit und langfristige Ansätze erleichtern die digitale Transformation**
- **Neue Lünendonk[®]-Studie [verfügbar](#)**

Mindelheim, 22. November 2018. — Eine erfolgreiche Digitalisierung des Facility Managements bietet großes Potenzial für Effizienzsteigerungen, macht bisher aber nur kleine Fortschritte. Neben komplexen und unterschiedlichen Immobilienportfolios und damit einhergehend mangelnden Standards ist auch der vergleichsweise geringe Stellenwert des Immobilienmanagements in der Unternehmensorganisation ein Grund für den bis dato geringen Digitalisierungsgrad. Dieser erfordert – je nach Anwendungsfall – Sensoren, Schnittstellen zu bestehender Software, eine kontinuierliche Pflege der Daten sowie Software, die die bestehenden, oft unstrukturierten Daten auswertet und aufbereitet.

Entscheidungsrelevante Faktoren für die Digitalisierung sind unter anderem eine Digitalisierungsstrategie über das Kerngeschäft hinaus, ein hoher Autonomiegrad für das Facility Management, aber auch die Tatsache, dass konkreten Einsparerwartungen zunächst keine hohe Bedeutung zugemessen wird. Die zunehmende Akzeptanz von Schlüsseltechnologien wie Cloud, Software- und Hardware-Robotik begünstigen ebenfalls die Entscheidung zur Digitalisierung des Facility Managements. Dies sind Ergebnisse einer

umfassenden Studie des Marktforschungs- und Beratungsunternehmens Lünendonk & Hossenfelder zum Stand der Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft, die auf qualitativen Tiefeninterviews mit 90 Auftraggebern sowie Beratern und FM-Dienstleistern basiert. Sie steht dank Unterstützung der Apleona HSG Facility Management, DB Services, Deloitte, TÜV Süd Advimo und Wisag Facility Services ab sofort unter <https://expert.luenendonk.de/studie/digitalisierung-immobilienwirtschaft> zum kostenfreien Download bereit.

Digitalisierung führt zu Mehrwerten im Kerngeschäft

Das Grundgerüst für die digitale Transformation im Facility Management steht. IT-Budgets werden von den Unternehmen bewilligt, Datengrundlagen erarbeitet und auch langfristige Ansätze wie beispielsweise die Immobilienlebenszyklusbetrachtung sind bei immer mehr Neubauten im Pflichtprogramm vorhanden. Besonders weit sind hierbei Unternehmen, die ihre Immobilien nicht nur als reinen Kostenfaktor ansehen. Hier führt die Digitalisierung im Facility Management unter anderem sogar dazu, dass unerwartete Mehrwerte für das Kerngeschäft generiert werden. So war das Ziel eines befragten Auftraggebers aus der Immobilienbranche, die Unternehmensgebäude digital zu erfassen, um so eine Grundlage für intelligente Gebäude zu schaffen. Von diesen gesammelten Daten profitierte nun auch der Vertrieb, indem er die so mögliche Visualisierung der Immobilien in Gesprächen mit potenziellen Mietern nutzen konnte.

Die Ergebnisse der Studie zeigen zudem, dass die Digitalisierung im Facility Management dort beginnt, wo sie auf standardisierte Prozesse oder solche mit geringer Komplexität aufsetzen kann.

Großteil der Unternehmen stellt Budgets zur Verfügung

Die Digitalisierung erfordert Investitionen in den Aufbau und Erhalt der Soft- und Hardware sowie der dazugehörigen Infrastruktur. „Insgesamt gaben fast alle Studienteilnehmer an, dass das eigene Unternehmen Budgets für Digitalisierungsprojekte bereitstelle. Dies verdeutlicht die wachsende Priorität der Digitalisierung bei vielen Unternehmen“, stellt Studienautor Thomas Ball, Senior Consultant bei Lünendonk & Hossenfelder, fest. Der Reifegrad in der Digitalisierung wird indes wesentlich davon beeinflusst, ob das Budget anlasslos oder auf konkreter Projektbasis bewilligt wird. Komplexe Freigabeprozesse senken die Motivation, sich für Projekte mit unklarem Ergebnis einzusetzen.

Unternehmen mit einem hohen Reifegrad („Technologieführer“) verfügen über den Freiraum, auch ohne konkrete Return-on-Investment-Erwartung in Projekte zu investieren. Für Unternehmen mit einem mittleren Reifegrad („Nachholer“) hingegen steht die Aufarbeitung von versäumten technischen Entwicklungen im Mittelpunkt. Hierfür ist der Trend zur Digitalisierung ein willkommener Anlass, da auch die erste Führungsebene den Handlungsbedarf erkannt hat. Die größte Gruppe innerhalb der Studienteilnehmer besteht aus Unternehmen, die Immobilien und deren Bewirtschaftung als reine Notwendigkeit und Kostenfaktor betrachten. Hier steht für die FM-Abteilungen die Kosteneinsparung an oberster Stelle.

Unternehmen sind offen für längerfristige Ansätze

Grundsätzlich sind neben dem notwendigen Budget und der passenden Datengrundlage langfristiges Denken und Offenheit gegenüber neuen Entwicklungen die wichtigsten Voraussetzungen für die Digitalisierung. Dieser Ansatz beinhaltet auch eine Immobilienlebenszyklusbetrachtung (ILZ), die nicht sofort als klassischer Bestandteil der digitalen Transformation in der Immobilienwirtschaft ersichtlich ist. Dennoch sind Verbindungen und

Parallelen zwischen einer Digitalisierungsstrategie und dem langfristigen Ansatz der Immobilienlebenszyklusbetrachtung erkennbar: Beide Instrumente erfordern zu Beginn der Projektphase hohe Investitionen, die sich erst in der späteren Betriebsphase amortisieren. Im Rahmen der Befragung gab fast die Hälfte der Studienteilnehmer an, Budgets für eine Immobilienlebenszyklusbetrachtung zur Verfügung zu stellen.

Studienbezug

Die Ergebnisse der Lünendonk[®]-360-Grad-Studie, die in Zusammenarbeit mit der Apleona HSG Facility Management, DB Services, Deloitte, TÜV Süd Advimo und Wisag Facility Services entstand, stehen unter der Domain <https://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>