

Von CBRE bis BNP – So nutzen große Immobiliendienstleister Big Data



Big Data kommt aktuell als neue Form der Analyse und Nutzung von Daten vor allem bei den Großen der Immobilienbranche zum Einsatz. Welchen Mehrwert bietet das Sammeln von Daten im großen Stil?

In der heutigen Informations- und Wissensgesellschaft wird Wissen selbst zum entscheidenden Wertschöpfungsfaktor. Globalisierung und Digitalisierung schaffen riesige Datenmengen unterschiedlicher Typologie. Die in den Datenbanken der international agierenden Immobiliendienstleister gesammelten Daten stellen a priori jedoch noch keine Information dar. Erst wenn diese Daten zu zweckorientiertem Wissen „veredelt“ werden und sichergestellt ist, dass die jeweils benötigten Informationen zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort den richtigen Entscheidungsträgern in geeigneter Form zur Verfügung stehen, tragen sie zur Wettbewerbsfähigkeit und zum nachhaltigen Erfolg von Unternehmen bei. Damit lassen sich nicht nur Entscheidungen auf einer auf Fakten beruhenden Basis treffen, son-

dern auch Trends, Potenziale und Risiken frühzeitig erkennen. Fehlt den Daten die Eigenschaft der Zweckorientierung, kann plakativ von einer Informationsarmut im Datenüberfluss gesprochen werden.

Das Management der Daten fordert jedoch eine hohe Kompetenz bei Auswahl, Gewichtung und Analyse und setzt entsprechende Ressourcen an Kapital und Mitarbeitern voraus. Zudem gilt es, die komplexen Bestimmungen des Datenschutzes zu beachten. Aktuell kommt Big Data als neue Form der Analyse und Nutzung von Daten daher vor allem bei den Großen der Branche zum Einsatz.

BIG DATA ALS CHANCE Die Entscheider immobilienwirtschaftlicher Unternehmen treffen ihre Entschlüsse laut einer Umfrage von Catella Research unter 468 europäischen Immobilienunternehmen vor allem auf der Basis ihrer Erfahrung (60,4 Prozent), nur knapp ein Viertel gibt an, Entscheidungen hauptsächlich auf der Grundlage von Daten zu treffen. Insgesamt erhoffen sich 77 Prozent der Befragten, dass die Auswertung großer Datenmengen zu einer Verbesserung und Unterstützung bei der Entscheidungsfindung beiträgt, zu größerer Transparenz auf den Immobilienmärkten führt (72 Prozent) und Risiken minimiert.

„Idealerweise soll ein Mehr an ‚Data‘ Unternehmen in die Lage versetzen, effizienter zu werden, sei es bei der Produkterstellung, der Zielgruppenanalyse oder bei der Kundenberatung“, stellt Thomas Beyerle, Group Head of Research bei Catella, fest. „Dies mag im Lehrbuch der BWL zwar als richtig gelten, bis diese Stufe der Transzendenz aber erreicht wird, durchlaufen Immobilienunternehmen mehrere Phasen im Wettbewerb.“ Zunächst einmal passiere nichts, da noch immer eine latente Angst vorherrsche, Daten grundsätzlich zur Verfügung zu stellen und diese wirklich zu nutzen.

SUMMARY » Das Management der Daten fordert eine hohe Kompetenz bei Auswahl, Gewichtung und Analyse und setzt entsprechende Ressourcen an Kapital und Mitarbeitern voraus. » **Als die größten Hemmnisse** für die Implementierung von Big Data gelten in der Branche der Mangel an standardisierten Daten und Erhebungsmethoden, das Fehlen einer zentralen Datenquelle und die Anforderungen des Datenschutzes. » **Die großen, international agierenden Immobiliendienstleister** haben Big Data bereits implementiert, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß.

„Danach werden einige mit innovativen Modellen und Bildern nach vorne preschen und die maßgebliche Transparenz für sich in der Beratung in Anspruch nehmen“, so Beyerle. Das sei gut, habe aber nichts mit dem Mehrwert von Big Data zu tun: Nur diejenigen Unternehmen der Branche, welche aus dem Ozean an Daten die entsprechenden Algorithmen entwickelten und Datenzusammenhänge darstellen könnten, fänden beim Kunden Beachtung. Ein Mehr an Transparenz sorgt zudem nicht per se für stabilere Märkte und sichere Investitionen. „Vor diesem Hintergrund wird das Thema operativ erst wirklich relevant, wenn sich der erste Data Analyst in der Branche blicken lässt – vorher nicht“, so seine Einschätzung.

DATENSCHUTZ ALS HERAUSFORDERUNG

Als die größten Hemmnisse für die Implementierung von Big Data gelten in der Branche der Mangel an standardisierten Daten und Erhebungsmethoden, das Fehlen einer zentralen Datenquelle und die Anforderungen des Datenschutzes. So müssen Immobiliendienstleister, die sowohl in der Transaktionsberatung als auch im Bereich Valuation agieren, durch geeignete Chinese Walls sicherstellen, dass kein unrechtmäßiger Austausch der Daten erfolgt.

Die großen, international agierenden Immobiliendienstleister haben Big Data bereits implementiert, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. „JLL hat frühzeitig erkannt, dass sich die Fähigkeit, große Datenmengen in Echtzeit zu analysieren, zu verdichten und für den Kunden bereitzustellen, zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor entwickeln wird“, sagt Kai Zimprich, Head Digital Services JLL Germany: „Schon seit Jahren betreiben wir daher erheblichen Aufwand, um zum Beispiel unseren riesigen Bestand an Objekt-daten in Deutschland besser analysieren zu können. Diese Analyse liefert intern den

Entscheidern wertvolles Wissen im Hinblick auf Zusammenhänge und Aussagen zu zukünftigen Entwicklungen.“ Das Management erhalte dadurch mehr Sicherheit bei der Entscheidungsfindung. Innovative Lösungen erlaubten inzwischen auch Anwendern ohne IT-Kenntnisse, sich Analysen flexibel zu erstellen, mit den Daten zu „spielen“ und die Ergebnisse visuell aufzubereiten, so Zimprich weiter: „Damit werden Fachabteilungen in die Lage versetzt, eigene Entscheidungen zu treffen. Extern können Kunden auf Chancen und


Potenziale hingewiesen werden, die bisher noch gar nicht in deren Fokus standen. Allerdings ist die Veredelung von Daten zu Informationen konzeptionell, aber auch finanziell anspruchsvoll. JLL hat daher eine Data-Management-Strategie entwickelt und Datenspezialisten eingestellt. Big Data hat bei JLL auch Strukturen und Prozesse im Hinblick auf ein agiles Business-Process-Management verändert, um die Entscheidungen, die man aus den Big-Data-Analysen herbeiführt, schnell implementieren zu können. Von hoher Be- »

IN EINER WELT IM WANDEL
**SIEHT EIN STAPEL AKTEN
AUF EINMAL GANZ ANDERS AUS.**



**WETTBEWERBSVORTEIL DURCH
WEB-BASIERTE DATEN-DOKUMENTATION**

Sprechen Sie mit uns über Ihr digitales
Immobilienmanagement.

 069-298 99-450



**BNP PARIBAS
REAL ESTATE**

Immobilienberatung
für eine Welt
im Wandel

BEST-PRACTICE-BEISPIEL

„Viel mehr als die Einführung einer neuen Software“

Was bringt digitales Immobilienmanagement? Andreas Völker, Geschäftsführer BNP Paribas Real Estate Consult GmbH, berichtet aus der Praxis.

Digitalisierung prägt inzwischen alle unsere Lebensbereiche. Auch die Immobilienwirtschaft muss sich diesem Trend stellen. Offensichtlich tut sich die Branche damit aber noch etwas schwer. Dabei gibt es schon erfolgreich etablierte Online-Vertriebsplattformen, vor allem für die Vermietung und den Verkauf von Wohnimmobilien. Auch interne Prozesse des Vertriebs und der Objektverwaltung finden digital statt. Meist handelt es sich aber um Insel-Lösungen, die kaum vernetzt sind. Die Herausforderungen in der Branche aber wachsen. Die Daten- und Informationsmengen nehmen exponentiell zu, gleichzeitig steigt der Kostendruck.

Digitalisierung heißt aber natürlich nicht, analoge Prozesse eins zu eins in die digitale Welt zu transformieren. Vielmehr ergeben sich sehr schnell Vereinfachungs- und Automatisierungsmöglichkeiten, insbesondere über den gesamten Lebenszyklus der stark von Schnittstellen und von hoher Arbeitsleistung geprägten Immobilienbewirtschaftung.

Um Digitalisierung im Unternehmen voranzubringen, sind zwei Kernfragen zu beantworten:

- ▶ Welchen Mehrwert bringt Digitalisierung?
 - ▶ Wie verändern sich Geschäftsprozesse und interne Abläufe?
- Die Berechnung des Mehrwerts ist nicht einfach. BNP Paribas Real Estate hat je Use Case den Aufwand vor und nach der Einführung digitaler Prozesse kalkuliert und hat diese Ersparnis den Investitionen und laufenden Kosten für das entsprechende Tool und für

die Anpassung vorhandener Softwarestrukturen gegenübergestellt. Die Veränderung von Geschäftsprozessen und internen Abläufen ist dabei eine besonders sensible Aufgabe, da sie die Tätigkeit von Mitarbeitern betrifft. Die Umsetzung von Digitalisierung geht oft auch mit einem umfassenden Change-Management-Prozess einher. Deshalb ist Digitalisierung eben nicht einfach nur die Einführung einer neuen Software, sondern auch eine kritische Inventur über Jahre vorhandener Strukturen und Prozesse, die in eine neue Welt überführt werden müssen. Und dies kann nur gelingen, wenn man die Anwender und Nutzer bei dieser Veränderung von Anfang an mitnimmt. Der Mehrwert und die Zielvision von Digitalisierung im Immobilienmanagement ist daher auch eine individuelle, für jedes Unternehmen anders zu beantwortende



Andreas Völker,
Geschäftsführer BNP
Paribas Real Estate
Consult GmbH

Frage. Es hilft, den Status quo sehr kritisch analysieren zu lassen: Was läuft bereits gut? Wo entstehen Mehrarbeit und Redundanzen? Wie läuft heute der Informationsaustausch ab und wie könnte er vereinfacht werden? Schnell ergeben sich sehr konkrete Ansätze für Verbesserungen. Aus dieser Zielversion können wichtige Elemente des Anforderungsprofils für ein digitales Immobilienmanagement abgeleitet werden. Eine Kosten-Nutzen-Analyse liefert außerdem den Beleg, ob sich die Einführung einer Innovation rechnet und nicht nur eine Veränderung ohne Mehrwert darstellt. Wenn die Mitarbeiter tatsächlich durch das neue System in ihrem Tagesgeschäft entlastet werden, das Tool einfach zu bedienen ist und sich die Einführung zudem für das Unternehmen rechnet, wird die Digitalisierung im Immobilienmanagement ein Erfolg.

deutung ist bei JLL auch der Datenschutz. Wir arbeiten bereits seit Jahren mit einer externen Datenschutzbeauftragten zusammen.“

Martina Williams, Head of Client Solutions Germany and Continental Europe bei CBRE, meint: „Big Data wird für die Beteiligten der Immobilienbranche zunehmend wichtiger und bietet ein enormes Potenzial bei der vernetzten Analyse und der fortschreitenden Digitalisierung von Daten von Gebäuden und Portfolien. Zur Beratung unserer Kunden nutzt CBRE spezialisierte Software-Tools zur Datenaufbereitung und -auswertung. Hierbei werden alle vertraglich zugesicherten Vertraulichkeitsvereinbarungen selbstverständlich berücksichtigt. Auch allen Datenschutzaufgaben wird entsprochen.“ Genau wie JLL arbeitet auch CBRE dazu mit einem Datenschutzbeauftragten zusammen. „Bei Savills spielen Daten in der

Bewertung von Immobilien und Märkten schon immer eine bedeutende Rolle“, sagt Matthias Pink, Head of Research Germany bei Savills: „Der Umgang mit großen Datenmengen ist schon seit Jahren Alltag. Es gibt ein Team, das ausschließlich für die Aufbereitung und das Management dieser Daten zuständig ist. Ein Großteil der Daten wird in einer zentralen Datenbank zusammengeführt.“

Die Datenpflege und -anreicherung erfolgt weitgehend dezentral durch alle Abteilungen und Mitarbeiter. Vertrauliche Daten oder Daten, bei denen Chinese Walls wichtig sind, um Interessenskonflikte gegenüber dem Kunden auszuschließen, werden separat abgelegt und verwaltet. Als Software nutzen wir sowohl in-house programmierte Lösungen als auch externe Datenbank-Software. Auch für die Beratung ist Big Data bei Savills zentral. Natürlich würde eine Beratung ohne Be-

rater nicht gelingen, aber ohne belastbare Daten funktioniert sie heute ebenfalls nicht mehr. Die Entwicklung folgt einer zwingenden Logik: Gut aufbereitete Daten liefern die besseren Argumente, weil sie objektiv sind und eine verlässliche Entscheidungsgrundlage bilden. Dies wiederum stärkt das Vertrauen des Kunden in uns als Berater.“

Peter Bigelmaier, Head of Office Letting bei Colliers International Deutschland, sagt: „Datenbanken dienen nicht nur dem Management von Daten, sondern entwickeln sich vielmehr in Richtung Auswertungs- und Reporting-Tools. Im Immobilienbereich liegt im Vergleich zu Finanzmärkten weniger Fokus auf Quantität der Daten denn auf Qualität, es ist daher nicht unbedingt von ‚Big Data‘ im engeren Sinne zu sprechen.“

Gabriele Bobka, Staufen