

## Hausverwaltung

# Warum das Gebäudemanagement bündeln?

**Im Facility Management hält der Trend Richtung Universalanbieter, die die komplette Palette von Dienstleistungen offerieren, an. Inzwischen wachsen die Anteile der Paketleistungen am Gesamtumsatz der Unternehmen. Diese Entwicklung bietet nach Ansicht der Autorin für die Immobilieneigentümer durchaus Vorteile, weil sie nicht mehr Verträge mit zahlreichen Dienstleistern abschließen und dadurch Kosten sparen sowie einen Überblick über die eigenen Immobilien bekommen. Ineffizienzen können so vermieden werden. Klare Verantwortlichkeiten und niedriges Insolvenzrisiko sprechen aus Sicht der Auftraggeber zudem für Anbieter, die alle Leistungen aus einer Hand liefern.** (Red.)

Den Motor eines Autos bei der einen Werkstatt reparieren lassen, die Scheibenwischer bei einer anderen und die Lichtmaschine bei einer dritten – so würde sich wohl niemand verhalten. Bei der Bewirtschaftung von Immobilien ist eine solche Vorgehensweise hingegen an der Tagesordnung: Beim Facility Management beauftragen viele Eigentümer für jede Aufgabe einen anderen Dienstleister. Firma A ist dann für den Aufzug zuständig, Firma B für das Belüftungssystem und Firma C für die Reinigung des Gebäudes.

Dass es für Immobilieneigentümer umständlich ist, sich mit mehreren Facility-Management-Unternehmen auseinandersetzen zu müssen, liegt auf der Hand. Doch diese Umstände müssen nicht sein. Längst gibt es Unternehmen, die als Universalanbieter alle Aufgabengebiete aus einer Hand bearbeiten (sogenanntes integriertes Facility Management). Sie übernehmen alle Dienstleistungen – vom technischen über das infrastrukturelle bis hin zum kaufmännischen Facility Management.

Der Trend, die gesamte Liegenschaftsverwaltung von einem einzigen oder zumindest von wenigen Anbietern erledigen zu lassen, hat in den vergangenen Jahren deutlich an Fahrt aufgenommen. Jetzt zeigt die neueste Studie des Marktforschungsinstituts Lünendonk, wie dominant das Thema für die Branche tatsächlich ist. Inzwischen bieten fast alle befragten Facility Manager neben Einzelleistungen auch Gewerke im Paket, also Dienstleistungen als Bündel an.

**Trend: integriertes Facility Management**

Besonders deutlich zeigt sich die Stärke dieses Trends bei der Frage, welchen Anteil solche Paketleistungen am Gesamtumsatz des Unternehmens haben. Die Studie offenbart, dass 41 Prozent der Teilnehmer mehr als drei Viertel ihres Umsatzes damit erzielen. Im Jahr zuvor lag dieser Anteil noch bei 33 Prozent. Auch der Anteil der Facility Manager, die mit der Vergabe von Dienstleistungen im Paket 25 bis 75 Prozent ihres Umsatzes generieren, ist deutlich gewachsen um rund 16 Prozent. Insofern überrascht es nicht, dass in der Studie die Aussage „Integriertes Facility Management ist für uns der Weg in die Zukunft“ die höchste Zustimmung findet. Auf einer Skala von „minus 2“ (trifft gar nicht zu) bis „plus 2“ (trifft voll zu) erreicht sie einen Wert von 1,1.

### Trend: integriertes Facility Management

Längst geht es nicht mehr nur darum, einzelne Gebäude von nur einem Dienstleister betreuen zu lassen. Mittlerweile gehen die Eigentümer umfangreicher Immobilienportfolios dazu über, das Facility Management ihres gesamten Bestands auf ein oder wenige Unternehmen zu übertragen. Dieser Trend geht in die richtige Richtung, denn die Bündelung des Facility Managements bringt eine Reihe von Vorteilen mit sich. Dazu zählen in erster Linie organisatorische

Vereinfachungen, eine höhere Transparenz und Kostenersparnis. Aber auch die Tatsache, dass ein Universaldienstleister ein niedrigeres Insolvenzrisiko aufweist und zuverlässiger ist sowie Ansprüche gegen ihn besser durchgesetzt werden können, sind wichtige Pluspunkte.

### Vereinfachung und Transparenz

Statt Hunderten von Einzelverträgen, die mit verschiedenen Anbietern geschlossen werden müssen, wird mit dem Universaldienstleister ein einheitliches und vor allem einmaliges Vertragswerk ausgehandelt. Der Immobilieneigentümer erhält damit einen Überblick über die vertraglichen Rechte und Pflichten aus einem Guss.

Auch die Berichterstattung wird stark vereinfacht. Statt vieler Sachstandsberichte mit unterschiedlichen Standards erhält der Immobilieneigner einheitliche Reports. Hinzu kommt, dass nun ohne große Mühe Zusammenfassungen erstellt werden können. Damit kann der Facility Manager einen einheitlichen Komplettbericht für das gesamte betreute Gebäudeportfolio liefern, was die Transparenz verbessert. Im Regelfall erleichtert die Nutzung einer gemeinsamen Datenbank die Dokumentation noch einmal.

### Kostenersparnis

Die Ersparnis bei einer portfolioweiten Zusammenführung des Facility Managements ist groß: Um bis zu 20 Prozent können die Kosten gesenkt werden. Denn zum einen ist dank der beschriebenen Zusammenführung der relevanten Daten weniger zeitlicher und damit personeller Aufwand für die Überwachung der Dienstleistungen nötig. Solange die Dienstleistungen über zahlreiche Anbieter verteilt sind, bedarf es hingegen größerer Anstrengungen, um stets den Überblick zu behalten.

Zu Kostensenkungen führt zum anderen die Tatsache, dass durch die Bündelung eine Doppelvergabe von Aufträgen vermieden werden kann. Damit ist nicht die versehentliche Vergabe einer Aufgabe an

#### Die Autorin

**Martina Averbeck**

Leiterin Asset Management Immobilien Deutschland Süd, Hanseatische Investment GmbH, Hamburg



zwei Unternehmer gemeint, sondern die zwangsläufigen Überschneidungen bei der Beauftragung mehrerer Unternehmen. Wird beispielsweise ein Anbieter damit beauftragt, die Elektrik im Haus zu warten, und ein anderes Unternehmen mit der Wartung des Aufzugs, so ergeben sich Überschneidungen, falls die Elektrik ausfällt, die zum Antrieb des Lifts benötigt wird. Es leuchtet ein, dass diese Überschneidungen Geld kosten. Denn jeder der zwei Unternehmer lässt sich seine Arbeit in vollem Umfang vergüten.

Auch mittelbar lässt sich Geld sparen. Nur wer den Überblick über seine Immobilien behält, hat auch deren Kosten genau im Blick. Leicht lassen sich dank einer einheitlichen Berichterstattung die größten Ausgabenblöcke ermitteln und analysieren. So können Einsparpotenziale aufgespürt werden – zumal Kostenoptimierung explizit die Aufgabe des Universal-Facility-Managers ist.

### Vergleichbarkeit steigt

Ein Pluspunkt ist des Weiteren, dass sich Gebäude untereinander vergleichen lassen. Sowohl das einheitliche Reporting als auch die Betreuung aus einer Hand gewährleisten, dass sich die Zahlen der einzelnen Gebäude relativ problemlos einander gegenüberstellen lassen. So kann verhältnismäßig einfach festgestellt werden, welche Immobilie die höchsten Energiekosten hat oder die meisten Reparaturen erfordert. Gerade dem ersten Beispiel kommt eine große Bedeutung zu, denn Energieeffizienz ist heutzutage ein besonders wichtiges Merkmal einer Immobilie.

Natürlich kann eine einheitliche Liegenschaftsverwaltung nicht verhindern, dass Mieter verantwortungslos mit ihrer Energie umgehen. Mit ihr lässt sich aber herausfiltern, wo sich in einem Gebäude die größten Strom- beziehungsweise Energiefresser befinden. Ist die Maschine, das System, der Raum erst ausgemacht, lässt sich oft mit wenigen Maßnahmen der Verbrauch senken. Manchmal genügen minimale Änderungen bestimmter Einstellungen, zum Beispiel an Heizungsanlagen, um große Wirkungen zu erzielen.

Weil der Vertrag mit einem großen Unternehmen geschlossen wird, verringert sich das Insolvenzrisiko. Schwergewichtige Anbieter sind weniger anfällig gegenüber Schwankungen – sowohl konjunk-

tureller Art als auch hinsichtlich ihrer Abhängigkeit von (wenigen) Vertragspartnern. Bricht einem kleinen Anbieter ein Geschäftspartner mitsamt seinen Immobilien weg, so kann ihn dies in eine gefährliche Schieflage bringen. Ein großer Konzern kann den Wegfall eines Kunden besser verkraften, weil die hohe Zahl der übrigen Kunden für einen Ausgleich sorgt.

### Bessere Durchsetzbarkeit von Rechten

Die Größe eines Dienstleisters wirkt sich auch auf anderer Ebene positiv aus. So gelingt es großen Anbietern leichter, Spitzen bei der Arbeitsbelastung aufzufangen. Denn ein großes Unternehmen verfügt über einen ausreichend großen Pool an Beschäftigten und die notwendige Flexibilität. Kleinen Anbietern dürfte es hingegen schwerfallen, in Zeiten von Spitzenbelastungen alle erforderlichen Arbeiten schnell und umfassend zu erledigen. Die Zuverlässigkeit großer Facility Manager ist daher höher als die von kleinen Anbietern.

Wenn sich nur ein einziges Unternehmen um ein Objekt kümmert, ist stets klar, wer für eine Aufgabe verantwortlich ist. Das erleichtert für Immobilieneigentümer die Durchsetzbarkeit ihrer Rechte. Arbeiten hingegen mehrere Unternehmen in einer Immobilie und lassen sich ihre Verantwortungsbereiche nicht klar voneinander abgrenzen, so kann der Schuldige für einen Missstand möglicherweise nicht benannt werden.

Außerdem kann ein Großunternehmen dank seiner Stabilität unverblümter angegangen werden, wenn seine Mitarbeiter Fehler gemacht haben. Ein kleines Unternehmen könnte demgegenüber durch einen Rechtsstreit unter Umständen zu stark gelähmt werden, und auch Gewährleistungsrechte lassen sich schlechter durchsetzen, wenn das Gegenüber nicht besonders finanzstark ist.

Der Trend zur Bündelung der Dienstleistungen wird sich fortsetzen. Zu schwer wiegen – gerade für große Bestandhalter – die Argumente, die für die Zusammenarbeit mit integrierten Facility Managern sprechen. Es wird daher in Zukunft immer öfter vorkommen, dass – wie beim Auto Motor, Scheibenwischer und Lichtmaschine – auch bei Immobilien ein einzelnes Unternehmen die Pflege und Wartung übernimmt. ■

## Sprechen Sie die richtigen Zielgruppen an?



### Handbuch Zielgruppenmanagement

Stephan Duttenhöfer/Bernhard Keller/Stephan Vomhoff (Hrsg.)  
2009. 488 Seiten,  
gebunden, 69,00 Euro.  
ISBN 978-3-8314-0827-6.

Ob im Privat- oder im Firmenkundengeschäft – die richtige Definition der eigenen Zielgruppen ist das A und O von erfolgreichem Marketing und Vertrieb in der Finanzbranche. Bereits die Auswahl der unterschiedlichen Zielgruppensegmente unterliegt bei jedem Finanzdienstleister einer anderen Systematik – es können demografische oder statusbasierte Kriterien sein, der angemessene Bedarf oder der Mix an Kommunikations- und Interaktionskanälen, über die man seine Potenzialkunden zu erreichen sucht. Nicht immer aber liegt man dabei wirklich richtig.

Wie erfolgversprechendes Zielgruppenmanagement aussieht, vermittelt dieses Handbuch. Es bietet ein breites Spektrum an Praxiserfahrungen und eine Fülle von Umsetzungsideen für direkte Vertriebs- und Kommunikationsmaßnahmen. Wer als Finanzdienstleister Erfolg haben will, muss seine (potenziellen) Kunden auch wirklich kennen!

### Fritz Knapp Verlag

Postfach 111151 | 60046 Frankfurt a. M.  
Tel. (069) 970833-21 | Fax (069) 7078400  
E-Mail: [vertrieb@kreditwesens.de](mailto:vertrieb@kreditwesens.de)