

# TRENDSTUDIE REAL ESTATE IN DER INDUSTRIE

Februar 2020

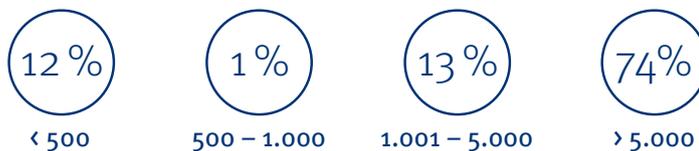


# Über die Teilnehmer/innen

An der Studie haben 210 Immobilien-Verantwortliche teilgenommen. 90 Prozent von ihnen sind für Industrie-Unternehmen mit Sitz in Deutschland, 10 Prozent für Schweizer Unternehmen tätig.

## 210 Teilnehmer/innen insgesamt

Gesamtzahl der Mitarbeiter/innen im Unternehmen



Gesamtzahl der Mitarbeiter/innen im der Immobilienorganisation



### IMMOBILIENPORTFOLIOS DER BEFRAGTEN

Mehr als die Hälfte der Befragten verwaltet Portfolios mit über 1 Million Quadratmeter.



# Aufbau Trendstudie Real Estate in der Industrie

- » REAL ESTATE MANAGEMENT ORGANISATION
- » TRENDS IM REAL ESTATE MANAGEMENT
- » NACHHALTIGKEIT UND CO<sub>2</sub>
- » DIGITALISIERUNG

Erneut haben sich mehr als 200 Immobilien-Verantwortliche an der Trendstudie Real Estate in der Industrie von Drees & Sommer beteiligt. Die Umfrage konzentrierte sich auf Industrieunternehmen sowie die vier Themenblöcke Real Estate Management Organisation, Trends im Real Estate Management, Nachhaltigkeit und CO<sub>2</sub> sowie Digitalisierung. Unter anderem wollten die Macher der Studie wissen, welche Rolle Immobilienorganisationen innerhalb ihrer Unternehmen einnehmen, wie sie aufgebaut sind und mit welchen Herausforderungen sie umgehen müssen. Zudem galt es in Erfahrung zu bringen, welche Chancen, Ziele und Vorgehensweisen die Befragten mit Nachhaltigkeit, CO<sub>2</sub>-Neutralität und Digitalisierung verbinden.

## ZEHN ZENTRALE STUDIENERGEBNISSE

- › Die Immobilienorganisationen sind überwiegend zentral strukturiert.
- › Die Mehrheit der Immobilien-Verantwortlichen versteht die Immobilienorganisation als Eigentümer der Immobilien und deren Management-Prozessen. Sie üben nicht länger ausschließlich eine koordinierende oder beratende Funktion aus.
- › Im Facility Management setzt rund ein Drittel der Befragten auf Paketvergaben. Diese Vergabeform ist demnach vor Einzelvergaben und Objektvergaben das beliebteste Modell. Globale Vergabemodelle sind weiterhin selten.
- › Mangelnde Transparenz steht einem vorausschauend agierenden Real Estate Management im Weg. Diese Ansicht teilen 70 Prozent der Befragten.
- › Knapp drei Viertel der Teilnehmer/innen findet, dass sich das Management zu wenig für innovative Ansätze im Real Estate Management interessiert.
- › Unternehmen gehen bewusst relevante Betriebsrisiken ein – das bestätigen 61 Prozent der Befragten.
- › Der Fokus im Corporate Real Estate Management als Sekundärprozess liegt auf den Kosten.
- › Das steigende ökologische Bewusstsein bekommen auch die Immobilienorganisationen zu spüren und fühlen sich verpflichtet, als Unternehmen darauf zu reagieren: Knapp zwei Drittel der Befragten gibt an, dass ihr jeweiliges Unternehmen bereits über eine Strategie zum Erreichen der CO<sub>2</sub>-Neutralität verfügt. Allerdings mangelt es noch an der Umsetzung dieser Strategie. Eine überwiegende Mehrheit (72 Prozent) hat derzeit keinen durchgängigen Prozess definiert, der die CO<sub>2</sub>-Neutralität in allen Produktionsschritten bis auf die jeweiligen Lieferketten und Zulieferer sicherstellt.
- › Für etwas mehr als die Hälfte der Befragten (57 Prozent) spielen ein Produktdesign nach Cradle to Cradle-Gesichtspunkten oder Rücknahmesysteme noch keine Rolle. Die andere Hälfte hat sich hingegen bereits mit diesen Themen beschäftigt. Einigkeit herrscht bei der Einschätzung der Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Produkten: Die große Mehrheit der Teilnehmer/innen kann sich vorstellen, dass ein nach Cradle to Cradle-Gesichtspunkten kreiertes Produkt in Zukunft einen höheren Umsatz generieren und sogar zum Markenzeichen des Unternehmens werden kann.
- › Effizienzsteigerung und Kostensenkung bilden die stärksten Anreize für Gebäudedigitalisierung.

## REAL ESTATE MANAGEMENT ORGANISATION

---

Was trifft auf Ihre aktuelle Immobilienorganisation am ehesten zu in Bezug auf Zentralisierung/Dezentralisierung?



### ZENTRALE ROLLE

Die Immobilienorganisationen von Industrieunternehmen sind überwiegend zentral organisiert. Damit ist im Vergleich zu vorangegangenen Studien und Umfragen innerhalb der Organisation eine grundlegende Änderung zu erkennen: von der Dezentralität hin zu einer Zentralität der CREM-Organisationen.

---

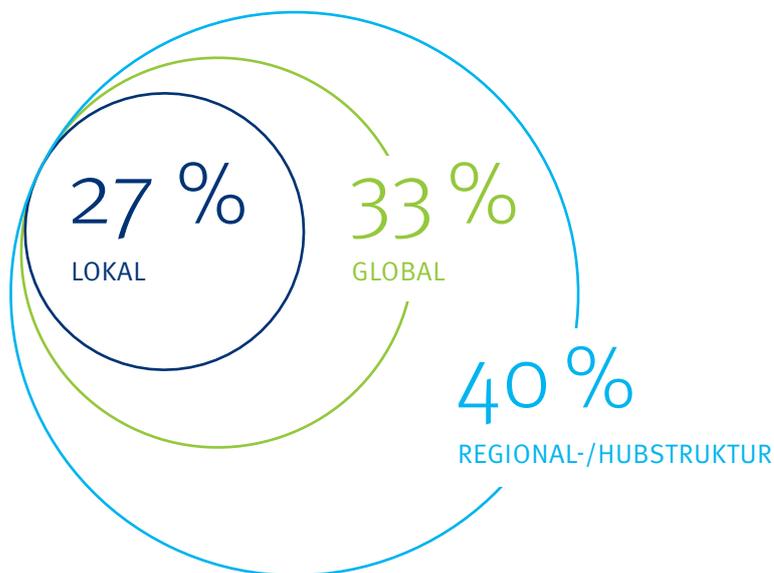
„Mit einer zentralen Immobilienorganisation und einer zentralen Verantwortung für die gesamten Immobilien und Grundstücke sowie der zugehörigen Budgets geht eine Professionalisierung des Corporate Real Estate Managements einher.“

---

## REAL ESTATE MANAGEMENT ORGANISATION

---

Was trifft auf Ihre aktuelle Immobilienorganisation am ehesten zu in Bezug auf die geografische Struktur?



### REGIONAL VOR GLOBAL UND LOKAL

Eine Regional-/Hubstruktur ist die am meisten verbreitete Organisationsform.

---

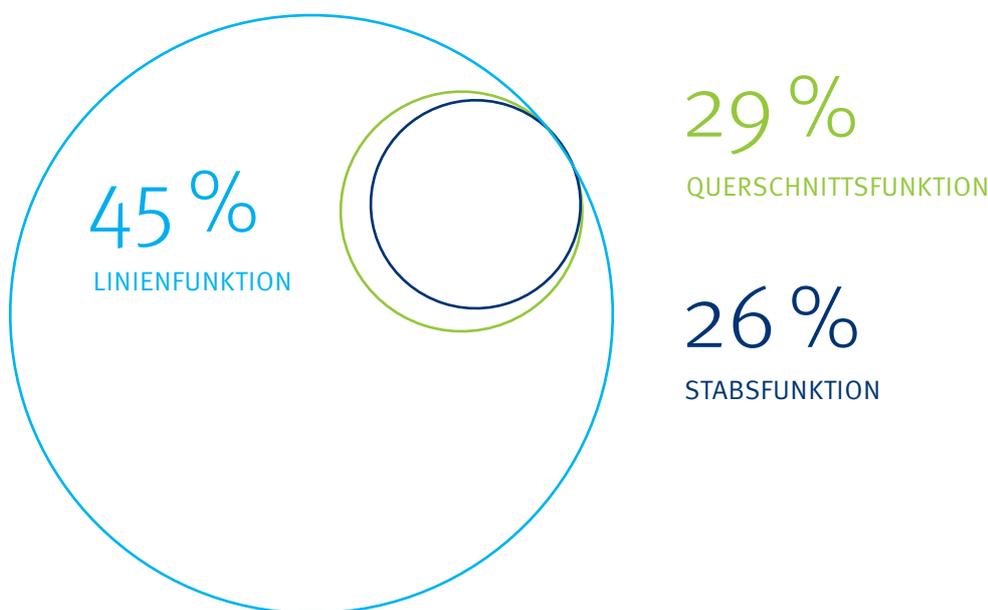
„Wo vor einigen Jahren Immobilienorganisationen fast ausschließlich einen lokalen Wirkungskreis sowie eine lokale Verantwortung hatten, zeigt die Studie, dass mittlerweile fast die Hälfte überregional und sogar ein Drittel global verantwortlich sind. Unternehmen haben die Bedeutung des Themas also erkannt und handeln dementsprechend: weg von lokalen ‚Klein-Klein-Themen‘ hin zu professionellen Real-Estate-Organisationen, die standortübergreifend Verantwortung übernehmen.“

---

## REAL ESTATE MANAGEMENT ORGANISATION

---

Was trifft auf Ihre aktuelle Immobilienorganisation am ehesten zu in Bezug auf die Organisationsform?



### IN ERSTER LINIE

Bei fast der Hälfte der Befragten erfüllt die Immobilienorganisation eine Linienfunktion.

---

„Setzt man ‚Linienfunktion‘ mit ‚direkter Verantwortung‘ und ‚Querschnittsfunktion‘ mit ‚fachlicher Verantwortung über mehrere Standorte‘ gleich, wird deutlich: Bereits über 75 Prozent der Befragten haben eindeutig die Verantwortung für das Thema Real Estate übernommen – inklusive Budget, Mitarbeiter etc. Vor wenigen Jahren noch ein sekundäres Thema am Standort ist Real Estate Management heute eine professionelle Einheit, die mit anderen Unternehmenseinheiten gleichgestellt ist.“

---

## REAL ESTATE MANAGEMENT ORGANISATION

---

Was trifft auf Ihre aktuelle Immobilienorganisation am ehesten zu in Bezug auf die Ausprägung der Governance?



### EIGENTUM VERPFLICHTET

58 Prozent der Immobilienorganisationen verstehen sich als Eigentümer der Immobilien und deren Management-Prozesse.

---

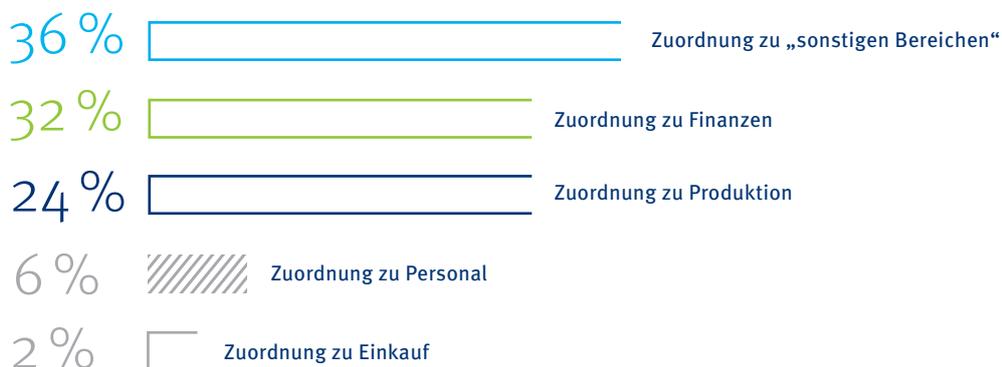
„In der Vergangenheit waren CREM-Organisationen überwiegend als Verwalter tätig – heute agiert bereits mehr als die Hälfte in Eigentümerfunktion mit Budget- und Personalverantwortung!“

---

## REAL ESTATE MANAGEMENT ORGANISATION

---

Was trifft auf Ihre aktuelle Immobilienorganisation am ehesten zu – in Bezug auf die Zuordnung im Unternehmen?



### FERNER LIEFEN

Über ein Drittel der Immobilienorganisationen sind „sonstigen Bereichen“ zugeordnet.

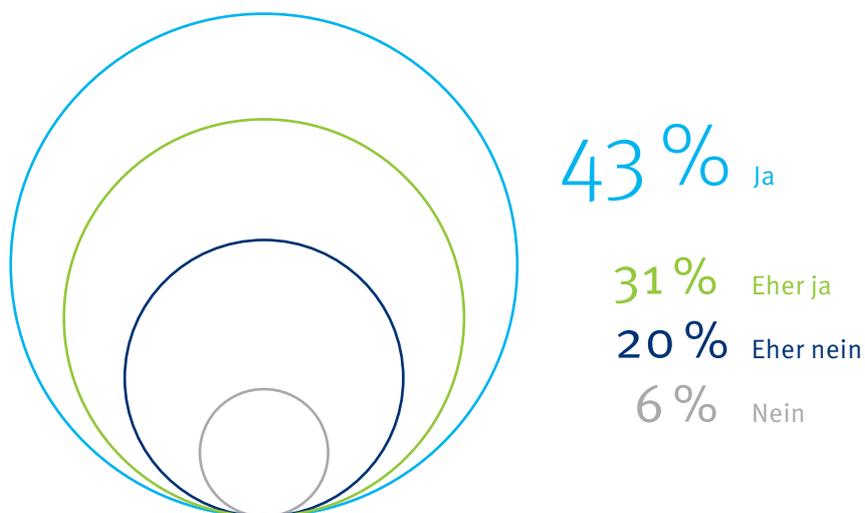


„Ein Drittel der Industrieunternehmen haben ihre Immobilienorganisationen einem sonstigen Geschäftsbereich zugeordnet. Das spricht für eine eher geringe Bedeutung des Immobilienbereichs innerhalb der Unternehmen. Bei vielen Industrieunternehmen ist der Immobilienbereich historisch gewachsen und die Unternehmen haben sich noch nicht grundlegend damit auseinandergesetzt, wie sie ihn am Unternehmen orientiert strukturieren, den Ablauf gestalten und welche Anbindungsmöglichkeiten an die im Unternehmen etablierten Bereiche grundsätzlich bestehen. Dabei kann die Wahl der Anbindung Einfluss auf die Ausprägung und den Fokus des Real Estate Managements im Unternehmen nehmen.“

## REAL ESTATE MANAGEMENT ORGANISATION

---

Werden in Ihrem Unternehmen unternehmensweite Optimierungen umgesetzt, von denen Sie im Real Estate Management betroffen sind?



### IMMER BESSER

Knapp drei Viertel der Immobilienorganisationen müssen sich mit Optimierungsmaßnahmen im Unternehmen auseinandersetzen.

---

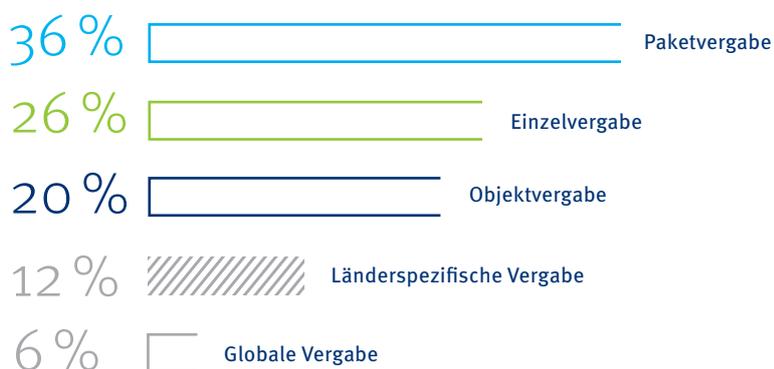
„Umfassende Optimierungen sind in allen Bereichen des Unternehmens gewünscht und zur Zukunftssicherung erforderlich. Hierbei spielen entgegen der landläufigen Meinung insbesondere die Auswahl, Optimierung und die Erhaltung des Immobilienbestands eine entscheidende Rolle.“

---

## REAL ESTATE MANAGEMENT ORGANISATION

---

Welche Vergabemodelle gibt es bei Ihnen im Unternehmen für den Bereich Facility Management?



### BELIEBTE PAKETE

Rund ein Drittel der Befragten setzt auf Paketvergaben, gefolgt von Einzelvergaben, Objektvergaben und länderspezifischen Vergaben. Globale Vergabemodelle sind weiterhin selten.

---

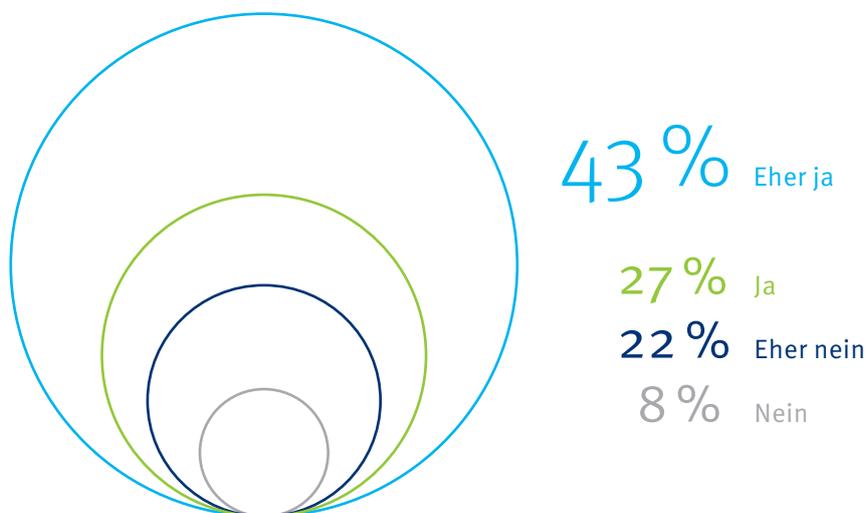
„Der Trend der Globalisierung ist bei der Vergabe von Facility-Management-Leistungen nicht zu beobachten. Die Umfrage unterstreicht, dass sich globale, große Vergabeeinheiten lediglich bei einigen großen Industrieunternehmen in der DACH-Region etabliert haben. Eine ergänzende Analyse des Markts zeigt, dass Gründe darin liegen können, dass sich Integratoren zur weltweiten Steuerung bislang noch nicht durchgesetzt haben oder es nur wenige Dienstleister mit dem umfassenden Leistungsspektrum am Markt gibt. Synergie-Potenziale durch Bündelung bleiben hier noch ungenutzt.“

---

## TRENDS IM REAL ESTATE MANAGEMENT

---

„Proaktives Real Estate Management scheitert immer noch an fehlender Transparenz!“  
Stimmen Sie dieser Aussage zu?



### INTRANSPARENZ ALS HÜRDE

70 Prozent bestätigen, dass es einem initiativ agierenden REM noch immer an ausreichender Transparenz mangelt.

---

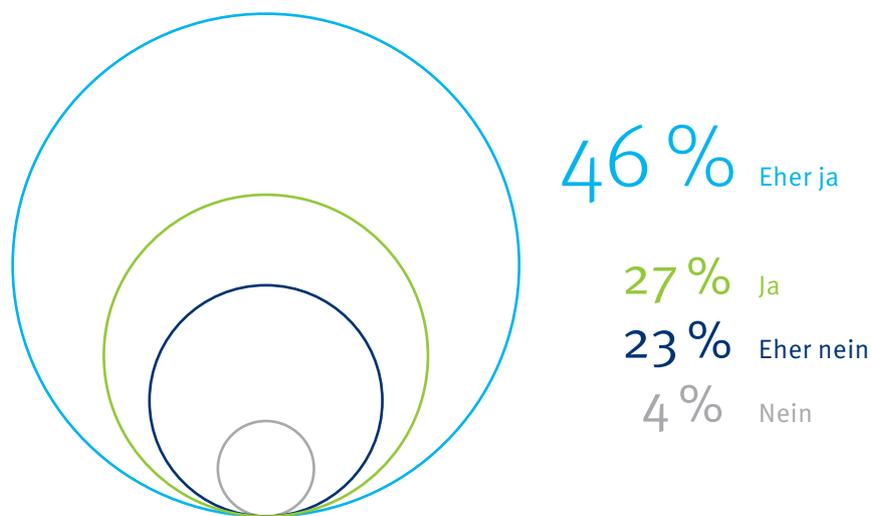
„Die Gründe hierfür sind vielschichtig. Zur fehlenden Transparenz tragen meist die Finanzsysteme bei, die auf die Kernprozesse ausgelegt sind und damit einen unzureichenden SAP-Kontenrahmen oder ein uneinheitliches Buchungsverhalten für die Real-Estate-Positionen aufweisen. Folge ist, dass die Immobilienkosten oftmals in den Positionen der Produktion oder Overhead-Kosten verschwinden. Auch eine nicht mehr zeitgemäße IT-Landschaft trägt zur fehlenden Transparenz bei, sodass sich die individuellen Datenkonzepte zur Immobiliensteuerung in den einzelnen Bereichen Portfolio Management, Asset Management, Baumanagement und Facility Management nur unzureichend umsetzen lassen.“

---

## TRENDS IM REAL ESTATE MANAGEMENT

---

„Innovative Ansätze im Real Estate Management scheitern immer noch an fehlender Management Attention.“ Stimmen Sie dieser Aussage zu?



### SCHLECHTES INNOVATIONSKLIMA

Das Management interessiert sich zu wenig für innovative Ansätze im Real Estate Management. Diese Ansicht teilen 73 Prozent der Befragten.

---

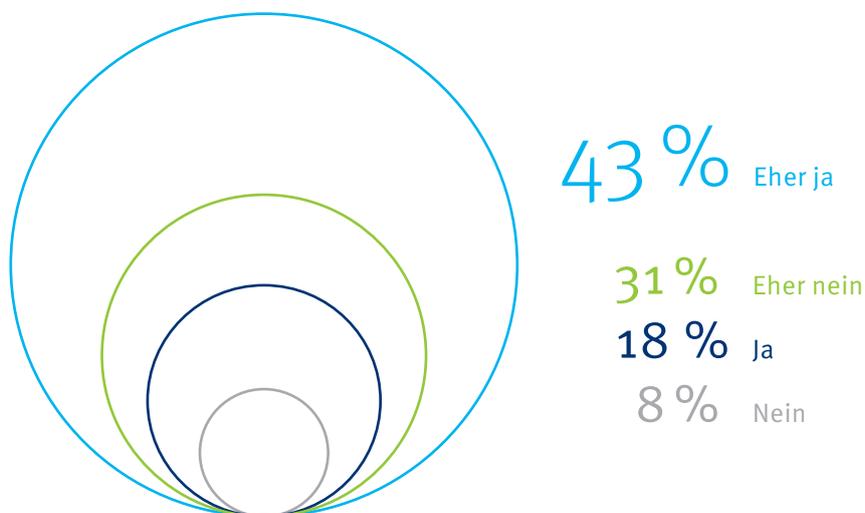
„Fast drei Viertel der Befragten bestätigen, dass innovative Ansätze im REM scheitern. In der Praxis ist es oft der Fall, dass Unternehmen in ihren Kernprozessen und ihrem Kerngeschäft Innovationsthemen strukturiert angehen und Innovationen umsetzen, das Real Estate Management in seinem Innovations-tempo jedoch ausbremsen. Das ist fatal. Hier bleibt viel Innovationskraft auf der Strecke.“

---

## TRENDS IM REAL ESTATE MANAGEMENT

---

„Betrieberrisiken werden immer noch bewusst in Kauf genommen.“  
Stimmen Sie dieser Aussage zu?



### RISIKANTE PRAXIS

61 Prozent der Teilnehmer/innen bestätigen, dass relevante Betrieberrisiken heute noch immer bewusst in Kauf genommen werden.

---

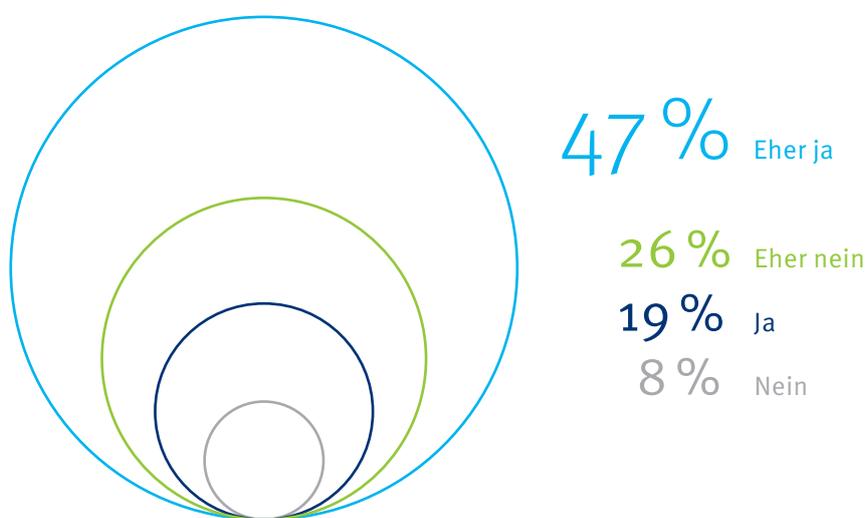
„Dieses riskante Verhalten kann unterschiedliche Gründe haben, etwa Unkenntnis der verantwortlichen leitenden Personen oder eine nicht durchgängige Delegation der Pflichten. IT-Systeme, transparente Organisationen, Verantwortlichkeiten und Prozesse können dazu beitragen, die Komplexität im Zusammenhang mit der Betreiberverantwortung beherrschbar zu machen – zum Beispiel die Steuerung und Dokumentation von gesetzlich vorgeschriebenen Prüfungen und Wartungen. Allerdings fehlen diese IT-Systeme in Unternehmen oft oder werden nicht genutzt.“

---

## TRENDS IM REAL ESTATE MANAGEMENT

---

„Im Real Estate Management geht es nur um das Generieren von Einsparungen – die Bewertung der Qualität bleibt meist auf der Strecke!“  
Stimmen Sie dieser Aussage zu?



### ALL ABOUT COSTS

Der Fokus im CREM als Sekundärprozess liegt vorrangig auf den Kosten.

---

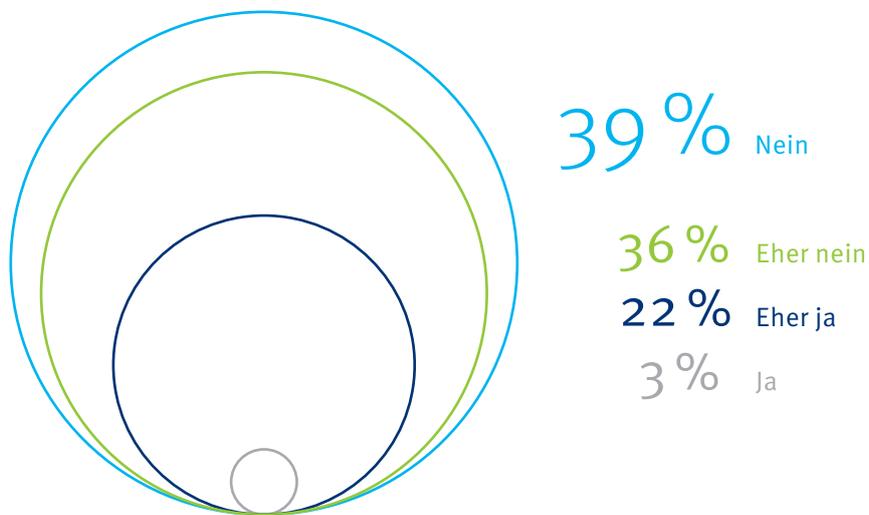
„Die Umfrage-Ergebnisse bestätigen die Erfahrungen aus dem Markt: Corporates orientieren sich oftmals pragmatisch an den Anforderungen des Kerngeschäfts. Lediglich Funktionen wie Facility Management, Baumanagement oder Mietvertragsmanagement finden sich in der Organisation wieder. Demgegenüber fehlen oftmals vorgelagerte Wertschöpfungsstufen und klar definierte Management-Strukturen, die neben den Kostenpotenzialen auch Asset- und Wert-Potenziale ermöglichen.“

---

## TRENDS IM REAL ESTATE MANAGEMENT

---

„Eine vorausschauende und belastbare Budgetplanung inklusive Betrieb ist von den Business Units bzw. Standorten nicht gewünscht!“  
Stimmen Sie dieser Aussage zu?



### RÜCKENDECKUNG VORHANDEN

Drei Viertel der Befragten verneinen die Aussage, die Business Units und Standorte seien nicht an einer vorausschauenden und belastbaren Budgetplanung inklusive Betrieb interessiert. Im Umkehrschluss heißt das: Business Units und Standorte schätzen Real-Estate-Management-Abteilungen, die vorausschauend handeln und belastbar planen.

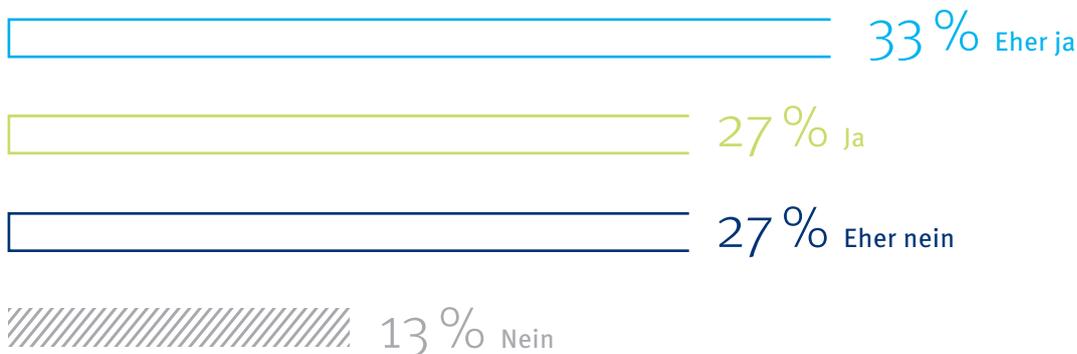
---

„Entgegen marktüblicher Meinungen sind die Standorte inzwischen an Transparenz und den damit verbundenen monetären Möglichkeiten durchaus interessiert. Denn durch die neu gewonnene Transparenz ergeben sich weitreichende Potenziale hinsichtlich einer ganzheitlichen Entwicklung und Optimierung des Standorts.“

---

## NACHHALTIGKEIT UND CO<sub>2</sub>

Die Fridays for Future-Bewegung um Greta Thunberg, die Forderungen der jungen Generation zur Zukunftssicherung für nachfolgende Generationen und der steigende Druck der Gesellschaft hinsichtlich der Übernahme von Unternehmensverantwortung: Spüren Sie den Druck bereits beim Kunden und durch die Gesellschaft?



### VERANTWORTUNG GEFRAGT

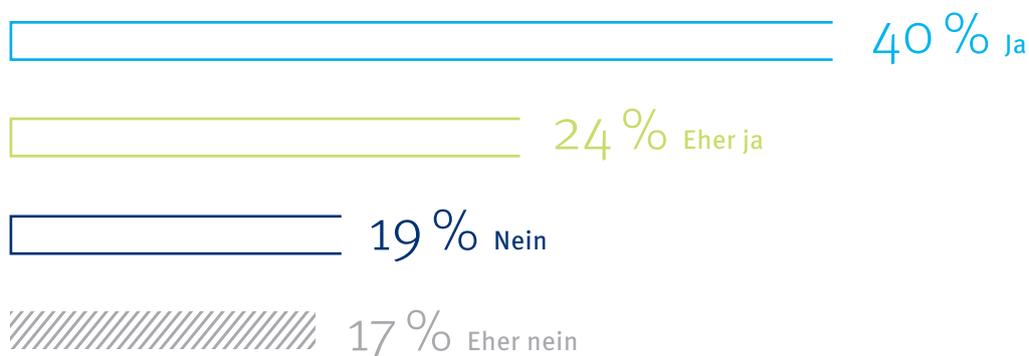
60 Prozent der Teilnehmer spüren bereits den „Druck der Straße“ und fühlen sich verpflichtet als Unternehmen Antworten zu geben.



„Nachhaltigkeit und CO<sub>2</sub>-Footprint waren in den vergangenen Jahren oft ‚Nice-to-have‘-Themen oder gar ein ‚Feigenblatt‘ im Unternehmen. Dies hat sich in den letzten Monaten gravierend verändert. Jetzt heißt es häufiger: ‚An den Themen sind wir auch dran‘ oder ‚Das machen wir auch.‘ Die Jugend fordert Antworten, die Politik zieht nach und auf Aktionärsversammlungen üben erste Investoren öffentlichen Druck auf die Unternehmensleitungen aus.“

## NACHHALTIGKEIT UND CO<sub>2</sub>

Gibt es bei Ihnen im Unternehmen eine konkrete Strategie hin zur CO<sub>2</sub>-Neutralität des Unternehmens?



### WEGBESCHREIBUNG VORHANDEN

Knapp zwei Drittel der Teilnehmer/innen geben an, dass ihr Unternehmen bereits über eine Strategie zum Erreichen der CO<sub>2</sub>-Neutralität verfügt.

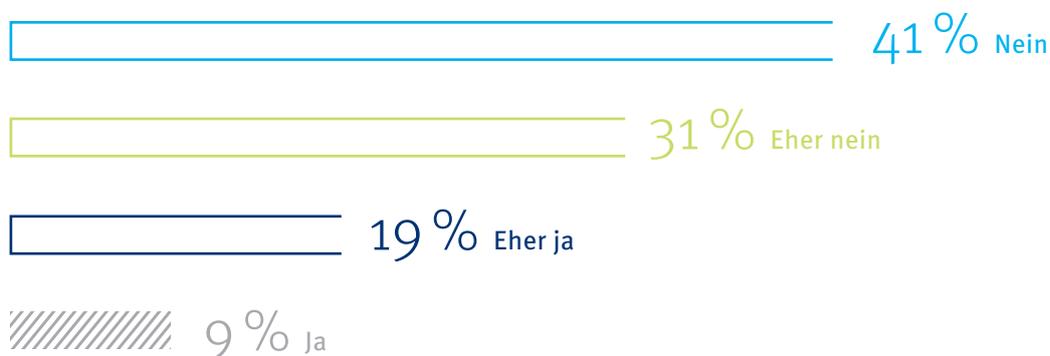


„Über CO<sub>2</sub>-Neutralität zu sprechen ist das eine, eine ganz konkrete, auf das Unternehmen abgestimmte Umsetzungsstrategie zu haben, ist etwas anderes. Der Druck, ganz gleich, ob er aus dem Unternehmen oder dem Unternehmensumfeld kommt, zeigt Wirkung. Mittlerweile gibt es kaum einen DAX-Konzern, der noch keinen Termin bis zur Umsetzung der CO<sub>2</sub>-Neutralität ausgerufen hat. Die Termine sind pressewirksam kommuniziert. Jetzt ist das gesamte Unternehmen gefordert kreativ zu werden.“

## NACHHALTIGKEIT UND CO<sub>2</sub>

---

Haben Sie bereits einen durchgängigen Prozess der CO<sub>2</sub>-Neutralität in allen Produktionsschritten – inklusive der jeweiligen Lieferketten und Sublieferanten?



### TEUFEL IM DETAIL

An der Umsetzung dieser Strategie mangelt es offensichtlich noch. Eine überwiegende Mehrheit (72 Prozent) hat derzeit keinen durchgängigen Prozess definiert, der die CO<sub>2</sub>-Neutralität in allen Produktionsschritten inklusive der jeweiligen Lieferketten und Zulieferer sicherstellt.

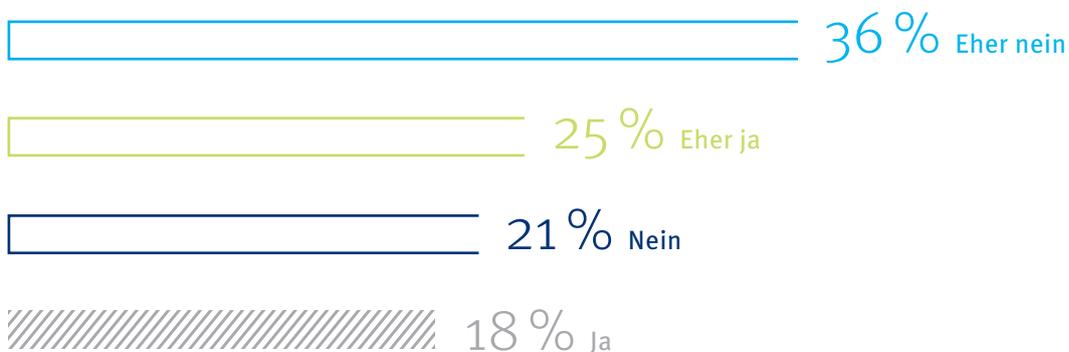
---

„CO<sub>2</sub>-Neutralität ist in der Wirtschaftspresse ein omnipräsentes Thema. Die Ziele sind in den Unternehmen ausgerufen, jedoch scheint der Weg dorthin noch nicht durchgängig klar definiert und kommuniziert zu sein. Dies bestätigt auch die Studie. Einzelmaßnahmen im Unternehmen gibt es zuhauf, ein durchgängiges Umsetzungskonzept durch alle Unternehmenseinheiten und Produktketten scheint aktuell jedoch eher die Ausnahme zu sein.“

---

## NACHHALTIGKEIT UND CO<sub>2</sub>

Wie gehen Sie mit Ihrer Produktverantwortung im Hinblick auf Umweltwirkung um? Haben Sie sich hierzu zu Ihren konkreten Projekten schon Gedanken gemacht bzw. eine Unternehmensstrategie abgeleitet (Stichwort: Cradle to Cradle Produktdesign, Take-Back-Systeme)?



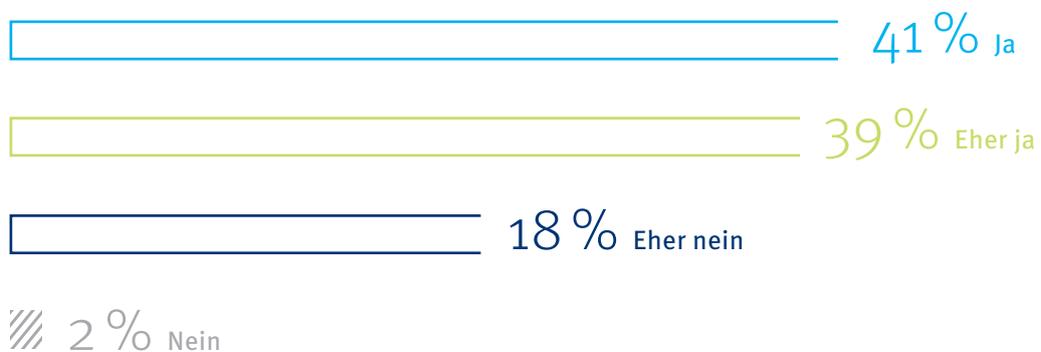
### GETEILTES BILD

Für etwas mehr als die Hälfte der Befragten (57 Prozent) spielen ein Produktdesign nach Cradle to Cradle-Gesichtspunkten oder Rücknahmesysteme noch keine Rolle. Die andere Hälfte hat sich hingegen bereits mit diesen Themen beschäftigt.

„Neben der Umsetzung von Nachhaltigkeit bei Unternehmensimmobilien – in Form von Green Building etwa – scheint das Thema nun auch im Kernprodukt der Unternehmen angekommen zu sein. Immer mehr Unternehmen entwickeln eine ins Business integrierte Nachhaltigkeitsstrategie, die sämtliche Prozesse im Unternehmen und Themen wie Produkte und Materialien, Produktion, Infrastruktur, Immobilie, Lieferketten und Providermanagement ganzheitlich berücksichtigt.“

## NACHHALTIGKEIT UND CO<sub>2</sub>

Können Sie sich vorstellen, dass ein Produktdesign mit einem geringen CO<sub>2</sub>-Footprint und einer hohen Recyclingfähigkeit zum neuen Merkmal Ihres Unternehmens werden kann (Stichwort: Cradle to Cradle)?



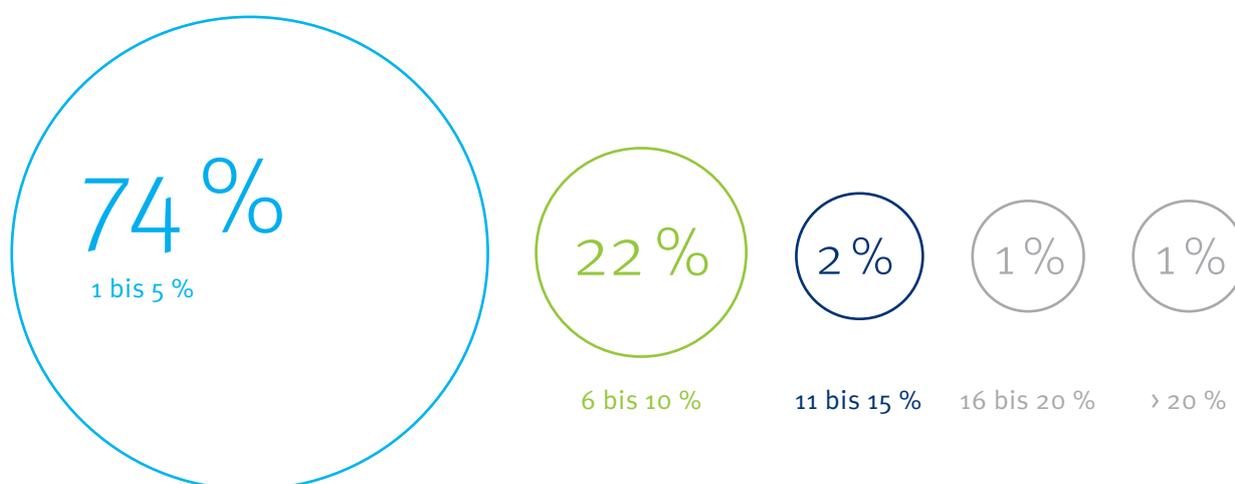
### RIESIGES POTENZIAL

80 Prozent – und damit die große Mehrheit der Teilnehmer/innen kann sich vorstellen, dass ein nach Cradle to Cradle-Gesichtspunkten kreiertes Produkt in Zukunft einen höheren Umsatz generieren und sogar zum Markenzeichen des Unternehmens werden kann.

„Wofür steht ein Unternehmen oder eine Marke? Ein gutes Produkt? Ein günstiges Produkt? Ganz gleich welcher USP angepriesen wird, immer mehr Unternehmen reicht es nicht mehr, ‚weniger belastend‘ oder ‚weniger negativ für die Umwelt zu sein‘. ‚Umweltneutral‘ oder gar ‚beneficial‘ für Gesellschaft und Umwelt zu sein, ist für immer mehr Akteure nicht nur denkbar, sondern bereits erklärtes Ziel.“

## DIGITALISIERUNG

Wie hoch sind die jährlichen Investitionen Ihres Unternehmens in die Digitalisierung prozentual gemessen am Umsatz?



### INVESTITIONSFREUDIG

Rund jedes vierte Unternehmen investiert mehr als fünf Prozent seines Umsatzes in seine Digitalisierung.

„Erfreulich ist, dass viele Teilnehmer bereits über ein beachtliches Digitalisierungsbudget verfügen, um sich auf die Zukunft vorzubereiten. Hier hat sich in den vergangenen Jahren einiges getan. Wichtig ist, dass Industrie-Unternehmen nicht nur in ihr Kerngeschäft investieren, sondern auch gezielt weitere Bereiche – etwa ihre Immobilienorganisationen – stärken.“

## DIGITALISIERUNG

---

Wo sehen Sie die größten Risiken der Digitalisierung bei Smart Buildings?



Die Grafik stellt die drei am häufigsten genannten Digitalisierungsrisiken dar.

### SICHERHEITSBEDENKEN

Die drei größten Risiken der Digitalisierung sind den Teilnehmenden zufolge fehlender Schutz vor Cyber-Angriffen, hohe Kosten für Technik und die damit verbundene Wartung sowie mangelnde Standards.

---

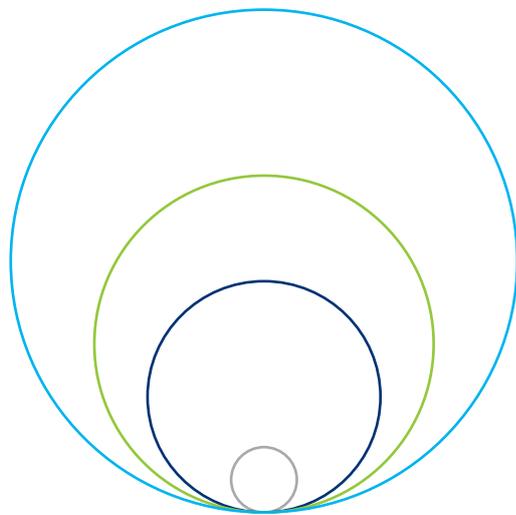
„Smart Buildings sind bei Neubauten in aller Munde, bei Bestandsgebäuden noch immer ein Nischen-thema. Lohnt sich die Investition? Was bekomme ich dafür? Derzeit scheint die Digitalisierung zu-nächst Geld zu kosten. Erschwerend kommt hinzu, dass sich wenige Auftraggeber ausreichend über Systeme und Anbieter informiert fühlen, um konkrete Schritte in Richtung einer tatsächlichen Digitali-sierung anzugehen. Die Sorge um das Zusammenspiel von unterschiedlichen Komponenten-Herstellern, IT-Systemen und die Sicherstellung der Cyber Security schwingen bei vielen Entscheidungen mit.“

---

## DIGITALISIERUNG

---

Was sind die Anreize für die Digitalisierung von Gebäuden?



47 %

Effiziente Prozesse/  
Effizienzsteigerung im Betrieb

28 % Kostensenkung im Betrieb

20 % Gestiegene Nutzeranforderungen

5 % Neue Geschäftsmodelle (z. B. zusätzliche  
Vermietung der Büro- oder Parkflächen  
abends)

### ANTRIEB EFFIZIENZ

Die wichtigsten Beweggründe für Gebäudedigitalisierung drehen sich um Kostensenkung und Effizienzsteigerung.

---

„Der Hauptmotor der Digitalisierung ist für Immobilienorganisationen die Effizienz: Sie verfolgen das Ziel, aktuelle Prozesse und Betreiberleistungen effizienter und somit kostengünstiger erbringen zu können.“

---

## DIGITALISIERUNG

Welche Digitalisierungsbausteine/digitalen Funktionen sind für smarte Gebäude am sinnvollsten?



Die Grafik stellt die fünf am häufigsten als sinnvoll bewerteten Digitalisierungsbausteine dar.

### EFFIZIENZ FIRST

Das effiziente Belegen und Nutzen von Arbeitsplätzen führt die Top-5-Liste an.