

1. Mai 2023
74. Jahrgang

Verlag Helmut Richardi
Frankfurt am Main

ISSN 1618-7741

IMMOBILIEN FINANZIERUNG

— DER LANGFRISTIGE KREDIT —

DIGITALER
SONDERDRUCK

KONJUNKTURFLAUTE AM BAU

„UNTERNEHMEN WOLLEN ZU VIEL,
DIGITALISIERUNG PASSIERT NACH UND NACH“

INTERVIEW MIT RON HESS

PLANEN UND BAUEN

„UNTERNEHMEN WOLLEN ZU VIEL, DIGITALISIERUNG PASSIERT NACH UND NACH“

„Die Schuld bei den anderen suchen“ – das ist eines der Probleme, die der Autor bei der Digitalisierung im Allgemeinen und in der Immobilienbranche im Besonderen sieht. Denn während die Immobilienbranche den Behörden gerade in Bezug auf die aktuellen Debatten rund um die Grundsteuerreform oder auch den Mikrozensus vorwirft, nach wie vor nicht digital genug zu arbeiten, nutzt die Branche die Potenziale auf der eigenen Seite nur unzureichend. So wird abgewartet, statt voranzugehen. Dadurch verstreichen viele Möglichkeiten. Der Autor mahnt auch an, dass Digitalisierung Schritt für Schritt erfolgen müsse und es keinen Big Bang gebe. Auch die Sorge davor, Daten zu teilen, sei ein echter Hinderungsgrund für digitale Weiterentwicklung. Zu Unrecht, wie er meint. Denn Fortschritte ließen sich nur gemeinsam erzielen. Wie sehr es aber auch im Interesse der Immobilienwirtschaft selbst ist, sich digital fortzuentwickeln, macht er nicht zuletzt am Thema Mitarbeiter fest. Die junge Generation erwarte einfach einen anderen Standard als den bislang in der Breite gebotenen. Red.

Herr Hess, es heißt immer wieder, die Immobilienwirtschaft sei in Sachen Digitalisierung rückständig. Würden Sie das so bestätigen?

Ja und nein. Also ein ganz klares Ja. Es gibt natürlich auch in der Immobilienbranche digitale Vorreiter. Doch da die Branche groß ist und es viele unterschiedliche Gewerke gibt, lässt sich das nicht pauschal sagen: Es gibt PropTechs, die mit tollen Lösungen den Sprung auf den Markt geschafft haben, aber diese Lösungen müssen natürlich auch genutzt werden. Und in diesem Bereich mangelt es dann wiederum an Vorreitern – gemäß der Idee: „Die anderen machen das ja auch noch nicht!“ Man wartet auf den ersten Praxiseinsatz. Jeder für sich möchte erstmal bei „den anderen schauen“ – aber so wird das halt nichts. Einer muss den Anfang machen – oder eben alle zusammen.

Gleichwohl gehören wir als on-geo natürlich auch zu den „Digitalisierern“ und haben gesehen, dass es funktionieren kann. Auch bei alteingesessenen Institutionen wie den Sparkassen. Das Wichtigste ist

wohl, dass man nicht nur ein Produkt vermarktet, sondern passgenaue Lösungen anbietet und deren Umsetzung und Einführung auch begleitet. Es gab früher immer das Negativbeispiel in der Entwicklungshilfe: Man kann nicht einfach einen Traktor auf den Acker stellen, man muss den Menschen auch erklären, wie er funktioniert und wie man ihn pflegt. Ich denke, das Bild trifft es ganz gut.

Haben die Erfahrungen der Corona-Pandemie hier wie in anderen Bereichen auch für einen Schub gesorgt?

„Schub“ ist zu viel gesagt – viele haben sehr lange gebraucht, sich mit dem Nötigsten auseinanderzusetzen, um den Arbeitsalltag überhaupt fortsetzen zu können, also einen Ist-Stand herbeizuführen. Es gab Unternehmen, die erst einmal ihre „Ablage“ digital zur Verfügung stellen mussten, die Mitarbeitenden hatten keine Laptops und auch für Videokonferenzen mussten zunächst Schulungen durchgeführt werden. Das klingt natürlich zunächst absurd – zeigt aber, wo wir im Bereich Digitalisierung stehen.

Ich möchte das gar nicht schlecht reden, denn es gab durchaus einen Schub, der zumindest in vielen Bereichen Grundlagen geschaffen hat – und sei es nur, dass es sich für viele Menschen jetzt normal anfühlt, mit Online-Lösungen zu arbeiten.

Vielleicht darf man manch einem einfach nicht sagen, dass das die Digitalisierung ist. Das Wort erscheint immer noch so groß und komplex und macht wahrscheinlich vielen Menschen noch unbegründeter Weise Angst. Außerdem liegt der Altersdurchschnitt in manchen Bereichen der Immobilienbranche ja auch nahe der Rente – warum also noch was Neues lernen? Gleichzeitig macht das natürlich auch deutlich: Da kommt eine neue Generation, für die digitales Arbeiten ganz selbstverständlich ist. Da muss man als Arbeitgeber vielleicht auch mal in die andere Richtung denken und mit der Zeit gehen.

Dabei klagt die Branche doch gerne über andere: Nicht digital genug, nicht agil genug, nicht schnell genug – so haben Sie die Kritik an Deutschlands Ämtern mal zusammengefasst. Tut man sich da einen Gefallen, wenn man selbst noch einiges an Aufholpotenzial hat?

Klar, es ist immer leichter mit dem Finger auf die anderen zu zeigen – auch um von den eigenen Defiziten abzulenken. Gleichwohl ging es ja in dem von Ihnen hier angesprochenen Kommentar durchaus zum einen um eine Überspitzung und zum an-

„Einer muss den Anfang machen – oder eben alle zusammen.“

deren eben genau darum: Bevor man anderen eine Schelte gibt, sollte man sich zunächst an die eigene Nase greifen und dann bestenfalls gemeinsam eine sinnvolle Lösung erarbeiten. Denn auch hier hakt es häufig: Während auf der einen Seite der Digitalisierung jemand eine ungemaine Arbeitserleichterung verspürt, sitzt auf der anderen Seite noch immer jemand, der die einzelnen Dokumente händisch einscannet und digital verfügbar macht. Das ist aber keine Digitalisierung, wenn man ein PDF erstellt – und dieses dann im Anschluss jedoch nicht zentral ablegt, sinnvoll benennt und allen relevanten Gruppen oder Personen zugänglich macht.

ZUR PERSON

Ron Hess

Leiter Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, on-geo GmbH, Erfurt



Ebenso wichtig ist meines Erachtens nach der Mensch. Der eben am anderen Ende frustriert ist, wenn man Lösungen nicht gemeinsam denkt und entwickelt. Veränderungen sind immer erstmal negativ behaftet, weil der Mensch ein Gewohnheitstier ist. Und sie verursachen Unruhe – und Kosten. Deshalb begleiten wir bei on-geo unsere Kunden auch langfristig, gehen mit ihnen aktiv in eine passgenaue Entwicklung und optimieren gemeinsam die Anwendungen. Und genau das braucht es

„Die Gen Z ist auf dem Weg und erwartet digitale Lösungen.“

auch für eine gewisse Akzeptanz innerhalb der Unternehmen, Institutionen oder eben Behörden. Ich kann nicht einfach auf Teufel komm raus digitalisieren, um mir dann eine Plakette auf die Webseite kleben zu können.

Was sind die größten Hemmschuhe für mehr digitalen Fortschritt in der Immobilienwirtschaft?

Die Angst, dass die eigenen Mitarbeiter aber auch Dritte (Endkunden) damit nichts anzufangen wissen und überfordert werden. Vielleicht ist derjenige, der die Entscheidung treffen müsste, aber auch einfach überfordert. Deshalb sage ich immer: Digitalisierung braucht Begleitung. Nur dann kann es funktionieren. Denn die Gen Z ist auf dem Weg und erwartet digitale Lösungen – auch von gesetzten Großunternehmen, die es schon immer so gemacht haben. In der ganzen Diskussion um den Fachkräftemangel muss man zudem schauen, wen man da sucht und welche Anforderungen diese an den neuen Arbeitsplatz haben. Wenn ich höre, dass manch ein großes Unternehmen 18 Monate nach Beginn der Pandemie MS Teams „ausgerollt“ hat, dann muss ich schmunzeln – und mich fragen, wie die eine Generation voller Digital Natives abholen wollen.

Gibt es überhaupt ausreichend Daten, die genutzt werden können? Oder müssten die erst noch erfasst werden?

Es gibt eine gute Datengrundlage. Natürlich ist diese immer ausbaufähig. Oder sollte ich besser sagen: Die Daten sind vorhanden, nur die Datenhoheit ist querverteilt. Man

sollte an dieser Stelle nicht dem Denkfehler erliegen, dass man „den anderen was schenkt und die das dann gegen einen nutzen“. Die Datenhoheit abzugeben, ist in diesem Fall die Grundlage für ein Miteinander arbeiten. Und das brauchen wir.

Das ist ja meine Kernaussage: Wir müssen aufhören, immer nur zu schauen, was der andere nicht tut oder hat und anfangen Hand in Hand eine ordentliche Grundlage für eine effiziente Digitalisierung zu schaffen. Stattdessen denkt man eher darüber nach, mit einer KI und ähnlichen Anwendungen Daten selbst zu ermitteln, das macht doppelt Arbeit und ist wenig effektiv, aber

noch notwendig – irgendwie auch eine schöne Metapher für das Thema Digitalisierung.

Warum tun sich gerade die großen etablierten Spieler eher schwer, digital zu denken und Fortschritte zu machen?

Zunächst ist es eine Frage der Definition: „digital“ bedeutet für viele etwas Unterschiedliches. Manche empfinden ein Exposé in PDF-Form auf einem Tablet schon als super digital, bei anderen geht unter dem Einsatz einer KI oder Virtual-Reality-Anwendungen gar nichts. So einige die jetzt die Digitalinitiative 4.0 anstreben, haben per Definition nicht mal 2.0 geschafft. Vielleicht ist das ein zentrales Problem: Unternehmen wollen zu viel. Digitalisierung passiert nach und nach.

Es bedarf zunächst der dafür erforderlichen Dokumente, diese müssen dann ordentlich abgelegt werden, bevor eine Anwendung darauf zugreifen kann. Ab diesem Punkt kann man dann auch über passgenaue Lösungen nachdenken. Aber wenn Unternehmen bisher noch mit Aktenordnern gearbeitet haben, dann bringt die schönste digitale Anwendung nichts – außer Frust und der Rückkehr zum Gewohnten. Und wenn wir von großen, etablierten Spielern sprechen, dann muss man sich das Ausmaß an Daten (in Papierform) und Mitarbeitenden (in allen Altersklassen) vorstellen. Das ist ein Prozess, der dauert – inzwischen leider schon viel zu lange, weil er oft nach einem ersten Schubs nicht fortgesetzt wurde.

Welche Rolle können Start-ups spielen?

Eine sehr große, schließlich sind das „Nerds“, die sich ausschließlich den Herausforderungen in Zeiten von Multikrisen widmen. Und das im besten Sinne: Sie müssen sich vorstellen, dass da ein paar Leute sitzen, die einfach nur damit beschäftigt sind, die beste digitale Lösung für ein zentrales Problem zu entwickeln und auf dieser dann ein ganzes System „drumherum“ konstruieren. Bestenfalls mit den Budgets der Big Player im Nacken. Das heißt, da kommen Firmen mit marktreifen Lösungen, die einem die Automatisierung auf dem Silbertablett präsentieren.

Wo sehen Sie die größten Potenziale für mehr Digitalisierung?

Die Potenziale sind riesig. Aber darüber zu schwadronieren, in welchem Bereich das größte Potenzial liegt, finde ich schwierig. Denn daran scheitern wir ja gerade. Oft werden die Grundlagen, wie beispielsweise eine solide Datenlage und geschulte Mitarbeiter, übersprungen, um gleich etwas Großes zu schaffen. Wir sollten mal ganz einfach anfangen und dann auf dem, was funktioniert, aufbauen. Vor 30 Jahren hätte man ja auch nicht gedacht, dass man japanische Monster per AR im Stadtpark fan-

„Die Daten sind vorhanden, nur die Datenhoheit ist querverteilt.“

gen kann oder eine KI Kochbücher schreibt. Wir brauchen auch die fantastischen Ideen.

Warum brauchen wir mehr Digitalisierung auch am Bau?

Zunächst, weil es schon lange nicht mehr so schwer war zu bauen wie im Moment: die Kosten explodieren, die Anforderungen an die Gebäude werden immer komplexer – sowohl was deren Nutzung als auch deren Fußabdruck betrifft. Außerdem kommen Faktoren wie die Kreislaufwirtschaft hinzu – ein digitaler Gebäudepass ist in anderen Ländern bereits Standard. Da liegt auch für die Entwickler und späteren Eigentümer bares Geld. Aber auch sonst lohnt es sich, können so Gebäude länger und effektiver genutzt werden. Aktuell ist ja auch der Abriss häufig mit einigen Überraschungen verbunden. Alles, was das Bauen erleichtert,

sollte mit Kusshand angenommen werden – denn die Ziele der Bundesregierung sind eben so groß wie unrealistisch. Aber auch hier gilt: Deshalb sollte man nicht die Flinte ins Korn werfen. Sondern eben das tun, was machbar ist. Und das ist schon einiges. Denken wir nur an BIM und ähnliche Anwendungen. Wer hätte vor einigen Jahr-

„Die Themen NPL und Zwangsversteigerungen werden künftig sicherlich mehr Aufmerksamkeit erfahren.“

zehnten gedacht, dass der digitale Gebäudewilling mal eine Standardanforderung in der Entwicklung sein wird.

Aktuell ist die Preisfindung zwischen Verkäufern und Käufern bei professionellen Immobilientransaktionen schwierig. Könnte hier mehr Digitalisierung helfen, den Prozess transparenter, einfacher und schneller zu machen?

Da kommen wir dann in den für uns als on-geo relevanten Bereich – und zu einem meiner liebsten Themen: der Immobilienbewertung. Denn gerade hier gibt es bereits ein riesiges digitales Potenzial, um diese zu vereinfachen und zu vereinheitlichen. Wenn man diese vorhandenen Tools nun auch für größere Transaktionen einsetzt, dann hat man eine einheitliche, bestenfalls transparente Datengrundlage und somit auch realistische Preise. Gleichwohl bestimmt natürlich am Ende der Markt den Preis, soll heißen: Der Verkehrswert oder auch Gutachterwert ist in den meisten Fällen nicht der Kaufpreis. Aber das ist nicht mehr unser Beritt.

on-geo bezeichnet sich selbst als Marktführer bei softwaregestützten Immobilienbewertungen. Wie stellen sich aktuell die Rahmenbedingungen für ihr Angebot dar? Steigt die Nachfrage?

Die Anfragen sind ungebrochen hoch, wir gewinnen regelmäßig neue Kunden beziehungsweise Nutzer hinzu – aber natürlich bekommen wir auch mit, das durch weniger Kreditanfragen die Bewertungsfälle rückläufig sind. Allein Ende dieses Jahres und im nächsten Jahr werden die Themen NPL und Zwangsversteigerungen sicherlich mehr Aufmerksamkeit erfahren und auch ganze Portfolios betreffen – und somit auch bei uns aufschlagen. Denn die Analy-

sen ganzer Bestände ist ohne digitale Unterstützung eine Mammutaufgabe. Gleichzeitig sollte es kein „Schema F“ geben, denn den Sachverständigen kann eine digitale Lösung nicht ersetzen, nur unterstützen. Das ist auch der Kern all unserer Entwicklungen: Wir erarbeiten Lösungen, die dann in der gemeinsamen Arbeit mit den Nutzern eben genau dem Sachverstand und den Bedürfnissen angepasst werden. Wir erarbeiten nicht einfach ein Korsett und nötigen somit unsere Anwender etablierte Prozesse durch noch nicht erprobte zu ersetzen – das wäre ja irgendwie auch eine gewisse Arroganz.

Kritiker von digitalen Bewertungen sagen oft, man müsse das Objekt anfassen und auch die Umgebung in Augenschein nehmen. Was antworten Sie in solchen Fällen?

Wir sind softwaregestützt und unterstützen Bewerter, Banken, Makler und Finanzierer – das sind immer der Mensch und das Gebäude im Vordergrund. Wir beschäftigen uns aber auch mit rein digitaler Bewertung (AVM), denn zum einen haben wir neben der Immobilie selbst auch Daten zu Wetterlagen, Demographie und anderen Faktoren, die bei einer Bewertung miteinfließen sollten. Und auch hier ist wieder der Faktor Mensch ein wichtiger, aber wenn Sie zwei Menschen vor dasselbe Haus stellen, dann werden sie zwei verschiedene Werte erhalten. Zudem wachsen Bewerter nicht auf Bäumen – auch hier spüren wir natürlich die Folgen des Fachkräftemangels. Und um Fachkräfte für diesen Bereich zu begeistern, sollte man ihnen automatisierte Lösungen an die Hand geben. Gleichwohl bin ich ein Fan der alten Schule: die Digitalisierung soll die Menschen in ihrem Alltag unterstützen – ob jetzt beruflich oder privat. Und am besten auch noch Spaß machen.

Gemeinsam mit der 1822, eine Tochter der Frankfurter Sparkasse, hat Ihr Haus einen digitalen Bewertungsprozess entwickelt und erprobt. Wie sind die Erfahrungen?

Ganz hervorragend – das kann ich auch ehemaliger Vertriebsleiter sagen. Aber im Ernst: der Prozess wurde gut angenommen

und die gemeinsame Entwicklung hat dafür gesorgt, dass die Mitarbeiter einen echten Mehrwert haben. Mit [baufi.me](#) haben wir neue Standards gesetzt. Und das ist keine Lobhudelei, eine solche Anwendung gab es in der Form noch nicht. Und diese enge Zusammenarbeit mit einem Kunden in der Entwicklung war auf jeden Fall das Herzstück. Wir erfahren oft, dass eben die persönliche Komponente die entscheidende Grundlage für eine gelungene Digitalisierung ist.

Wird dieses Angebot auf andere Banken ausgerollt werden?

Wir haben bereits mehrere Finanzinstitute mit der Lösung ausgestattet und haben noch ein paar große Institute in der Pipeline für einen deutschlandweiten Roll-Out. Inzwischen nutzen nicht nur 80 Prozent der Banken unsere Produkte, auch andere Finanzierer und Versicherer – und es werden immer mehr. Und da sieht man eben auch, dass es einen braucht, der vor geht. Denn seien wir ehrlich: Bei den Sparkassen denken viele noch an die Werbung mit den Fähnchen. Der Ruf der Sparkassen war lange etwas angestaubt – nun sieht man aber, wie schnell sich das ändern kann.

Was hat Ihr Unternehmen noch an Ideen in der Pipeline – worauf dürfen wir gespannt sein?

Auch wenn es schon manchmal wie ein alter Hut klingt: Auch unsere Entwicklungen, Ide-

„Mit [baufi.me](#) haben wir neue Standards gesetzt.“

en und nächsten Schritte stehen unter dem Dach der drei großen Buchstaben ESG. Da wäre beispielsweise die energetische Grundausstattung, die immer wichtiger wird und natürlich in die Bewertung miteinfließen muss. Aber auch die Frage, ab wann und bis wo sich eine Modernisierung rechnet – dazu haben wir bereits den Modernisierungsrechner, das ist aber natürlich nur ein Schritt von vielen. Außerdem hat die Novellierung der [BelWertV](#) für neue Anforderungen im Bereich der Vergleichswertermittlung mit sich gebracht – um diesen zu begegnen, spielt das Thema Automated Valuation Model, kurz AVM, eine immer wichtigere Rolle, also automatisierte Bewertungsmodelle. Konkrete Ideen verrate ich aber an dieser Stelle natürlich noch nicht.