

Real Estate & PropTech 2019/2020 – Standortbestimmung

Als vor etwa fünf Jahren im deutschsprachigen Raum erstmals der Begriff PropTech auftrat, wurde die Immobilienbranche aufgerüttelt. Der Ausdruck beschreibt Start-ups, die mit neuen Technologien und innovativen Geschäftsmodellen die Digitalisierung in der Immobilienbranche vorantreiben möchten. Dabei durchlebte der Begriff seit dem Zeitpunkt des Aufkommens eine deutliche Metamorphose: von disruptiv, über Geschäftsmodelle komplett verändernd bis hin zu digital und nur durch einen vagen Businessplan als Prozess gekennzeichnet. Aktuell werden PropTechs eher als Produkte verstanden, welche es auf Basis eines Prototypus weiterzuentwickeln gilt. Ein weiteres Kennzeichen ist noch immer die Fokussierung auf eine quasi autonom agierende Lösungsvorlage, also ein sogenannter Algorithmus, bei gleichzeitigem Defizit an verfügbaren Daten, um das Produkt ans operative Laufen zu bringen. Obwohl die PropTechs inzwischen weniger disruptiv als erwartet auftreten, erhöhte sich damals der Druck auf Immobilienunternehmen und deren Führungskräfte, sich über aktuelle und zukünftige Geschäftsmodelle in Abgleich mit den Anforderungen der Digitalisierung bewusst zu werden. Im weiteren Verlauf hat sich der zu Beginn sehr heterogene Markt deutlich aufgeteilt. Seitdem haben PropTechs mit verschiedenen Technologien und innovativen Geschäftsmodellen einige Teilbereiche der Branche wie Property Management, Asset-Management oder Data Services weiter digitalisiert. Doch wie positioniert sich diese Prozess-/Produktkategorie aktuell? Was zeichnet PropTechs in Deutschland im Jahr 2019 und mit Blick auf 2020 aus? Diesen Fragen soll mit dem Catella Market Tracker „PropTechs 2019“ auf den Grund gegangen werden.

Einordnung PropTech

Die Anzahl von Unternehmen, die sich als PropTech bezeichnen, ist in Deutschland nach unserer Abgrenzung auf mittlerweile mehr als 300 angestiegen. Gleichwohl ist diese Zahl eine Stromgröße, da noch immer keine umfassende Definition oder Abgrenzung seitens der Immobilienbranche bzw. deren Verbände existiert. Einige dieser Start-ups haben in den vergangenen Jahren Aufmerksamkeit von verschiedenen Seiten erhalten und sind u. a. durch Kooperationen mit größeren Akteuren der Branche punktuell sehr tief in Teilbereiche der Immobilienbranche eingesickert.

Noch werden die angebotenen Produkte bzw. Problemlösungen von den Immobilienunternehmen eher verkauft denn gekauft. Klar ist auch, dass PropTechs durch ihren digitalen Ansatz die Geschäftsmodelle und Produkte der Immobilienwirtschaft zum

digitalen Wandel hinleiten. Als ein wesentlicher Treiber der digitalen Transformation können PropTechs für die bestehenden Unternehmen und Akteure der Branche Ineffizienzen bei internen und externen Prozessen auflösen sowie beim Produkt „Immobilie“ einen Mehrwert schaffen. Dies betrifft jede Phase des Immobilienlebenszyklus, wobei die Entwicklung nicht in jedem Segment der Branche parallel läuft. Hinter den Begriffen IoT, BIM oder Blockchain stecken viele Chancen für die Akteure der Branche. Eine tiefgehende Analyse, wie PropTechs einem Unternehmen individuell helfen, Unternehmensprozesse effizienter zu gestalten oder die Attraktivität der Immobilien erhöhen zu können, scheint hier wichtig zu sein. Eine Zusammenarbeit mit PropTechs wird ein traditionelles Geschäftsmodell nicht zwangsweise auf den Kopf stellen, eröffnet aber prozessual vor allem einen neuen Blick und Lösungsalternativen für die wirtschaftliche Weiterentwicklung.

Charakterisierung PropTechs

Um die aktuell aktiven PropTech-Unternehmen weiter zu charakterisieren und einige wichtige Eigenschaften der Unternehmen herauszuarbeiten, hat Catella Research eine Umfrage unter rund 300 deutschen PropTechs durchgeführt. Hierbei ging es darum, die Unternehmensprozesse und -anforderungen weiter zu verstehen und die räumliche Verteilung durch die unterschiedlichen Bürostandorte zu betrachten.

VON DEN BEFRAGTEN 283 PROPTechs LASSEN SICH ZUNÄCHST FOLGENDE KENNZAHLEN FESTSTELLEN:

- Die durchschnittliche Mitarbeitergröße bei PropTechs beträgt aktuell ca. 13–16 Mitarbeiter,
- während das Durchschnittsalter bei 29 Jahren liegt.
- Nur ca. 8 % der befragten Unternehmen geben an, in ihrer Unternehmensgeschichte umgezogen zu sein.
- Bei den PropTech-Hotspots in Deutschland ist vor allem Berlin zu nennen, gefolgt von München, Hamburg und Frankfurt.



Quelle: Catella Research 2019

Interessant ist, dass nur ca. 30 % der Mitarbeiter vor ihrer jetzigen Position in der Immobilienwirtschaft gearbeitet haben und nur 21 % zuvor ein immobilienwirtschaftliche/s Studium bzw. Ausbildung absolviert haben. Dies zeigt, dass PropTechs

von außen an die Branche herantreten, nachdem sie eine Marktnische erkannt haben und diese mit einer geeigneten Technologie schließen wollen. Aus diesem Grund nennen die Befragten den Austausch bzw. die Kooperation mit den bestehenden Unternehmen der Immobilienbranche als sehr wichtige Eigenschaft für ihren Unternehmensstandort (siehe Tabelle 1). Standorte, an denen viele größere Unternehmen der Branche sitzen, sind deshalb für PropTechs besonders interessant. Daraus lässt sich folgern, dass die Möglichkeit, mit digitalen Mitteln außerhalb der Immobilienstandorte zu arbeiten, eben nicht dem Aktionsradius der Unternehmen entspricht. Zusätzlich werden ein Pool an Talenten, ein städtisches Umfeld mit hoher Lebensqualität und PropTech- bzw. Start-up-Netzwerke

an einem Standort in die Kategorie mit der höchsten Priorität eingestuft. Weniger wichtig, aber dennoch von Bedeutung sind die Nähe zu Kunden und die Anbindung an das Transportnetz sowie der Austausch und die Kooperation mit Universitäten und Forschungseinrichtungen. Vor allem der letzte Punkt ist von Interesse, da dies in anderen Industrien (siehe Finanzwesen oder Tech-Industrie) als sehr wichtig angesehen wird. In den kommenden Jahren wird mit voranschreitender Digitalisierung eine weitere Ausrichtung von Hochschulen auf die digitale Transformation der Immobilienbranche sicherlich erfolgen. Das könnte auch eine weitere Zusammenarbeit mit PropTechs bzw. weitere (Unternehmens-)Gründungen mit sich bringen.

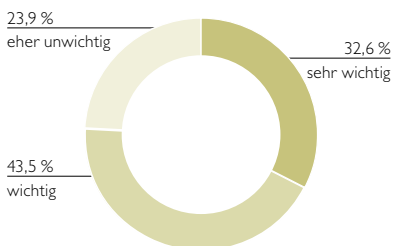
TABELLE I: WICHTIGSTE VORAUSSETZUNGEN UND PROZESSE FÜR PROPTECHS AN IHREM UNTERNEHMENSSTANDORT

Kategorie	Eigenschaft
Sehr wichtig	■ Städtisches Umfeld mit hoher Lebensqualität
	■ Lokal verfügbares Talent
	■ PropTech- bzw. Start-up-Netzwerke
	■ Kooperation und Austausch mit Unternehmen der Immobilienbranche
Wichtig	■ Nähe zu Kunden
	■ Anbindung an das Transportnetz
	■ Kooperation und Austausch mit Universitäten und Forschungseinrichtungen
	■ Co-Working Spaces und Innovationszentren
Eher unwichtig	■ Nähe zu Finanzierungsmöglichkeiten und VC-Unternehmen
	■ Politische Regelungen
	■ Austausch mit Unternehmen anderer Branchen

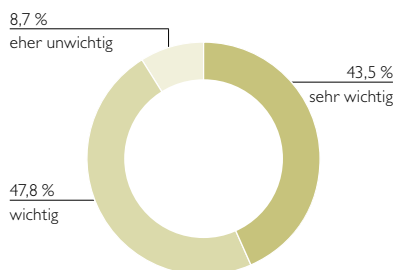
Quelle: Catella Research 2019

ABBILDUNG I: FOKUS UMFRAERGEERGEBNISSE AUS VERBINDUNG PROPTECHS UND IMMOBILIENBRANCHE (in % der befragten Unternehmen)

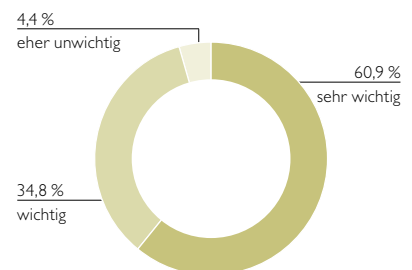
Räumliche Nähe zu Unternehmen der Branche



Zusammenarbeit und Kooperation



Branchenspezifische Netzwerke



Quelle: Catella Research 2019

Co-Working Spaces und Innovationszentren

Ebenfalls in der zweiten Kategorie aus Tabelle 1 sind Co-Working Spaces und Innovationszentren zu nennen. Start-ups und innovative Unternehmen anderer Industrien nutzen diese verstärkt, da

hierdurch Interdisziplinarität, Kreativität und der Austausch mit einer Vielzahl von Akteuren gefördert werden. Diese sind selbstverständlich nicht ausschlaggebend für den Unternehmenserfolg, doch können sie auch für PropTechs Vorteile bringen. Von den

befragten PropTechs arbeiteten 48 % bereits in einem Co-Working Space und 22 % in einem Innovationszentrum. Vor allem die Gründungsphase verbringen PropTechs gerne in dieser Art von Büro. Dies hat einige konkrete Vorteile, die in Tabelle 2 verdeutlicht werden. Büroflächen in attraktiven Lagen und mit sehr guter Infrastruktur bieten hierbei große Vorteile, z. B. den Wissensaustausch in der Community und mit anderen Start-ups in der

Fläche. Bisher können PropTech-Start-ups inhaltlich nicht so sehr von diesen Flächen profitieren wie andere Branchen. Co-Working Spaces und Innovationszentren, die thematisch stark auf PropTech und Digitalisierung ausgerichtet sind, könnten für die zukünftige Entwicklung der Branche ebenfalls von Interesse sein.

TABELLE 2: WICHTIGSTE FAKTOREN IN CO-WORKING SPACES UND INNOVATIONSZENTREN FÜR PROPTechs

Kategorie	Eigenschaft
Sehr wichtig	■ Lage des Co-Working Spaces
	■ Innenausstattung des Co-Working Spaces
	■ Kontakt zu und Austausch mit Branchenexperten
	■ Austausch mit anderen Start-ups und Community-Gedanke
Wichtig	■ Regelmäßige Veranstaltungen und Events
	■ Zugang zu möglichen Kunden
	■ Hilfe bei der Weiterentwicklung ihres Produktes
Eher unwichtig	■ Formeller Austausch mit Start-ups und Branchenakteuren
	■ Keine festen Arbeitsplätze

Quelle: Catella Research 2019

Bloß ein Zukunftsthema?

Die Immobilienbranche wird regelmäßig von vermeintlichen Modethemen heimgesucht – und einige davon haben das Zeug, Bereiche der Branche strukturell zu verändern. Hier sind auf der Produktebene z. B. Co-Working- und Co-Living-Konzepte zu nennen. Auf der aggregierten Unternehmensebene äußert sich dies im Prozess einer nachhaltigen Durchdringung der Geschäftsmodelle durch digitale Elemente. Daraus resultiert zweifelsfrei auch, dass es durch den Einsatz von digitalen Technologien und disruptiven, innovativen Geschäftsmodellen zu Veränderungen der Geschäftsbeziehungen und in der Folge von Marktanteilen kommen wird. Das betrifft die klassischen Assetklassen Büro, Wohnen, Retail oder Logistik. Im Moment werden diese Produkte freilich primär verkauft, da sie von Marktteilnehmern aktiv nachgefragt werden. Dieses tendenziell träge Momentum verdeutlicht aber auch, dass es sich eher um schubartige Veränderungen handeln wird als um lineare oder gar exponentielle Entwicklungen. Am sichtbarsten kann der digitale Impact bei sogenannten Mixed-Use bzw. urbanen Quartieren festgestellt werden – primär im Neubau und mehrere Nutzungen integrierend. Hier kann der gesamte Lebenszyklus eines Quartiers digital gestaltet und abgebildet werden. Der Bauprozess, die Finanzierung, die Vermarktung, das Asset- und Gebäudemanagement etc. – alle Phasen des Immobilienlebenszyklus können erheblich vom Einfluss von PropTechs und der Digitalisierung profitieren.

Bei der Entwicklung eines Quartierkonzeptes sind zudem die neuen Anforderungen der urbanen Bevölkerung aufgrund

des zunehmenden technologischen Fortschritts zu beachten. Vor allem neue Mobilitätskonzepte durch E-Mobility und Sharing-Modelle sind hierbei zu erwähnen. Innovationen wie Smart-Home, Smart-City und Smart-Quartiere bieten zudem die Chance, die positiven Synergieeffekte, die durch urbane Quartiere und Mixed-Use entstehen, bestmöglich auszunutzen. Nicht nur Ineffizienzen können hierdurch verringert werden, sondern auch Mehrwerte für Quartierskonzepte allgemein erzeugt werden.

Diese beispielhafte Ausführung zeigt, dass die Digitalisierung kein Zukunftsthema mehr darstellt, sondern aktuell schon Anwendung finden muss, um auf die sich veränderten Anforderungen der Gesellschaft reagieren zu können.

Praktische Umsetzung

Viele Unternehmen haben die Relevanz des Themas Digitalisierung erkannt und bauen es als Element in ihre Unternehmensausrichtung ein, welches vor allem in Zukunft eine Rolle spielen sollte. Für Immobilienunternehmen ist es bereits heute wettbewerbsdifferenzierend, eine digitale Strategie zu entwickeln und diese im Unternehmen punktuell umzusetzen. Eine umfassende Strategie mag zwar der Wunsch sein, die Realität indes besteht eher aus einer Aneinanderreihung von Insellösungen. Deren Fokus lässt sich vor allem als Effizienzgewinn unter der Maßgabe der Zeitersparnis zusammenfassen. Die Bereitschaft der PropTechs hierzu wurde in der Umfrage deutlich. Das zeigt, dass die Zusammenarbeit mit ihnen ein guter und effizienter Mechanismus sein kann, um die digitale

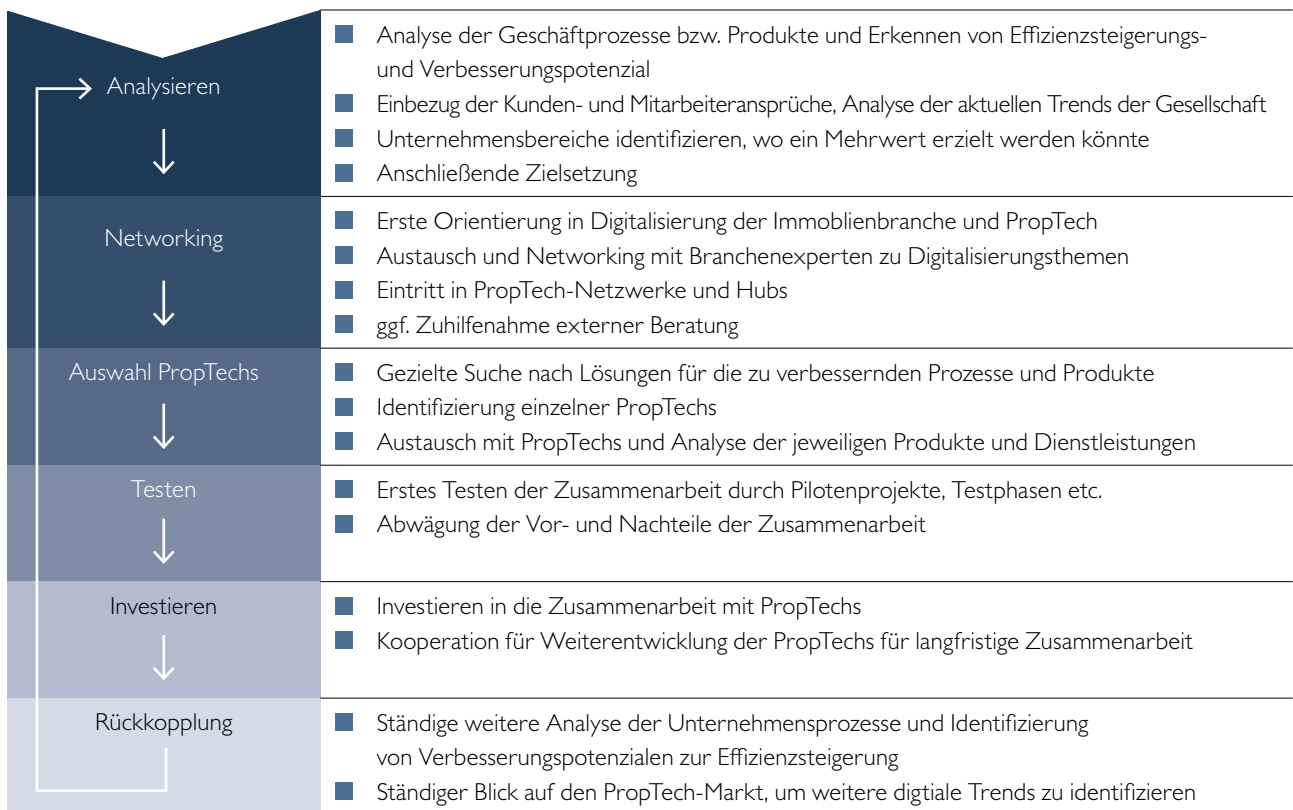
Transformation anzugehen. Abbildung 2 skizziert einen exemplarischen Prozess, wie ein Unternehmen aus dem Corporate Real Estate Bereich durch PropTechs weitere Schritte in Richtung Digitalisierung gehen kann.

Hierbei ist vor allem wichtig, intern die Bereiche des Unternehmens zu identifizieren, bei denen Ineffizienzen bestehen, um hierfür passende digitale Lösungen zu finden. Die Basis bildet dementsprechend eine tiefgehende Identifizierung des Bedarfs im Unternehmen, damit die Zusammenarbeit sowohl für Corporate als auch PropTech zufriedenstellend ist. Darüber hinaus lohnt sich der Blick auf einen potenziellen zusätzlichen Mehrwert, der durch PropTechs erzielt werden kann. Es gibt allerdings auch eine Vielzahl von vermeintlichen Lösungsangeboten am Markt, die Prozesse oder Immobilien besser gestalten können, aber über ein Pilotstadium nicht hinauskommen. Auch sollte die intrinsische Innovationskraft der

Unternehmen nicht unterschätzt werden. Gleichwohl kann es sinnvoll sein, durch Networking, Veranstaltungen, Netzwerkorganisationen etc. mit dem digitalen – und bewusst auch branchenfremden – Ökosystem in Kontakt zu treten. Zudem besteht die Möglichkeit, sich dabei mit PropTechs und anderen Unternehmen auszutauschen und Ideen abzugleichen.

Diese ersten beiden Schritte aus Abbildung 2 bilden die Grundlage, um eine digitale Strategie zu entwickeln und als Immobilienunternehmen weitere Schritte in Richtung Digitalisierung machen zu können. Die Vorteile, die hieraus entstehen, überwiegen und können für jedes Corporate interessant sein. Es darf dabei nicht vergessen werden, dass diese Revolution sich insgesamt in einem wirtschaftlich positivem Umfeld abspielt – was wird dann erst die Dynamik, Innovationsfreude und Disruption sein, wenn die Situation sich ökonomisch schlechter darstellt?

ABBILDUNG 2: KOOPERATIONSMODELL VON CORPORATE REAL ESTATE UND PROPTECH



Quelle: Catella Research 2019

Catella gehört zu den führenden Spezialisten im Bereich Immobilieninvestment und Fondsmanagement und agiert in 15 Ländern. Der Konzern verwaltet Vermögenswerte von rund 17 Mrd. Euro. Catella ist im Mid Cap Segment des Nasdaq Stockholm gelistet. Mehr unter catella.com

Kontakt:

Prof. Dr. Thomas Beyerle
 thomas.beyerle@catella.de
 +49 (0)69 31 01 930 220

Sean Nolan
 blackprint Booster GmbH
 sn@blackprintbooster.vc
 +49 (0)151 5878 2691