

PRESSEINFORMATION

WISAG stellt Gesamtauswertung des Nachhaltigkeitsradars 2014 vor

Trennt sich bald die Spreu vom Weizen?

Frankfurt am Main, den 23. März 2015 – Obwohl Nachhaltigkeit in der Gebäudebewirtschaftung als wichtig erachtet wird, befindet sich der Markt nach Ansicht von Immobilienexperten weiterhin im Entwicklungsstadium. Das könnte sich bald ändern, denn das WISAG Nachhaltigkeitsradar 2014 beleuchtet Hintergründe, aus denen sich Wege für die künftige Gestaltung ableiten lassen. Auf der einen Seite harmonisieren Erwartungen der Kunden und Angebote der Facility-Service-Dienstleister noch zu wenig – auf der anderen Seite scheinen Kunden jedoch genau zu wissen, was sie wollen. Wem es als Anbieter gelingt, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die einen klaren Mehrwert für beide Seiten haben, der hat Chancen, sein Profil im hart umkämpften Markt zu schärfen. Die WISAG Facility Service Holding stellt die gesamten Ergebnisse des WISAG Nachhaltigkeitsradars 2014 auf der FM-Messe in Frankfurt vom 24. bis 26. März 2015 vor (Halle 11, Stand D10).

Bereits zum vierten Mal bat die WISAG mehr als 2.000 Fachleute aus der Immobilienbranche, via Onlinebefragung zu unterschiedlichen Aspekten von Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft Stellung zu nehmen. Mehr als 160 Experten kamen dem Aufruf nach. Schwerpunktthemen waren der Entwicklungsstatus des Marktes für nachhaltige Gebäudedienstleistungen, das Potenzial bestimmter Produktfelder und die Bereitschaft, in diese zu investieren, sowie die Kundenerwartungen und Formen der Leistungsabrechnung.

Der Markt steckt noch immer in den Kinderschuhen

72 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass sich der Markt für nachhaltige FM-Dienstleistungen nach wie vor in einem Entwicklungsstadium

befindet. Die Frage nach Gründen bringt Licht ins Dunkel: Mangelnde Angebotsdiversität, Divergenz zwischen Angeboten der FM-Dienstleister und Wünschen der Kunden und fehlende Vorstellungen über tatsächliche Bedürfnisse auf Kundenseite werden als häufigste Gründe genannt.

Wirtschaftlicher Nutzen entscheidet über Investitionsbereitschaft

Während Angebot und Nachfrage weiterhin der Harmonisierung bedürfen, sind sich die Immobilienexperten über die Vorteile einer nachhaltigen Gebäudebewirtschaftung für einen stabilen Cashflow im Klaren. Zu den Favoriten der Teilnehmer zählen allen voran geringere Betriebskosten, eine längere Lebensdauer sowie ein besserer Wiederverkaufswert. Die Platzierung zeigt, dass die Befragten sowohl kurzfristige als auch langfristige Potenziale für den Cashflow schätzen. Doch der Weg von der Theorie in die Praxis ist sehr viel differenzierter. Das verdeutlicht ein Blick auf die Bereitschaft zur Investition. Sie ist vor allem bei solchen Leistungen gegeben, die sich zügig amortisieren und den Cashflow möglichst wenig belasten. Wird einer FM-Dienstleistung ein hoher Nutzen zugesprochen, verheißt das jedoch nicht automatisch auch eine hohe Bereitschaft zur Investition. Die höchsten Werte bei beiden Aspekten erzielt die Gebäudetechnik. Beim Gebäudebetrieb, für den üblicherweise der FM-Dienstleister verantwortlich ist, wird das Potenzial ebenfalls recht hoch bewertet, die Bereitschaft zur Investition ist hingegen deutlich geringer. Nachrangig folgen Themen wie das Verhalten der Immobiliennutzer, Entsorgung und Mobilität.

Veränderte Anspruchshaltung der Kunden

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass FM-Dienstleister auch in den kommenden Jahren besonders gefordert sind. Verstärkt wird dieser Eindruck, wenn die Kundenerwartungen in den Fokus rücken: Etliche FM-Leistungen, die vor einiger Zeit bei Kunden noch zu Begeisterung führten, werden inzwischen als Basisleistung angesehen, darunter das Energiemanagement und der monatliche Dialog zum Thema Energie. Die bedarfsgerechte Steuerung der Gebäudetechnik wird ebenfalls offensiv eingefordert, genauso wie die Tatsache, dass der Dienstleister Optimierungspotenziale aufzeigt und ökologische Betriebsmittel nutzt. Doch es gibt immer wieder Leistungen, mit

denen sich Kunden begeistern lassen: Die Studie macht hier die Zertifizierung des Gebäudebetriebs und die Schulung des Nutzerverhaltens aus.

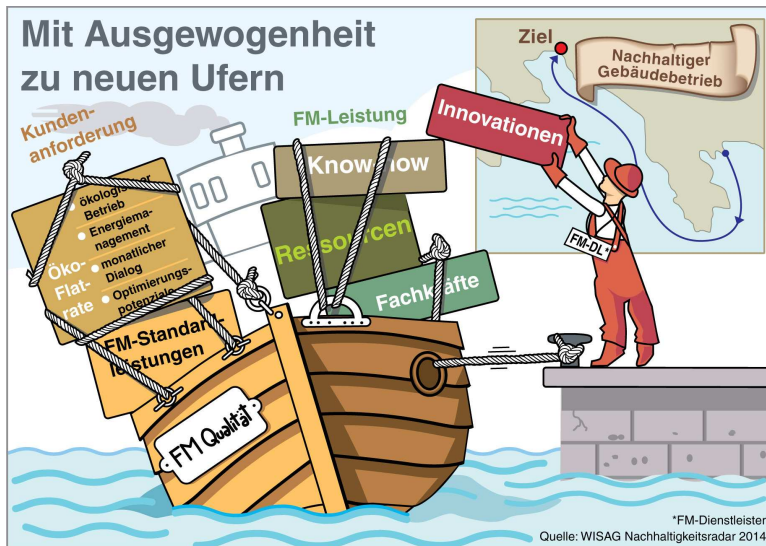
Dialog offenbart Bedürfnisse

Um Kunden zu binden, muss es den Anbietern also gelingen, Produkte zu entwickeln, die begeistern und weniger austauschbar sind. Das ist eine Erkenntnis, die das WISAG Nachhaltigkeitsradar nahelegt. Ein regelmäßiger Austausch zwischen Kunde und Dienstleister ist dafür unabdingbar. Da stimmt es positiv, dass gerade hier Bewegung in den Markt gekommen ist: 33 Prozent der Teilnehmer gaben an, mindestens halbjährlich mit ihrem FM-Dienstleister über Themen der Nachhaltigkeit zu sprechen. 2013 waren es nur 30 Prozent. Erfreulich ist auch, dass die kompetente Begleitung durch den Dienstleister als operativen und auch als strategischen Partner bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitslösungen durchaus geschätzt wird. Ähnlich wie in der vorherigen Befragung sehen ihn deutlich mehr als die Hälfte an der Strategiefindung beteiligt (69 Prozent).

Wege aus dem Dilemma

Die Ergebnisse des Nachhaltigkeitsradars 2014 sind ambivalent. Sie zeigen Problemfelder, aber auch Potenziale für die weitere Entwicklung nachhaltiger Immobilienbewirtschaftung auf. Die Kundenerwartungen steigen stetig, nachhaltige Leistungen werden zunehmend als selbstverständlich vorausgesetzt. Dies mag eine Entwicklung sein, die das Marktumfeld unabwendbar prägt, die aber ebenso zur Konsolidierung des Marktes und zur Profilierung auf Anbieterseite beitragen kann: „Dienstleister können ob der gestiegenen Anspruchshaltung den Kopf in den Sand stecken. Sie können darin aber auch eine Chance sehen, Initiative zeigen und neue Marktfelder besetzen“, sagt Projektleiter Daniel Münch von der 2COM, dem Beratungsunternehmen der WISAG. Münch sieht in den Ergebnissen klare Ansatzpunkte, um sich vom Wettbewerb abzuheben. „Die Dienstleister müssen ihre Kunden von der Qualität ihrer Leistungen überzeugen und den damit verbundenen Aufwand und vor allem Mehrwert transparent machen.“

Nur dann wird es ihnen gelingen, Geschäftsbeziehungen jenseits des Preisdumpings aufzubauen und zu verstetigen.“



Dialog vertiefen und aus bestehenden Chancen eine Win-win-Situation für beide Seiten machen – so lassen sich neue Ufer erreichen

Presseservice:

Mit der FM-Messe startet am 24. März 2015 die nächste Befragungsrunde zum WISAG Nachhaltigkeitsradar: <http://www.nachhaltigkeitsradar.de>

Diese Meldung samt Infografik sowie weiteres Text- und Bildmaterial können Sie auf den Presseseiten der WISAG Facility Service im Internet unter www.wisag.de herunterladen.

Quellenangabe/Copyright für Bilder und Grafiken: WISAG Facility Service Holding, 2014.

Über die WISAG Facility Service – Spezialist für Immobilien:

Das Kerngeschäft der WISAG Facility Service sind technische und infrastrukturelle Dienstleistungen für Gewerbe-, Infrastruktur- und Wohnimmobilien sowie für Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens. Die einzelnen Dienstleistungsbereiche zählen zu den jeweils wichtigsten Anbietern ihrer Branche: Facility Management, Gebäudetechnik, Gebäudereinigung, Sicherheit & Service, Catering, Garten- & Landschaftspflege sowie Consulting & Management. Ein besonderes Merkmal des Unternehmens ist die hohe Eigenleistungsquote, die seit vielen Jahren bei fast 90 Prozent liegt.

Mit rund 16.000 Kunden, über 30.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von rund 820 Mio. Euro im Jahr 2013 ist der Immobilienspezialist einer der führenden Facility-Service-Anbieter in Deutschland. Darüber hinaus bietet die WISAG ihre Dienstleistungen in Österreich, der Schweiz, Luxemburg und Polen an. Die WISAG Facility Service Holding ist Teil der WISAG Gruppe, zu der auch die Geschäftsbereiche Aviation Service und Industrie Service gehören.

Weitere Informationen:

WISAG Facility Service Holding GmbH & Co. KG
 Heidi Frühe
 Leiterin Marketing & Unternehmenskommunikation
 Herriotstraße 3, D-60528 Frankfurt am Main
 Telefon: +49 69 505044-260
 E-Mail: heidi.fruehe@wisag.de
 Homepage: www.wisag.de