

Die digitale Zukunft:

Was muss IT in der Wohnungswirtschaft leisten?

Die Digitalisierung der Arbeitswelt macht vor keiner Aufgabe Halt. Welche Geschäftsprozesse sollen elektronisch gestützt werden, welche nicht? Angesichts der Fülle der EDV-Programme und mobilen Anwendungen müssen Unternehmen zur Vorbereitung von Investitionsentscheidungen eine „digitale“ Gesamtstrategie entwickeln.

Wie treiben Sie in Ihrem Unternehmen die Digitalisierung voran?“ – Diese Frage stellte die Unternehmensberatung Accenture 2014 100 deutschen Unternehmen unterschiedlicher Branchen. Das Ergebnis: 78 Prozent der Befragten erkennen die fundamentalen Auswirkungen der Digitalisierung. Allerdings reagiert deutlich weniger als die Hälfte der Unternehmen darauf mit einer übergreifenden digitalen Strategie (41 Prozent). 48 Prozent führen einzelne digitale Projekte in ausgewählten Bereichen durch. Und 11 Prozent sehen sich erst am Anfang oder in der Pla-

nungsphase. Diese Umfrage zeigt exemplarisch: Einerseits wissen Unternehmer und Manager in Deutschland zwar, dass die Digitalisierung ein großes – wenn nicht: das große – Zukunftsthema ist. Andererseits fehlt vielen von ihnen eine umfassende Strategie, um darauf angemessen zu reagieren. Das gilt auch für die Wohnungswirtschaft. Ein Grund für diese abwartende Haltung ist, dass es sehr schwierig ist, konkrete Maßnahmen für die eigene Branche und das einzelne Unternehmen zu ergreifen. Wer das Projekt „digitale Strategie“ richtig angehen möchte, der muss sich

- erstens externe Entwicklungen anschauen,
- zweitens seine digitalen Ziele formulieren und
- drittens die interne Organisation und die einzelnen Arbeitsabläufe unter die Lupe nehmen.

Das kostet Zeit und Mühe. Doch erst die genaue Analyse zeigt, was möglich ist und deckt den wirklichen Bedarf auf. Damit wird eine tragfähige Basis für die erfolgreiche Konzeptionierung und eine erfolgreiche Umsetzung geschaffen. Welche Bereiche sind hierbei zu berücksichtigen?

1. Interne Abläufe vereinfachen

Die digitale Wohnungsabnahme, die Handwerkerkoppelung, das Warenwirtschaftssystem im Regiebetrieb und die digitale Prüfung der Verkehrssicherung sind nur einige Beispiele dafür, wie digitale Anwendungen den Arbeitsalltag im Wohnungsunternehmen erleichtern können. Ihre Zahl ist schon jetzt groß und wird in Zukunft noch steigen. Im besten Fall vereinfachen sie nicht nur die Arbeit, sondern führen gleichzeitig zu Einsparungen, weil sie Ressourcen schonen und ein schnelleres und zuverlässigeres Arbeiten ermöglichen. Hiervon profitieren insbesondere Wohnungsunternehmen, die nur begrenzte Mieterhöhungsmöglichkeiten haben und deshalb sehr stark auf effiziente Prozesse achten müssen.

2. Schnittstellen schaffen und steuern

Immer mehr Wohnungsunternehmen arbeiten regelmäßig mit Dienstleistern zusammen. Sehr unterschiedliche Leistungen wie Hausmeisterservices, Callcenter- oder Messdienstleistungen geben sie an Externe ab. Umso wichtiger ist es, die Daten der verschiedenen Beteiligten miteinander zu vernetzen. Das bedeutet: Externe Daten müssen in die internen Systeme einbezogen werden. Und bestimmte Dienstleister benötigen zumindest teilweise Zugriff auf aktuelle Informationen aus dem System des Auftraggebers. Hierfür sind geeignete Schnittstellen notwendig. Gleichzeitig müssen die Auftraggeber die Datenführerschaft behalten, um von den externen Dienstleistern unabhängig zu bleiben.

3. Kundenkommunikation modernisieren

Fast 80 Prozent aller Deutschen sind heute online. Die Hälfte von ihnen nutzt das Internet auch mobil. Dabei gehört die Vernetzung per Social Media zum digitalen Alltag. Entsprechend hat sich auch die Erwartung an die Kommunikation der Wohnungsunter-



FOTO: FOTOLIA/CHANNY167

In der Wohnungswirtschaft lassen sich immer mehr Geschäftsprozesse elektronisch durchführen. Internet, Cloud-Dienste und mobile Endgeräte haben die Anwendungen in jüngster Zeit noch vervielfältigt.

nehmen verändert. Sie muss zielgruppen- und kontextgerecht sein. Die Website im „Responsive Design“ für Smartphone und Tablet ist dabei nur der Anfang. Darüber hinaus wird es zukünftig Angebote geben, die den Standort des Users einbeziehen – wie zum Beispiel das Anzeigen von Aktivitäten im Wohnquartier, Serviceeinrichtungen oder freien Wohnungen in der Nähe. Dies ist nicht nur eine Form der Kundenbindung und -gewinnung. Hierdurch können sich Vermieter auch positiv vom Wettbewerb abgrenzen.

Außerdem wird es in der Kundenkommunikation immer mehr zum Standard, Services online vorzuhalten, die früher über die Geschäftsstellen oder telefonisch abgerufen wurden. Dazu gehören Schadensmeldungen ebenso wie Fragen zur Nebenkostenabrechnung oder zum Mietvertrag. Hierfür sind spezielle Bereiche auf der Website des Wohnungsunternehmens sinnvoll – und Prozesse dahinter, die digital oder „per Hand“ eine schnelle Bearbeitung sicherstellen.

4. Den Bestand intelligent planen und managen

Welche Mieter haben wir an welchen Standorten? Passt unser Portfolio zum künftigen Bedarf? Wie kommen die Neubauten voran? Wie werden sich die Grünflächen entwickeln? Diese Fragen lassen sich auf der Basis von regelmäßig erfassten Daten viel schneller und besser beantworten als noch vor wenigen Jahren. Notwendige Bedingung dafür ist es aber, die richtigen Daten mit möglichst geringem Aufwand vorzuhalten, ohne dass dabei Datenfriedhöfe entstehen. Hierbei helfen eine kluge Planung und die Unterstützung durch die passende Software.

Auch für die tägliche Bewirtschaftung des Bestandes existieren zahlreiche digitale Anwendungen. Sie schaffen die Möglichkeit der Steuerung von nah und fern für Mieter und Vermieter. Dazu gehören die Regulierung der Heizung, von Licht und Luftzufuhr, die Schließung der Fenster mit Sensoren, vernetzte Rauchmelder oder auch der Start der Waschmaschinen per Fernsteuerung.

5. Daten gewinnbringend auswerten

Der Einsatz von moderner IT verbessert nicht nur die Arbeitsabläufe und die Kommunikation. Sie ermöglicht auch die einfache Sammlung und Auswertung unterschiedlichster Daten. Wie lange müssen unsere Mieter auf einen Handwerker warten? Welche Art von Wohnungen hat den meisten Leerstand? Wie viel Zeit benötigen bestimmte Abläufe im Unternehmen? Wie ist der Zusammenhang zwischen Alters-

Die Elektronische Datenverarbeitung kann fast alles. Doch welche Arbeitsvorgänge sind sinnvollerweise zu digitalisieren? Unternehmen brauchen eine digitale Strategie.



FOTO: FOTOLIA/SPECTRAL DESIGN

durchschnitt und Fluktuation in den Quartieren? Wer weiß, wie er an diese Daten kommt und in der Lage ist, sie richtig zu lesen, der schafft sich eine hervorragende Grundlage für die Unternehmenssteuerung. Denn gute Daten liefern die Basis für sicherere Entscheidungen. Insofern ist die richtige IT nicht nur ein Instrument zur Verbesserung des operativen Geschäfts. Sie schafft auch die Voraussetzung für eine strategisch kluge Unternehmensführung.

6. Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten

Überall dort, wo IT eingesetzt wird, müssen auch Sicherungsmechanismen vorhanden sein. Zu verheerend wären die Folgen, wenn plötzlich die Kommunikation untereinander oder mit den Kunden und Dienstleistern zusammenbricht, wenn Datenbestände verloren gehen oder in falsche Hände geraten. Doch die Entscheidungen für oder gegen bestimmte Systeme sind sehr komplex. Insofern verwundert es nicht, dass die IT-Sicherheitswirtschaft seit Jahren wächst.

Je mehr Informationen über Bestände, Mieter und Mitarbeiter ein Unternehmen sammelt, desto mehr muss es auch die Anforderungen des Datenschutzes im Auge behalten. Um diesen in ausreichendem Maße zu gewährleisten, ist eine Abstimmung mit der Rechtsabteilung oder Rechtsberatung dringend erforderlich.

IT-Strategie ist immer nur so gut wie ihre Vorbereitung

Im Hinblick auf die IT eines Wohnungsunternehmens sind also viele Einzelaspekte zu beachten. Doch bevor spezielle Programme angeschafft werden, lohnt es sich, eine digitale Strategie zu entwickeln und bei der Planung Vorbereitungs- und Einführungsphasen ausreichend zu berücksichtigen. Zu groß ist sonst das Risiko, dass ein Unter-

nehmen eine neue Software anschafft, die dann unzureichend genutzt wird, kaum Erleichterungen bringt oder sogar die Mitarbeiter frustriert und die Arbeit erschwert. Der erste Impuls ist es dann oft, auf die Software zu schimpfen. Doch meist liegt der Fehler schon in der Planung. Denn eine digitale Strategie kann immer nur so gut sein wie ihre Vorbereitung.

Im ersten Schritt sollte ein genaues Bild davon geschaffen werden, wie und wem sich das Unternehmen heute und in zehn Jahren präsentieren will. Hieraus ergeben sich die Anforderungen an die IT: Welche internen Abläufe stehen im Vordergrund? Wer sind unsere Mieter? Und was erwarten sie von uns? Inwieweit werden wir externe Dienstleister einbinden? Welche Daten wollen und müssen wir regelmäßig auswerten? Solche Fragen weisen den Weg zu der digitalen Gesamtstrategie. Erst wenn sie geklärt sind, ist das Unternehmen in der Lage, gute und langfristige Entscheidungen im Hinblick auf die IT zu treffen.

Im zweiten Schritt ist eine Überprüfung aller Bereiche und Prozesse im Unternehmen nötig, um überall den konkreten Bedarf zu identifizieren. Darauf aufbauend können Unternehmen ihre Anforderungen an die Software-Lösungen definieren und mit den Anbietern besprechen. Eine digitale Strategie ist insofern eine echte Herausforderung und ein gutes Stück Arbeit – aber für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens mit Sicherheit ein wichtiger Baustein.

■ Autor



Bettina Harms
Geschäftsführerin
Analyse & Konzepte