

Sanierungsprozesse derart beschleunigen, dass etwa die Auftragsadministration auf ein Zeitfenster von einer Stunde zusammenschrumpft. Möglich wird dies durch die Digitalisierung der gesamten Prozesskette – von der Handwerker-auswahl bis hin zur Abrechnung. Auf diese Weise profitieren die kleinen und mittleren Marktteilnehmer deutlich, aber auch die großen Bestandhalter sparen Geld, Zeit und Nerven. Gleichzeitig bieten entsprechende Plattformen Handwerkern die Möglichkeit regelmäßiger Aufträge ohne viel Aufwand in die Angebotsabgabe oder Abrechnung investieren zu müssen.

Zwischen Chance und Risiko – Digitalisierung
lenken: Der Grundgedanke der Digitalisierung liegt vor allem in Effizienzsteigerungen aller Art – sowohl in Bezug auf die Qualität als auch mit Blick auf die Flexibilität und Kosten. Dieses Bestreben impliziert allerdings immer, dass in der Konsequenz ein Mehrwert entsteht. So liegt es etwa nahe, insbesondere manuelle, wiederkehrende Aufgaben zu automatisieren. Sie sind anfällig für Fehler und kosten wertvolle Arbeitszeit. Darüber hinaus birgt die digitale Verknüpfung mit allen beteiligten Akteuren wie Mitarbeitern, Mietern, Eigentümern oder Service-Partnern ein hohes Synergiepotenzial, von dem am Ende alle profitieren – auch weil sich so neue Geschäftsmodelle entwickeln lassen.

All diesen Möglichkeiten stehen bei einer pragmatischen Betrachtung allerdings auch Risiken und Herausforderungen gegenüber. Die Digitalisierung beginnt mit der Kommunikation im eigenen Unternehmen. Nur Mitarbeiter, die wissen, wohin die Reise geht, sind auch bereit mitzugehen. Diesen Umstand zu vergessen, kostet jede Organisation Zeit und Geld – ob klein, mittel oder groß. Am Ende des Tages muss die Digitalisierung zudem strategisch gelenkt werden: Ein einzelnes Tool für bestimmte Prozesse zu integrieren führt noch lange nicht in eine glänzende digitale Zukunft. Entscheidend ist daher, wie bei allen anderen strategischen Überlegungen, ein ganzheitlicher Ansatz, der alle Effizienzpotentiale erkennt und hebt.

Leerwohnungen in nur einer Stunde sanieren:
Das Potential digitaler Lösungen verdeutlicht ein Beispiel. Die Sanierung leerstehender Wohnungen. Der Druck, die Modernisierung besonders schnell zu schaffen, ist hoch. Nur sanierte und bewohnte Wohnungen liefern Mieteinnahmen. Diese Problematik betrifft nicht nur die Wohnungswirtschaft mit zehntausenden Wohneinheiten, sondern auch mittlere, kleinere, private Wohnungsvermieter. Ihr Interesse, die Wohnungen in bester Qualität neu zu vermieten, könnte größer nicht sein. Folglich suchen sie nach Lösungen, die bislang zeit- und kostenintensiven Beauftragungsprozesse auf ein Minimum reduzieren. Fündig werden viele mit Plattformen, die ihnen möglichst viel Arbeit abnehmen. Die Plattform Doozer beispielsweise bietet Wohnungsunternehmen –

unabhängig von ihrer Größe – Zugriff auf ein exklusives Handwerker-Netzwerk. Die Vorteile liegen auf der Hand. Zeitraubende Absprachen, Terminvereinbarungen und Begehungen mit Handwerkern entfallen. Die digitalisierten Prozesse auf der Plattform schaffen einen durchgängigen Workflow und verkürzen ihn damit deutlich. Was bisher mehrere Wochen gedauert hat, ist nun in gut einer Stunde möglich. Zugleich haben Wohnungsunternehmen mit solchen Lösungen volle Transparenz und somit Kostenkontrolle über den deutschlandweiten Markt an Handwerksdienstleistungen- und Partnern, die sich ohne komplizierte Abstimmungsverfahren mit nur einem Click buchen lassen. Diese Vorgehensweise revolutioniert inzwischen seit fünf Jahren die Auftragsvergabeprozesse für große, mittlere wie kleinere Player gleichermaßen. Vorab bepreiste Leistungsverzeichnisse verschaffen dabei einen Überblick über das Kostenniveau für Sanierungsleistungen in der jeweiligen Region und bilden die Grundlage für eine verlässliche Ausgabenplanung.

Fazit: Für die Immobilienbranche bietet die Digitalisierung enormes Effizienzsteigerungspotenzial. Das gilt für Branchenriesen, kleinere und mittlere Marktteilnehmer und private Vermieter. Alle profitieren dabei in ähnlichem Umfang, wenn sie es schaffen, Effizienzpotentiale mit digitalen Lösungen zu heben. □

Serie: „Der 5*Minuten*Hospitality*Experte“

Winfried D.E. Völcker

No. 4.2 Erfahrung und Können des Betreibers bestimmen den Erfolg, weniger die Marke.

PricewaterhouseCoopers stellte fest: Bei der Realisierung einer Hospitality Unternehmung hat die Höhe der Investition eine Entscheidungsbedeutung von 60%. Die Erfahrung des Betreibers schlägt mit 65%, Stand-Ort, Konzept und „Story“ zu 76% auf die Entscheidung durch.

Der „Genetische Mix“ aus Stand-Ort, Konzept und Betreiber sollte deshalb zur Einheit verschmelzen. Fehlt es an einem der Faktoren, gibt's Gendefekte. Drum meine Devise: Erfolg hat man nicht, man schafft ihn sich.

Wie definieren Sie Erfolg, werte Leser?

Der Controller in mir denkt an monetäre Größen. Ans Ergebnis klugen Wirtschaftens, ermittelt durch die Erfolgsrechnung nach USALI. Als High-Tech-Marketier weiß ich, Erfolg hängt vom aktuellen Informationsgrad ab. **Benjamin Disraeli** dazu: „In der Regel ist der erfolgreiche Mensch im Leben der-

jenige, der die besten Informationen hat.“ **Edward de Bono** versteht unter Erfolg zum Beispiel: „Eine Sache in Angriff nehmen und wie geplant abschließen.“

Klingt mehr nach Mensch als nach Marke....

Leysieffer, bekannt für seine süßen Verführungen, unkompliziertes und leckeres Essvergnügen und gute Weine, meldete die Woche Insolvenz an. Möge der Familie die irische Erfolgsdefinition aus der Krise helfen: „Erfolgreich ist, wer trotzdem nie aufgibt!“

Einblick in das ursächliche „Vermögen“ eines erfolgreichen Betreibers offenbaren u. a. diese fünf Fragen: Vermag der Betreiber dauerhaft Kundennähe herzustellen? Weiß er was der Kunde wirklich will, längst bevor der das selber weiß? Vermag er sein Kernkonzept durch Innovationen weiter zu entwickeln und seine Kundschaft zu mehren? Vermag er die Menschen im Betrieb auf allen Ebenen einzubinden, Wert zu schätzen und zu fördern? Kann der Betreiber durch Werte führen? Kennen Sie seine Werte? Vermag er seiner Vision treu zu bleiben, anzupacken und umzusetzen, was getan werden muss?

Darin liegt doch das wahre Vermögen eines Betreibers, oder?

Mal ehrlich, was wissen wir von den Menschen hinter den global blendenden Marken. Sie kommen vielleicht aus China, den alten Sowjetrepubliken, Israel oder dem Vorderen Orient. Was wissen wir noch? Wenn wir schon so wenig über diese Menschen wissen, die unser aller Zukunft mitgestalten, was wissen wir über die Macher, die Betreiber von gestern? Sie lösten einst Entwicklungsexplosionen aus, die unsere Gegenwart formten, und die unsere Pseudo-Eliten gerade höchst unkreativ an „Jedermann“ verscherbeln? Bravo.

Begleiten Sie mich doch einfach mal spaßeshalber auf einer vor-österlichen Wallfahrt zur „Hall of Fame“ bekannter Hotel- und Gastronomie-Betreiber. Voilà. Als Berlin Fan kommt mir der Delikatessenladenbesitzer **August F. W. Borchardt** in den Sinn. Heute Cult-Lokal mit Mega-Schnitzel. Ich denke an **Berthold Kempinski**, Weinhändler, Gastronom und Hotelier. An **Lorenz Adlon**, der das vornehmste Restaurant Berlins, das „Hiller Unter den Linden“ leitete, eine Weinhandlung besaß und ab Oktober 1907 das **Adlon** zum gesellschaftlichen Mittelpunkt des Lebens in Berlin machte. Auch **Albert Steigenberger** und **Georg Walterspiel** waren Betreiber, die dieses Prädikat verdienen.

Erinnern Sie sich noch an den österreichischen Zuckerbäcker **Johann Georg Kranzler**, der als Koch des damaligen preußischen **Kanzler Karl August von Hardenberg** nach Berlin kam und Unter den Linden Nr. 25 das

„Café Kranzler“ eröffnete. Der Cafétier war königlich preussischer Hofkonditor und ein herausragender Geschäftsmann, der schnell alle neuen Trends erkannte und umsetzte. „Sehen-und-gesehen-Werden“ entsprach dem Zeitgeist und so eröffnete Kranzler, trotz polizeilichen Verbots, die erste Caféterrasse in Berlin.

Der Koch und Gastronom **August Aschinger**, Chef des damals größten Gastronomiebetriebes Europas, war Betreiber von 99 Schnellgaststätten. Ich erinnere mich an Erzählungen über den Kaufmann und Warenhaus-Betreiber **Abraham Adolf Jandorf**, der das **KADEWE** gründete und dem wir eine einzigartige Lebensmittelabteilung verdanken. Was wäre Berlin ohne Borchardt, ohne einen Besuch im **KADEWE**?

Die Liste echter Betreiber ist schier endlos. Erwähnt sei noch der österreichische Gastronom **Friedrich Jahn**, Hendl-König vom Wienerwald. Er schuf und betrieb die damals größte europäische Restaurantkette. Mehr Innovation statt Expansion und der Wienerwald wäre heute noch hipp. Der Schweizer Unternehmer, **Ueli Prager**, geboren als Hotelierssohn in Wiesbaden, Angestellter der Schweizerischen Hoteltreuhandgesellschaft, eröffnete 1948 das erste Mövenpick-Restaurant. Als Betreiber vieler Restaurants und Hotels zeichneten ihn sein guter Geschäftssinn und seine Risikofreudigkeit aus. Er hat die moderne Gastronomie maßgeblich geprägt, so wie auch Feinkost-König **Gerd Käfer**, der als Feinkosthändler und Gastronom eine Millionen schwere Feinkost-Dynastie begründete. Ueli Prager und Gerd Käfer haben mich in der Zusammenarbeit mit ihnen sehr geprägt. Betreiber eben. □

Hamburg reißt den City-Hof ab – trotz Denkmalschutz und Protesten

Sabine Richter

Nach jahrelangem Gezerre ist es entschieden: die vier Hamburger City-Hochhäuser werden abgerissen, obwohl sie unter Denkmalschutz stehen, die Unesco Bedenken angemeldet hat und viele Bürger und Teile der Politik heftig dagegen protestiert haben. Damit wird sich bald das Bild der Hamburger Innenstadt im Bereich um den Hauptbahnhof verändern, ein Bauzaun steht schon.

Stadtentwicklungssenatorin **Dorothee Stapelfeldt** (SPD) sprach von einer „Abwägung aller öffentlichen und privaten Belange“, die zu diesem Ergebnis geführt hätten. Der Neubau werde „zu einer städtebaulichen Weiterentwicklung mit einem erheblichen Anteil an neuen Wohnungen und zu einer weiteren Belebung der Innenstadt“ führen. Auch der