ESG IM GEBÄUDESEKTOR – MIT PERSPEKTIVWECHSEL AUF ERFOLGSKURS

Susteco
A Bosch Company

Run this place

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	3
Methodik und Vorgehen	4
General Key Insights zielgruppenübergreifend – ein Querschnitt aller Ergebnisse	7
General Key Insight 1: Fehlende Datenbasis	7
General Key Insight 2: Variierende Rollen und Aufgaben	8
General Key Insight 3: Komplexe Zusammenarbeitsstruktur	9
General Key Insight 4: ESG in den Kinderschuhen	10
General Key Insight 5: Finanzielle Performance als Haupttreiber	11
General Key Insight 6: Geringes Know-how, Verständnis und Ausbildung	12
General Key Insight 7: Niedrige ESG-Standards, wenig Zertifizierungen und Maßnahmen	13
Spezifische Insights auf Zielgruppenebene	14
Spezifische Insights zur Zielgruppe der Mieter:innen	15
Spezifische Insights zur Zielgruppe der Gebäudenutzer:innen	17
Fazit	18
Sonstiges	19

Management Summary

Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind die bestimmenden Themen unserer Zeit. Das stellt Unternehmen vor die Herausforderungen, das Thema ESG (Environmental, Social, Governance) in ihr strategisches und operatives Handeln zu integrieren. Besonders herausfordernd erscheint dies in der Immobilienwirtschaft zu sein. Fakt ist: Diese Aufgabe kann nicht von einer einzigen Institution oder einzelnen Akteur:innen bewältigt werden. Stattdessen ist es entscheidend, die Interdependenzen zwischen den verschiedenen Akteur:innen im immobilienwirtschaftlichen Ökosystem zu nutzen, um den größten Nutzen für alle Beteiligten zu generieren. In diesem Sinne ist dieses Whitepaper entstanden. Ihm zugrunde liegt ein umfassendes User Research, durchgeführt von Run this place und Susteco (ein Tochterunternehmen der Bosch-Gruppe) im Rahmen unseres gemeinsamen Ökosystemansatzes. Das Ziel: die Entwicklung von nutzerzentrierten Produkten und Innovationen.

UNSER ZIEL

Zentrales Anliegen unserer Forschung war es, die aktuellen Herausforderungen und den Status der wichtigsten Akteur:innen der Immobilienbranche in Bezug auf das Thema ESG besser zu verstehen. Der Fokus liegt dabei auf Gewerbeimmobilien mit Mischnutzung, wobei die überwiegende Nutzungsart Büro ist.
Dazu führten wir im Frühjahr 2023 über ca. vier Wochen hinweg 30 umfangreiche Tiefeninterviews mit verschiedenen Ökosystemakteur:innen wie zum Beispiel Portfolio-, Asset- oder ESG-Manager durch. Im Rahmen des User Research werden diese als Zielgruppen bezeichnet.
Die Tiefeninterviews gewähren wertvolle Einblicke in die Bedürfnisse, Schmerzpunkte und Erwartungen rund um ESG-Themen dieser Zielgruppen. Ziel war es dabei nicht nur, den aktuellen Wissensstand und die Arbeitsweise der einzelnen Zielgruppen in Bezug auf ESG zu ergründen, sondern auch ihre Relevanz für dieses Thema zu bewerten sowie die Zusammenarbeit mit anderen Stakeholdern zu untersuchen.

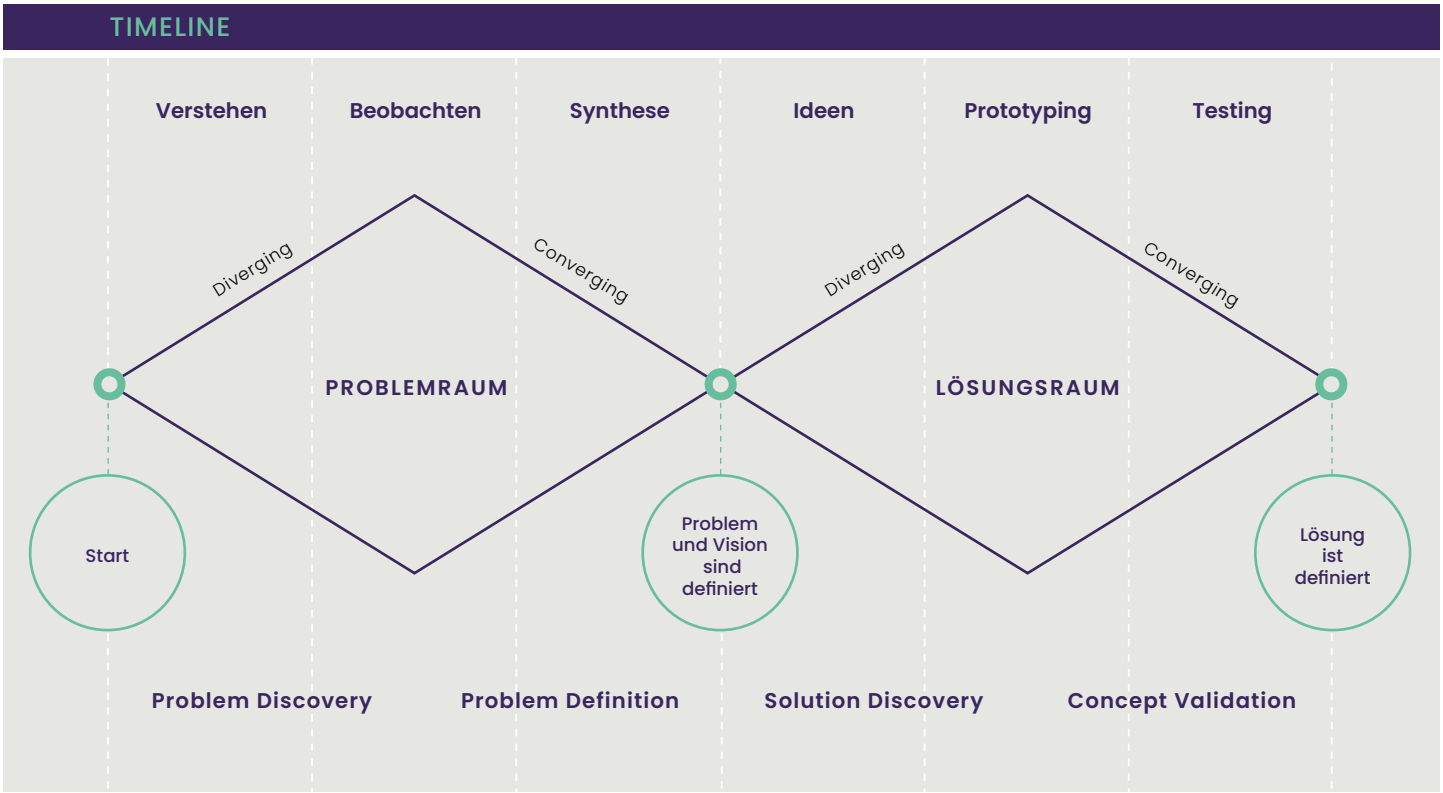
DIE ERGEBNISSE

Die Ergebnisse unserer Forschung sind vielversprechend. Sie zeigen, dass die Branche ein großes Interesse an innovativen Lösungen und Partnerschaften hat, um die ESG-Herausforderungen anzugehen. Durch die Zusammenarbeit innerhalb des Ökosystems können Synergien geschaffen werden, die zu wegweisenden Innovationen führen werden.

Methodik und Vorgehen

Unsere Forschungsarbeit basiert auf der Methodik der Product Discovery und dem bewährten „Double Diamond"-Ansatz des British Design Councils. Der Double-Diamond-Ansatz bietet einen strukturierten Rahmen für iterative Design- und Innovationsprozesse.

Abbildung 1: **Vorgehen der Product Discovery auf der Zeitleiste**



t0	t1	t2	t3
• Benchmark Analyse • Zielgruppen-definition • Hypothesen-formulierung • Definition von Screeningkriterien & Studien Design • Formulierung der Interviewleitfäden für jede Zielgruppe	• Unser Research durch Tiefen-interviews (Durchführung der Interviews) • Umfangreiche Auswertung der Ergebnisse. Sowohl zielgrup-penübergreifend, als auch zielgrup-penspezifisch	• Konsolidierung der Research-ergebnisse • Präsentation der Ergebnisse • Potentialanalyse für mögliche Softwareansätze • Entscheidung und Diskussion zum weiteren Vorgehen	• Design Sprint für mögliche Konzeptideen • Validierung der Ergebnisse mit Zielgruppen • Identifizierung eines konkreten Lösungsansatzes • Priosierung der Funktionalitäten

1. DIAMANT

Der erste Diamant dieses Ansatzes beschreibt die Phase des Problemverständnisses der Product Discovery. Hier geht es darum, das Problemfeld zu definieren und besser zu verstehen.

PROBLEMVERSTÄNDNIS UND -DEFINITION

In dieser Phase haben wir intensiv daran gearbeitet, das Problemfeld im Zusammenhang mit ESG in der Immobilienbranche zu identifizieren und zu definieren. Hierbei wurden sowohl der Markt als auch die Zielgruppen sorgfältig analysiert.

BENCHMARK-ANALYSE

Um ein umfassendes Bild der bestehenden Lösungen und Marktteilnehmer:innen zu erhalten, führten wir eine Benchmark-Analyse durch – mit dem Ziel, die Stärken und Schwächen bestehender Ansätze zu erkennen und herauszufinden, wo die Schwerpunkte existierender Produktansätze liegen.

FESTLEGUNG DER ZIELGRUPPEN

Auf Basis unserer Erkenntnisse aus der Benchmark-Analyse und bereits vorhandener Daten wurden acht Zielgruppen für unsere User Research-Aktivitäten festgelegt. Dabei lag der Fokus auf denjenigen, die im ESG-Bereich der Immobilienbranche aktiv sind oder Interesse daran haben.

HYPOTHESENGETRIEBENES ARBEITEN

Vor Beginn der Tiefeninterviews stand die Entwicklung von Hypothesen über die Bedürfnisse und Erwartungen der definierten Zielgruppen. Diese Hypothesen werden nach klaren Kriterien erstellt: Sie müssen

- testbar sein,
- die Zielgruppe einbeziehen,
- klar und messbar sein und
- die Möglichkeit bieten, wahr oder falsch zu sein.

TIEFENINTERVIEWS

Die Forschungsaktivitäten umfassten insgesamt 30 Tiefeninterviews. Für diese galten vorab festgelegte Screening-Kriterien, um sicherzustellen, dass die ausgewählten Proband:innen die Zielgruppen repräsentierten. Als Interviewgrundlage dienten semi-strukturierte Interviewleitfäden. Durch einen definierten und einen flexiblen Anteil stellt diese Form der Interviewdurchführung sicher, dass relevante Themen abgedeckt sind, während gleichzeitig Raum für spontane Erkenntnisse der Teilnehmer:innen bleiben.

STUDIENDESIGN DER TIEFENINTERVIEWS

30 INTERVIEWS

8 ZIELGRUPPEN

- Portfolio-Manager
- Asset-Manager
- ESG-Manager
- Property-Manager
- Facility-Manager
- Mieter:innen
- Gebäudenutzer:innen
- Projektentwickler:innen

77% > **23 männliche Probanden** in den Berufsgruppen Portfolio-, ESG-, Asset- und Facility-Manager war es nicht möglich weibliche Probandinnen zu rekrutieren.

23% > **7 weibliche Probandinnen**

SETTING

1,5 h mit Portfolio, Asset & ESG Manager, Property-Manager

1 h mit Facility-Manager, Mieter, Gebäudenutzer, Projektentwickler

Online-Interviews über Teams und Observatonroom über Google Meet

SPRACHE Deutsch

REGION Gesamt Deutschland

- Gewerbeimmobilien, Mischnutzung mit überwiegend (2/3), Nutzungsart Büro
- A-Lage/ B-Lage

Die Kombination dieser Methoden ermöglicht, tiefe Einblicke in die Bedürfnisse, Schmerzpunkte und Erwartungen der Akteur: innen in der Immobilienbranche im ESG-Bereich zu gewinnen. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für die Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen und Innovationen, die die Nachhaltigkeit und Effizienz der Branche vorantreiben werden.

2. DIAMANT

Im zweiten Diamanten des Double-Diamond-Ansatzes öffnet sich der Raum für die Erarbeitung von Lösungen für das zuvor definierte Problem. Hierbei hat sich die Anwendung von sogenannten „Design Sprints" bewährt. Ein Design Sprint ist eine zeitlich begrenzte, intensiv strukturierte Workshop-Methode, die darauf abzielt, in kurzer Zeit innovative Lösungsansätze für komplexe Probleme zu entwickeln.

Ein typischer Design Sprint erstreckt sich über fünf Tage und beinhaltet verschiedene Schritte:

VERSTEHEN

Anfangs wird das Problem detailliert analysiert, um ein tiefes Verständnis für die Herausforderung zu entwickeln. Hierbei werden alle verfügbaren Informationen und Erkenntnisse aus dem ersten Diamanten genutzt.

SKIZZIEREN

In dieser Phase generieren die Teilnehmer:innen des Design Sprints Lösungsideen in Form von Skizzen oder Konzepten. Diese Ideen können vielfältig sein und reichen von groben Entwürfen bis hin zu detaillierten Konzepten.

ENTSCHEIDEN

Nachdem verschiedene Ideen gesammelt wurden, treffen die Teilnehmer:innen eine Auswahl und entscheiden sich für die vielversprechendsten Ansätze, die weiterverfolgt werden sollen.

PROTOTYPEN

In dieser Phase werden Prototypen oder Modelle erstellt, die die ausgewählten Lösungsideen veranschaulichen. Diese Prototypen müssen nicht perfekt sein, sondern dienen dazu, die Ideen greifbar zu machen und für die Validierung vorzubereiten.

TESTEN

Zum Abschluss des Design Sprints werden die Prototypen mit den Zielgruppen getestet. Dies können potenzielle Nutzer:innen, Kund:innen oder andere relevante Stakeholder sein. Das Feedback aus den Tests wird verwendet, um die Lösungsansätze weiter zu verfeinern und zu validieren.

Die Ergebnisse dieser Phase, nämlich konkrete Konzeptideen und validierte Ansätze zur Lösung des identifizierten Problems, sind entscheidend für den Innovationsprozess.

In einem **Design Sprint** kommt ein funktionsübergreifendes Team von sechs bis acht Teilnehmer:innen zusammen. Ein Sprint-Team kann auch zum Beispiel aus Vorstand, Product Owner:innen, Mitarbeiter:innen aus der Vertriebs- und Marketingabteilung, Designer:innen sowie Mitarbeiter:innen aus dem Kundensupport-Team bestehen.

General Key Insights zielgruppenübergreifend – ein Querschnitt aller Ergebnisse

Im folgenden Abschnitt präsentieren wir die sieben General Key Insights unserer Studie. Diese Erkenntnisse wurden zielgruppenübergreifend ermittelt und stellen einen umfassenden Querschnitt der wichtigsten Ergebnisse dar, die für alle Akteur:innen in der Immobilienbranche im Kontext von ESG von großer Bedeutung sind. Neben diesen generellen Erkenntnissen werden wir im nächsten Kapitel auch auf spezifische Insights für einzelne Zielgruppen eingehen.

GENERAL KEY INSIGHT 1: FEHLENDE DATENBASIS

In der Immobilienbranche besteht ein erhebliches Problem hinsichtlich der generellen Datenverfügbarkeit, -qualität, -vollständigkeit -aktualität und des Zugriffs auf Daten. Dies führt zu manueller Datensuche in verschiedenen Tools, über verschiedene Stakeholder hinweg und im Ergebnis zu einem erheblichen Zeitaufwand. Oftmals sind die Prozesse zur Datenerfassung und -prüfung unzureichend und es werden viele Einzelsysteme für unterschiedliche Arten von Daten genutzt, etwa für Mieterdaten, finanzielle Performance, ESG-Daten oder Immobilienbewertungen. Die Analyse von Daten und Plausibilitätschecks nehmen vor diesem Hintergrund viel Zeit in Anspruch. Zusätzliche Kosten entstehen durch die Beauftragung externer Experten zur Datenerfassung und -prüfung. Die lückenhafte Datenstruktur, insbesondere die fehlenden Verbrauchsdaten von Mieter:innen, erschweren genaue Simulationen, Prognosen und Bewertungen, wodurch häufig Schätzungen oder Vergleichswerte für ESG-relevante Maßnahmen herangezogen werden müssen.

Ein **Asset-Manager** bringt es auf den Punkt:

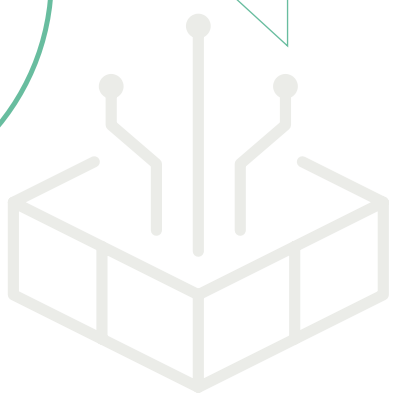
„Wir müssen erstmal klären, wo die Daten für unsere CO_2-Reduktionsmaßnahmen überhaupt herkommen und was genau wir brauchen."

Ein **Portfolio-Manager** beschreibt die Herausforderung:

„Ich nutze sehr viele verschiedene Tools. Für jede Aufgabe ein anderes Tool. Das ist anstrengend!"

Eine **Property-Managerin** beschreibt das Ringen um Verbrauchsdaten von Mieter:innen:

„Ich versuche, mit den Mietern ins Gespräch zu gehen und sie davon zu überzeugen, Verbrauchsdaten zu teilen."



GENERAL KEY INSIGHT 2: VARIIERENDE ROLLEN UND AUFGABEN

Ein hervorstechendes Merkmal in der Immobilienbranche ist die starke Variation in der Ausgestaltung von Rollen, Aufgabenbereichen, Verantwortlichkeiten und Tätigkeiten der verschiedenen Zielgruppen. Dies unterscheidet sich teils deutlich von Unternehmen zu Unternehmen:

Überschneidung von Aufgabenbereichen:

Häufig überschneiden sich die Aufgabenbereiche von Portfolio-, ESG- und Asset-Manager. Einige ESG-Manager konzentrieren sich auf die Produktentwicklungsebene, definieren strategische Ziele, entwickeln Prozesse und Schnittstellen. Andere sind aktiv im operativen Geschäft tätig. So ist ein ESG-Manager beispielsweise gleichzeitig Portfolio-Manager. Ein weiterer Teil arbeitet übergreifend auf Unternehmensebene an ESG-Themen und ist schließlich darauf spezialisiert und fokussiert.

Überschneidung zwischen Asset- und Property-Manager:

Ähnlich wie bei den ESG-Manager gibt es auch Überschneidungen in den Aufgabenbereichen von Portfolio-, Asset- und Property-Management. Diese können zu verschiedenen Rollen und Verantwortlichkeiten innerhalb eines Unternehmens führen.

Überlappende Tätigkeiten von Property- und Facility-Manager:

Property- und Facility-Manager arbeiten oft eng zusammen und haben teilweise überlappende Verantwortlichkeiten in Bezug auf die Instandhaltung und Verwaltung von Immobilien. Dies verlangt eine enge Zusammenarbeit und Koordination.

Diese Vielfalt in den Rollen und Aufgaben erfordert eine flexible Herangehensweise an ESG-Initiativen und die Notwendigkeit, auf die unterschiedlichen Bedürfnisse und Verantwortlichkeiten der verschiedenen Akteur:innen einzugehen.

Ein **ESG-Manager** verdeutlicht die Vielfalt:
„Ich bin Portfolio-Manager und gleichzeitig Head of ESG."

Ein **Property-Manager** beschreibt die Herausforderung:
„Ich arbeite mit unterschiedlichsten Kollegen und Tools und muss den Ansprüchen der Mieter gerecht werden und den Wert der Objekte halten."

Ein **Portfolio-Manager** betont seine Rolle als Generalist:
„Ich arbeite mit vielen Spezialisten. Ich bin eher ein Generalist."

GENERAL KEY INSIGHT 3: KOMPLEXE ZUSAMMENARBEITSSTRUKTUR

Ein weiteres herausragendes Merkmal in der Immobilienbranche ist die komplexe Zusammenarbeitsstruktur:

Vielfältige Stakeholder:

Die meisten Zielgruppen in der Immobilienbranche arbeiten eng mit zahlreichen Stakeholdern zusammen, die wiederum aus verschiedenen internen und externen Bereichen stammen.
Dies schließt unter anderem Investor:innen, Treuhänder, Jurist:innen, Dienstleistungsunternehmen, Asset-Management, Transaktionsabteilungen, ESG-Teams, Property-Management, öffentliche Institutionen auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene, mietenden Unternehmen, Geschäftsführung/ Vorstand, Facility-Management, Buchhaltung und Controlling ein.

Verschiedene Kommunikationskanäle:

Die Kommunikation mit diesen Stakeholdern erfolgt oft über verschiedene Kanäle. Angesichts der Vielfalt der Aufgaben und Anforderungen der verschiedenen Akteur:innen potenziert sich dies auf einem erheblichen Zeitaufwand .

Herausforderungen beim Datenaustausch:

Die Zufriedenheit hinsichtlich des Datenaustauschs, der Datenerhebung und -pflege ist gering, was auf mangelhafte Systeme, Daten und Prozesse zurückzuführen ist. Dies stellt eine erhebliche Hürde für eine effiziente Zusammenarbeit dar.

Cross-funktionale Beratungsfunktion:

Einige Rollen in der Branche wie ESG-, Portfolio-, Asset- und Property-Management zeichnen sich durch eine starke cross-funktionale und beratende Funktion aus. Diese Akteur:innen spielen eine Schlüsselrolle bei der Koordination und Integration verschiedener Aspekte und Interessen.

Die komplexe Zusammenarbeitsstruktur in der Immobilienbranche erfordert eine effektive Kommunikation, klare Prozesse und die Nutzung geeigneter Tools und Technologien, um die Herausforderungen im Datenaustausch und der Zusammenarbeit zu bewältigen.

Eine **Gebäudenutzerin** verdeutlicht die Herausforderung:
„Mit allen zusammenkommen wie Vermieter, andere Mieter, Facility-Manager – da dauert es, bis man zu einem Konsens kommt."

Ein **Asset-Manager** beschreibt die Dynamik:
„Das Thema ist so frisch, dass es da noch keine abgestimmten Strukturen in der Zusammenarbeit gibt. Die neue Abteilung macht einfach. Hands-on-Mentalität. Dabei sein und den Kopf einschalten ist alles."

Eine Mitarbeiterin eines **Property-Managers** hebt den Aufwand durch viele Beteiligte hervor:
„Von Anwälten über Eigentümer, Facility-Manager und Mieter – ich muss sehr viel telefonieren und E-Mails schreiben. Das nimmt viel Zeit in Anspruch."

GENERAL KEY INSIGHT 4: ESG IN DEN KINDERSCHUHEN

Die Erkenntnisse zum General Key Insight „ESG in den Kinderschuhen" lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Frühstadium der ESG-Integration:

In vielen Unternehmen befindet sich das Thema ESG noch in einem sehr frühen Entwicklungsstadium, wenngleich die Relevanz des Themas zielgruppenübergreifend tendenziell steigt. Teils gibt es jedoch Diskrepanzen zwischen den erwarteten und den tatsächlich umgesetzten Maßnahmen.

Herausforderungen bei der Verankerung:

Die Verankerung von ESG in Unternehmen gestaltet sich oft schwierig, insbesondere wenn die notwendige Unterstützung der Geschäftsführung fehlt sowie kein aktives Change-Management und Wissensaufbau betrieben werden, wenn nicht ausreichend Ressourcen und finanzielle Mittel zur Verfügung stehen und Prozesse sowie Strategien unklar bleiben.

Fokus auf Corporate Carbon Footprint:

Der Fokus liegt oft auf dem Corporate Carbon Footprint (CO_2-Fußabdruck des Unternehmens), während der Product Carbon Footprint (CO_2-Fußabdruck der Produkte) derzeit weniger relevant eingeschätzt wird.

Abwartende Haltung aufgrund von Komplexität:

Die Komplexität des Themas, das Fehlen einheitlicher Standards und die wirtschaftliche Situation führen zu einer abwartenden Haltung gegenüber ESG-Initiativen.

Mangel an Verantwortlichen auf Produktebene:

In vielen Fällen gibt es keinen klaren Verantwortlichen für das ESG-Thema auf Produktebene, was die Integration und Umsetzung erschwert.

Aufbau von Teams, Strategien und Prozessen:

Unternehmen sind dabei, Teams aufzubauen und Strategien sowie Prozesse für die ESG-Integration zu entwickeln, um die Lücke zwischen den erkannten Chancen und den aktuellen Umsetzungen zu schließen.

Die Immobilienbranche steht in Bezug auf die Integration von ESG noch am Anfang, obwohl die Bedeutung dieses Themas zunimmt. Um voranzukommen, sind verstärkte Bemühungen, Bildungsmaßnahmen, verbesserte Zusammenarbeit mit Stakeholdern und die Schaffung von Standards notwendig. Die Branche muss Innovationsbereitschaft zeigen und die Chancen der ESG-Integration nutzen, um den wachsenden Anforderungen von Investor:innen und Mieter:innen gerecht zu werden und langfristigen Erfolg zu gewährleisten.

Ein **ESG-Manager** bringt die Herausforderung auf den Punkt:
„Gefühlt nervt es andere, weil mehr Aufwand entsteht. Die Begeisterung hält sich in Grenzen."

Ein **Gebäudenutzer** sieht Potenzial zur Optimierung, ist jedoch unsicher, wie dies umgesetzt werden kann:
„Ich sehe Optimierungspotenzial bei der Zusammenarbeit mit dem Vermieter, aber weiß nicht genau wie."

Ein **Property-Manager** betont den Mangel an Transparenz und erkennbarer Strategie:
„Hier fehlt die Klarheit und die Struktur, wie das Thema übergreifend und strategisch behandelt werden kann."

GENERAL KEY INSIGHT 5: FINANZIELLE PERFORMANCE ALS HAUPTTREIBER

Die Erkenntnisse im Zusammenhang mit diesem General Key Insight „Finanzielle Performance als Haupttreiber" lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Priorität der finanziellen Performance:

Die finanzielle Performance hat in der Immobilienbranche Priorität. ESG-Maßnahmen müssen mit ökonomischen Vorteilen einhergehen. Das macht die Kostenersparnis durch die Reduzierung des Verbrauchs zum Haupttreiber einer jeden Maßnahme.

Fokus auf Rendite und Liquidität:

Der Schwerpunkt liegt auf dem Erzielen der höchstmöglichen Rendite und der Sicherstellung der Liquidität. Langfristige Auswirkungen von ESG-Maßnahmen werden selten umfassend reflektiert.

ESG-Maßnahmen zur Kostenreduktion und Vermietbarkeit:

Wenn ESG-Maßnahmen getroffen werden, dann vor allem zur Kostenreduktion und zur Gewährleistung der kontinuierlichen Vermietbarkeit von Immobilien.

Simulation von Kosten-Nutzen-Szenarien:

Die Simulation von Kosten-Nutzen-Szenarien ist von entscheidender Bedeutung, um die Wirksamkeit von ESG-Maßnahmen zu demonstrieren und als Argumentationsgrundlage zu dienen.

Die finanzielle Performance steht im Zentrum der ESG-Bemühungen in der Immobilienbranche. Investor:innen und Entscheidungsträger sind in erster Linie an ökonomischen Vorteilen interessiert. Dies unterstreicht die Bedeutung von fundierten Kosten-Nutzen-Analysen und die Notwendigkeit, ESG-Maßnahmen mit klaren wirtschaftlichen Argumenten zu untermauern. Allerdings stellt sich die Frage, ob dieser kurzfristige Ansatz nachhaltig ist. Wenn heute in ESG investiert wird, führt dies möglicherweise zu einem funktionierenden grünen Portfolio in der Zukunft? Umgekehrt können heute ausbleibende Maßnahmen künftig zu Nachteilen führen – auch bei der finanziellen Perfomance.

Ein **Gebäudenutzer** verdeutlicht den Anreiz zur Kosteneinsparung: **„Die Motivation, den Stromanbieter zu wechseln, war Kosten einzusparen."**

Ein **Asset-Manager** betont die Rolle der Rendite: **„Investoren sind nur bereit für Nachhaltigkeit zu bezahlen, wenn es sich finanziell lohnt."**

Ein **Portfolio-Manager** erklärt seine Hauptaufgabe: **„Meine Hauptaufgabe: Fonds müssen für die Investoren Rendite abwerfen."**

GENERAL KEY INSIGHT 6: GERINGES KNOW-HOW, VERSTÄNDNIS UND AUSBILDUNG

Die Erkenntnisse in Bezug auf „Geringes Know-how, Verständnis und wenig Ausbildung" können wie folgt zusammengefasst werden:

Allgemein niedriges Wissensniveau:

In der Immobilienbranche herrscht ein generell niedriges bis mittelmäßiges Wissensniveau im Bereich ESG. Es besteht teils ein mangelndes Verständnis und eine unzureichende fachliche Ausbildung oder Weiterbildung.

Fokus auf Umweltaspekte:

Der Schwerpunkt liegt auf den Umweltaspekten, insbesondere auf der Reduzierung des Verbrauchs, da dies mit Kosteneinsparungen verbunden ist.

Begrenztes Wissen im Sozialbereich:

Das Wissen im Bereich der sozialen Aspekte ist sehr ungleich verteilt. Insbesondere auf Seiten der Mieter:innen ist es zu beobachten und hier zuvorderst bezogen auf Mitarbeiterzufriedenheit und Personalbeschaffung.

Selbstständig angeeignetes, lückenhaftes Wissen:

Das vorhandene Wissen wurde größtenteils selbstständig angeeignet und weist Lücken auf.

Mangel an Weiterbildungen:

Es gibt kaum verfügbare Weiterbildungen im Bereich ESG, was die Herausforderungen beim Wissenserwerb verstärkt.

Neues, zusätzliches Aufgabenfeld:

Die Integration von ESG stellt ein neues und zusätzliches Aufgabenfeld dar, das Mehrarbeit mit sich bringt und teilweise auf Widerstand stößt.

Alters- und generationsabhängige Motivation:

Das Interesse und die Motivation für ESG sind alters- und generationsabhängig, wobei jüngere Beteiligte oft motivierter sind.

Fehlendes Wissen führt zu abwartender Haltung:

Das begrenzte Wissen in Bezug auf ESG führt häufig zu einer abwartenden Haltung gegenüber diesem Thema.

Ein **Portfolio-Manager** gibt zu verstehen:
„Für mich ist das fast ein komplett neues Thema. Bisher habe ich mich immer etwas gewehrt, mich damit zu beschäftigen, aber es wird unabdingbar."

Ein **Property-Manager** zeigt sein fehlendes Wissen:
„Ich kenne den Begriff ESG nicht und habe damit keine Berührungspunkte."

Ein **Asset-Manager** benennt die Herausforderung:
„Das Problem der Branche ist, dass es ein junges Thema ist und wir müssen erst einmal anfangen, die Daten richtig zu verstehen und wissen, was da wirklich dahintersteckt."

Ein **Mieter** betont seine begrenzten Fachkenntnisse:
„Ich bin kein Spezialist bei ESG und führe die Themen aus, die mir vorgegeben werden."

GENERAL KEY INSIGHT 7:
NIEDRIGE ESG-STANDARDS, WENIG ZERTIFIZIERUNGEN UND MASSNAHMEN

Die Erkenntnisse zu diesem General Key Insight „Niedrige ESG-Standards, wenig Zertifizierungen und Maßnahmen" lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Überwiegend Bestandsgebäude ohne ESG-Optimierungen:

Im Umfeld der befragten Proband:innen dominieren Bestandsgebäude, die nur begrenzte oder keine ESG-Optimierungen aufweisen, insbesondere in Bezug auf die Gebäudetechnik.

Niedrige ESG-Standards an Gebäuden:

Die Standards für ESG an Gebäuden sind generell niedrig und es werden nur isolierte, teils minimale ESG-Maßnahmen an Bestandsgebäuden umgesetzt, beispielsweise der Austausch von Leuchtmitteln oder die Dämmung.

Abstoßen von Gebäuden statt ESG-Maßnahmen:

Einige Immobilien werden bevorzugt verkauft oder abgestoßen, anstatt ESG-Maßnahmen umzusetzen.

Fokus auf Kostenersparnis und Vermietbarkeit:

Der Hauptfokus liegt auf der Kostenersparnis durch die Reduzierung des Verbrauchs und der Sicherstellung der Vermietbarkeit.

Vereinzelte ESG-Vorreiter:

Es gibt vereinzelte ESG-Vorreiter, die das Ziel verfolgen, ESG-Maßnahmen in ihr gesamtes Portfolio zu integrieren.

Mangel an Gebäudezertifizierungen:

Die Mehrheit der Gebäude ist nicht zertifiziert, da der wahrgenommene Mehrwert gering ist und Zertifizierungen zusätzliche Kosten verursachen.

Interne ESG-Bewertungen als Alternative:

Einige Unternehmen setzen auf interne ESG-Bewertungen, um die Nachhaltigkeitsleistung zu messen, und verzichten auf externe Zertifizierungen.

Beispiele für Standards und Zertifizierungen:

Einige der relevantesten Standards und Zertifizierungen in diesem Kontext sind CREEM, das EPC-Rating und Zertifizierungen durch die DGNB.

Insgesamt zeigt sich, dass es in der Branche an hohen ESG-Standards und Zertifizierungen mangelt, insbesondere bei Bestandsgebäuden. Es besteht jedoch das Potenzial für ESG-Vorreiter:innen, diese Lücke zu schließen und eine nachhaltigere Entwicklung voranzutreiben.

Ein **Asset-Manager** äußert die Hoffnung auf höhere Standards durch verstärkten (regulatorischen) Druck:
„Wenn mehr Druck kommt, werden hoffentlich auch die Standards höher."

Ein **Mieter** betont die aktuelle Irrelevanz von Zertifikaten: **„Zertifikate spielen momentan keine Rolle."**

Ein **Portfolio-Manager** beschreibt die begrenzten Maßnahmen an Bestandsobjekten:
„In Bestandsobjekten gibt es keine Sensorik. Es gibt kleinere Maßnahmen wie Beleuchtung und Dämmung, aber eigentlich machen wir wenig."

Spezifische Insights auf Zielgruppenebene

Nachdem wir im vorherigen Kapitel einen umfassenden Überblick über die zentralen Erkenntnisse gewonnen haben, die sich aus unseren Analysen und Untersuchungen über alle Zielgruppen hinweg ergeben haben, richtet sich der Fokus nachfolgend auf eine genauere Betrachtung zweier entscheidender Zielgruppen: die Mieter:innen und die Gebäudenutzer:innen. Dieses Kapitel dient dazu, tiefer in die spezifischen Bedürfnisse, Verhaltensmuster und Präferenzen dieser Zielgruppen einzutauchen.

Spezifische Insights zur Zielgruppe der Mieter:innen

Die Analyse der Zielgruppe der Mieter:innen – gemeint sind damit mietende Unternehmen – offenbarte wichtige Einblicke in deren Haltung und Verhalten im Hinblick auf ESG-Maßnahmen:

Übergreifende Erkenntnisse: Mieter:innen zeigen in Bezug auf ESG-Maßnahmen wenig Wissen und eine passive Haltung. Es werden kaum Anforderungen an die Geschäftsführung, die Mitarbeiter:innen oder die Vermieter:innen gestellt. Die Umsetzung von ESG-Maßnahmen wird als oberflächlich wahrgenommen, wobei der Schwerpunkt auf sozialer Nachhaltigkeit und Kostenreduktion liegt.

ESG-Verständnis: Das Verständnis von ESG ist begrenzt, wobei es oft als „Modebegriff" wahrgenommen wird. Unter ESG werden hauptsächlich Aspekte wie Energieeinsparung und CO_2-Reduktion sowie soziale Verantwortung im Unternehmen verstanden.

Know-how: Es fehlt an Fachwissen, obwohl es vereinzelt Ideen und Eigeninitiativen gibt. Einige Mieter:innen tauschen sich mit anderen Firmen aus, um einzelne ESG-Maßnahmen wie den Einsatz von Ökostrom oder die Installation von E-Ladesäulen im gemeinsamen Bürogebäude umzusetzen.

Relevanz von ESG im Privaten: Die meisten Proband:innen bemühen sich in ihrem privaten Leben um Nachhaltigkeit, indem sie Energie sparen, auf CO_2-Reduzierung und nachhaltige Alltagsgewohnheiten achten. Ihre Rolle in Unternehmen beschrieben sie jedoch als passiv und sie haben wenig Einfluss auf ESG-Maßnahmen.

ESG-Relevanz im Unternehmen der Mieter:innen: Die Akzeptanz von ESG-Maßnahmen innerhalb der Unternehmen muss im Laufe der Zeit wachsen, wobei kleine Schritte erforderlich sind. In den Interviews wurde durchaus auch auf Ablehnung und Belächeln seitens Kolleg:innen hingewiesen. Anforderungen aus der Belegschaft kommen demnach selten, am ehesten noch von jüngeren Mitarbeiter:innen. Ihnen ist das Thema deutlich wichtiger als den älteren. Die Mieter:innen betonen, dass Anforderungen mit den Unternehmenswerten und -zielen in Einklang stehen müssen.

ESG-Standard von Bürogebäuden: Der ESG-Standard der Bürogebäude wird von den Mieter:innen als gering bewertet. Immerhin zeigt sich, dass die Verantwortung für die Verbesserung der CO_2-Bilanz sowohl bei den Vermieter:innen als auch bei den Mieter:innen gesehen wird. Energieeinsparende Lösungen, Ressourcenmanagement, Sanierungsmaßnahmen und Zertifizierungen sind einige der genannten Aspekte.

Erste ESG-Maßnahmen: Die umgesetzten ESG-Maßnahmen reichen von Energiesparmaßnahmen wie einem bewussten Umgang mit Heizung und Lüftung bis hin zu sozialen Maßnahmen wie der Förderung einer ausgewogenen Work-Life-Balance. Viele dieser Maßnahmen sind aus gegebenen Anlässen wie der Pandemie oder Gaskrise entstanden und die Beteiligten erkennen ungenutztes Potenzial für weitere ESG-Maßnahmen. Zudem hängt die Umsetzung weiterer Maßnahmen von der Geschäftsführung ab: Diese muss klare Vorgaben für den Umgang mit ESG einführen.

Vermieter:innen sind offen gegenüber Maßnahmen, die von Mieter:innen gefordert wurden: Einigen Anforderungen und Wünsche von Mieter:innen, etwa die Installation von Solaranlagen und E-Ladesäulen oder der Austausch von Fenstern sowie andere energieeinsparende Lösungen, stehen Vermieter:innen gegenüber offen und haben deren Umsetzung ermöglicht. Damit einhergehende Kosten wurden dann in der Regel auf die Mieter:innen umgelegt.

Diese Erkenntnisse verdeutlichen, dass Mieter:innen zwar ein begrenztes Verständnis von ESG haben und dass ESG-Maßnahmen eher oberflächlich behandelt werden. Dennoch zeigt sich hier Potenzial für eine verstärkte Umsetzung. Eine engere Integration von ESG in die Unternehmensstrategie und eine gezielte Aufklärung der Mitarbeiter:innen könnten die Akzeptanz und Wirksamkeit steigern. In diesem Zusammenhang könnte es zudem Sinn ergeben, eine digitale Lösung einzusetzen, um die Anliegen der Mieter:innen anzugehen und gleichzeitig einen positiven Beitrag zu ESG-Themen zu leisten. Dies könnte dazu beitragen, die Mieter:innen aktiv in den Prozess der nachhaltigen Immobilienentwicklung einzubinden.

Spezifische Insights zur Zielgruppe der Gebäudenutzer:innen

Die Untersuchung der Zielgruppe der Gebäudenutzer:innen – gemeint sind die Mitarbeiter:innen der Unternehmen, die das Gebäude als Arbeitsort nutzen – ergab eine Vielzahl interessanter Erkenntnisse:

Übergreifende Erkenntnisse: Bei den meisten Gebäudenutzer:innen besteht keine dedizierte ESG-Relevanz in ihren Unternehmen, und das Verständnis für ESG ist gering. Die Aspekte Umwelt, Klimafreundlichkeit und gute Infrastruktur stehen im Vordergrund.

Know-how: Es fehlt an Fachwissen und Erfahrungen im Bereich ESG, obwohl vereinzelt Ideen und Interesse vorhanden sind. Informationen werden hauptsächlich durch Medien, Nachrichten und Zeitungen gewonnen.

Relevanz von ESG im Privaten: Gebäudenutzer:innen sehen persönliche Vorteile im nachhaltigen Handeln, beispielsweise im Zuge von Energieeinsparungen und einem positiven Beitrag zum Umweltschutz. Sie sind offen für weitere Maßnahmen, betreiben jedoch keinen Aktivismus.

Relevanz von ESG im Unternehmen: Nachhaltigkeit wird als immer wichtiger erachtet, vor allem im Hinblick auf Energieeffizienz und Kosteneinsparungen. Das Kosten-Nutzen-Verhältnis muss jedoch stimmen. Außerdem ist der Energieverbrauch für die Mitarbeiter:innen oft nicht transparent.

Relevanz von ESG im Zusammenspiel Mitarbeiter:in – Geschäftsführung: Die Mitarbeiter:innen legen persönlich Wert auf Nachhaltigkeit und bringen teilweise eigene Initiativen ein. Insbesondere jüngere Mitarbeiter:innen haben gute Ideen. Die Geschäftsführung ist offen für Ideen, aber die Umsetzung muss sinnvoll sein. Hier entsteht häufig eine Diskrepanz, die offener Kommunikation bedarf, um beide Perspektiven zusammenzubringen.

ESG-Maßnahmen: Die ersten ESG-Maßnahmen umfassen Energiesparen, soziale Aspekte wie Online-Meetings, Mülltrennung und die Verwendung von nachhaltigen Materialien.

Generell zeigen die Ergebnisse, dass Gebäudenutzer:innen ein gesteigertes Bewusstsein für ESG entwickeln. Sie sind offen für Veränderungen und die Umsetzung von Maßnahmen, solange diese sinnvoll und komfortabel in der Nutzung sind. Es besteht jedoch ein Bedarf an Bildung und Aufklärung im Bereich ESG, um das Verständnis und die Umsetzung weiter zu fördern.

Fazit

Das vorliegende Whitepaper wirft wichtige Schlaglichter auf die Herausforderungen und den Status quo der Integration von ESG in die Immobilienbranche auf. Die vorgestellten Erkenntnisse basieren auf umfangreichen Tiefeninterviews mit verschiedenen Akteur:innen der Branche. Zum Einsatz kommen Methoden wie der Double-Diamond-Ansatz und Design Sprints, um Einblicke zu gewinnen und innovative Lösungen zu entwickeln. Die folgenden Schlüsselerkenntnisse sind hervorzuheben:

FEHLENDE DATENBASIS

Ein Hauptproblem in der Immobilienbranche ist die mangelnde Datenverfügbarkeit und -qualität, was zu einem erheblichen Zeitaufwand und Kosten führt.

VARIIERENDE ROLLEN UND AUFGABEN

Es gibt erhebliche Unterschiede in den Rollen und Aufgaben der Akteur:innen in der Immobilienbranche, was eine flexible Herangehensweise an ESG-Initiativen erfordert.

KOMPLEXE ZUSAMMENARBEITSSTRUKTUR

Die Branche ist durch eine komplexe Zusammenarbeitsstruktur gekennzeichnet, bei der verschiedene Stakeholder aus verschiedenen internen und externen Bereichen beteiligt sind.

ESG IN DEN KINDERSCHUHEN

Die Integration von ESG in Unternehmen der Immobilienbranche steht noch am Anfang und wird durch mangelnde Standards, begrenztes Wissen und eine abwartende Haltung herausgefordert.

FINANZIELLE PERFORMANCE ALS HAUPTTREIBER

Die finanzielle Performance hat oberste Priorität, was die Bedeutung von Kostenersparnissen und Vermietbarkeit betont.

GERINGES KNOW-HOW, VERSTÄNDNIS UND AUSBILDUNG

Es herrscht ein niedriges Wissensniveau in Bezug auf ESG, insbesondere im sozialen Bereich, und es mangelt an Ausbildungsmöglichkeiten.

NIEDRIGE ESG-STANDARDS, WENIG ZERTIFIZIERUNGEN UND MASSNAHMEN

Die meisten Gebäude weisen niedrige ESG-Standards auf, und Zertifizierungen sind selten, obwohl es ESG-Vorreiter:innen gibt.

Zusätzlich zu diesen generellen Erkenntnissen bietet das Whitepaper spezifische Einblicke in die Zielgruppe der Mieter:innen und der Gebäudenutzer:innen, die ein begrenztes Verständnis von ESG haben und teilweise eine passive Haltung gegenüber ESG-Maßnahmen zeigen, während der Fokus auf sozialer Nachhaltigkeit und Kosteneinsparungen liegt. Die Befragten betonen zudem, dass ESG-Maßnahmen auf Akzeptanzprobleme stoßen und die Anforderungen an Nachhaltigkeit oft von den Unternehmenszielen abhängen. Zudem ist anzumerken, dass das Thema ESG bei beiden Zielgruppen in der Regel eher im Unternehmenskontext verstanden wird und selten in Verbindung mit dem Gebäude gebracht wird.

Insgesamt zeigt das Whitepaper, dass die Immobilienbranche vor erheblichen Herausforderungen steht, aber auch Chancen für Innovation und Fortschritt bietet, insbesondere im Hinblick auf die Integration von ESG. Es ist jedoch klar, dass ein Umdenken und verstärkte Anstrengungen erforderlich sind, um die Nachhaltigkeit und Effizienz der Branche voranzutreiben.

Kurzportrait

RUN THIS PLACE

Hinter der Produktmarke Run this place mit ihren Features rund um den Arbeitstag steht das in Hamburg angesiedelte Technologie-Spin off der Union Investment, die einer der größten Asset-Manager in Europa ist. Wir vereinen das Beste aus verschiedenen Welten: ein tiefgreifendes Verständnis für Gewerbeimmobilien, für die Bedürfnisse von deren Nutzer:innen sowie eine ausgeprägte technologische Expertise. Dadurch können wir smarte digitale Lösungen für attraktive Arbeitsumgebungen und zukunftsfähige Immobilien entwickeln.

Unsere Arbeit wird unaufhaltsam flexibler und individueller, die Anforderungen an Arbeitsorte und Immobilien verändern sich. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, diesen Wandel nicht nur zu begleiten, sondern ihn aktiv zu gestalten. Mithilfe moderner Technologie schaffen wir digitale Services, die klassische Arbeitsroutinen aufbrechen und vereinfachen.

Wir stellen die Nutzer:innen in den Fokus und machen aus Bürogebäuden Orte, an denen sie sich gern treffen, um das Unternehmen voranzubringen.

KONTAKT

Laura Bohnenkamp

Product Strategy Manager
Laura.Bohnenkamp@run-this-place.com

Katja Gutjahr

Senior Manager User Experience
Katja.Gutjahr@run-this-place.com

Run this place

run-this-place.com

Kurzportrait

SUSTECO

Mit der susteco solutions GmbH, einem Tochterunternehmen der Bosch-Gruppe, präsentiert Bosch Building Technologies eine neue Plattform für die Immobilienbranche. Diese Plattform nutzt innovative Technologie, um Daten aus und von Gebäuden und aus Dienstleistungen von Drittanbietern zu erfassen, zu strukturieren und zu verarbeiten. Susteco bietet eine zuverlässige Lösung und hat die langfristige Vision, Immobilienportfolios effizienter zu verwalten und dabei besonderes Augenmerk auf die heutigen Herausforderungen rund um das Thema Nachhaltigkeit mit Fokus auf Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen (ESG) anzugehen. Bosch Building Technologies, ein erfahrener Akteur der Gebäudetechnik und Immobilienbranche, bringt jahrzehntelange Erfahrung mit.
Als fokussiertes und noch agileres Unternehmen kombinieren wir ein tiefes Verständnis für geschäftliche Anforderungen mit technischem Fachwissen.

Durch die Schaffung eines datengesteuertem Ökosystems bieten wir allen Beteiligten in der Immobilienbranche bessere Zugangsmöglichkeiten zu Daten, datenbasierten Erkenntnissen und innovativen Werkzeugen. Diese helfen, bessere Entscheidungen zu treffen, Kosten zu senken, Wachstum zu vorantreiben und die Zusammenarbeit in der Immobilienbranche zu fördern.

KONTAKT

Habib Modabber
COO / CPO
habib.modabber@sust.eco

Susteco
A Bosch Company