

NB **GUIDE**
FACILITY MANAGEMENT



2020

Ihr persönlicher Leitfaden für
intelligente Gebäudetechnik.

www.newbusiness.at



Facility Management

Intelligent und wirtschaftlich.
Unser Auftrag! Unsere Werte!

Individuelle Facility-Lösungen sichern Ihnen optimale Abläufe. Aber auch mehr Wirtschaftlichkeit und Wertsteigerung. Wir gehen für Sie den einen Schritt weiter.

WISAG heißt Wertschätzung! WISAG heißt Einsatz! WISAG heißt bunt!



EINE GEFÜHLTE EWIGKEIT

Gerade noch war Winter, und eigentlich lief alles in geordneten Bahnen. Man freute sich auf den Frühling. Dann wurde durch das Coronavirus alles über den Haufen geworfen.

Gibt es derzeit ein anderes Thema als Covid-19? Nein und ja.

Nein, denn wir sind alle davon betroffen. Gerade auf der Facility-Management-Branche und auf ihren Mitarbeitern lastet viel Druck. Sie halten weiterhin den Betrieb aufrecht und sorgen unter anderem für die besonders dieser Tage so wichtige Sauberkeit und Hygiene. Es sind gewaltige Herausforderungen, die jetzt in diesem wie in vielen anderen Bereichen gemeistert werden müssen.

ES WIRD WEITERGEHEN

Ja, weil es natürlich auch nach dieser weltweiten Krise weitergehen wird. Wie, darüber lässt sich nur spekulieren. Was man annehmen darf: Der Stellenwert von Hygiene wird ganz sicher nicht abnehmen. Viel eher wird das Gegenteil der Fall sein. Auch hieran werden die Facility-Management-Dienstleister großen Anteil haben.

Viele Beiträge in dem Guide, den Sie gerade in Händen halten, sind entstanden, bevor sich die Schwere der Lage in den Köpfen der meisten Menschen in Österreich – auch in unserer Redaktion – manifestiert hat. Vielleicht können Sie das nachvollziehen: Die Zeit „davor“ fühlt sich schon heute an, als wäre sie eine Ewigkeit

her, nicht erst ein paar Tage oder Wochen. Wichtige Messen und Veranstaltungen wie die Light + Building in Frankfurt wurden verschoben oder gleich ganz abgesagt. Ein „normaler Betrieb“ ist aktuell nirgends mehr vorstellbar. Es herrscht Ausnahmezustand. Nicht nur metaphorisch, wie er sonst so gern kokett gebraucht wird. Das relativiert viele Dinge und verändert Sichtweisen nachhaltig.

Zum Beispiel ist es unwahrscheinlich, dass Sie heute in einen Aufzug voller Menschen steigen würden. Die Studie über das Aufzugsverhalten Österreichs, von der Sie auf Seite 36 lesen können, würde ganz andere Ergebnisse zutage fördern, wenn man sie heute – oder nächstes Jahr – durchführen würde.

Aber ich bin ganz sicher, dass wir alle, wenn diese Krise gemeistert ist, auch wieder unbesorgt in volle Aufzüge einsteigen werden können. Dann werden diese Tage der Ungewissheit eine gefühlte Ewigkeit weit weg erscheinen – so wie jetzt die im Vergleich dazu unbeschwerten Tage davor. Ihre Spuren werden sie aber auf jeden Fall hinterlassen. ■

Bleiben Sie gesund!

Das wünscht Ihnen

Rudolf N. Felser,
Chefredakteur NEW BUSINESS Guides



Foto: NEW BUSINESS

16



28



36

Editorial. Von Rudolf Felser 03

Vorwort. Von Doris Bele, M.Sc., und DI (FH) Manuel Radauer..... 06

Neuigkeiten aus der FM-Welt. Projekte, Partnerschaften & Services 08

Upgecycelt & global. Der Gegentrend zur Urbanisierung heißt Glokalisierung..... 16

Ein sauberer Erfolg. Vergangenheit und Zukunft der REIWAG Gruppe 22

Schlüssellos gesichert. Interview mit Wilfried Hirmann, CEO von ESSECCA 28

Der Aufzug und du. Studie über das heimische „Aufzugsverhalten“ 36

Höchste Sauberkeit. WISAG säuberte Glasfassade eines 246 Meter hohen Turms.... 42

Architektur spricht. Interview mit Samina Gheorghe, moodley design group 44

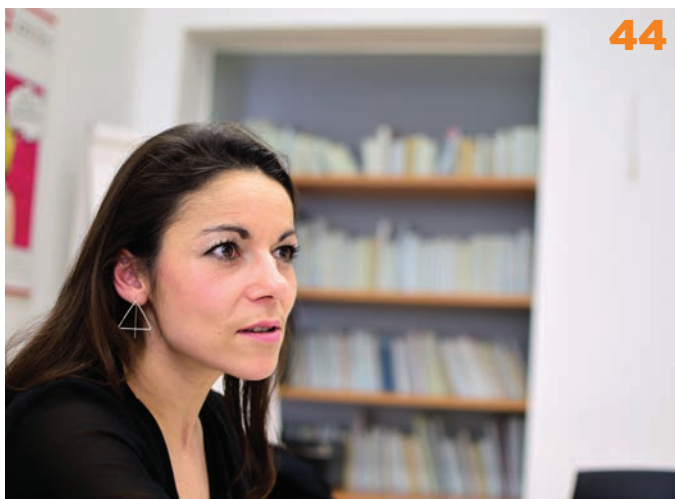
Lingua franca. International Building Performance & Data Standard in Entwicklung.. 52

Flexible Lichtlösung. Beckhoff TwinCAT 3 Lighting Solution setzt auf Vereinfachung 56

Der Schuh soll passen. Standard „Connected Home over IP“ für das Smart Home.... 58

Digitale Poststelle. Mailroom Tracking beim Österreichischen Roten Kreuz..... 60

Die Krise meistern. Hebel für das CREM in schwierigen Zeiten 62



44



52



56



58



62

Fotos: Gino Crescoli/Pixabay (16), Salto (28), Manfred Sodja (36), RNF (44), IBPDI/Getty Images (52), Beckhoff (56), Gerd Altmann/Pixabay (58+62)

IMPRESSUM

Medieneigentümer-, Herausgeber- und Chefredaktionsanschrift: NEW BUSINESS Verlag GmbH, Otto-Bauer-Gasse 6/4, 1060 Wien, Tel.: +43/1/235 13 66-0, Fax: +43/1/235 13 66-999, info@newbusiness.at **Geschäftsführung:** Lorin Polak **Chefredaktion:** Rudolf Felser **Art-Direktion:** Genious Graphics Gabriele Sonnberger **Anzeigenleitung:** Lorin Polak **Lektorat:** Julia Teresa Friehs **Coverfoto:** Adobe Stock/Fiedels **Verlagspostamt:** 1060 Wien **Druck:** Hofeneder & Partner GmbH. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach §44 Abs 1 und 2 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten.



WENN KRISEN ZU CHANCEN WERDEN

2020 wird uns allen sicherlich noch einige Zeit in Erinnerung bleiben. Ein Jahr, in dem für Wochen das öffentliche Leben beinahe zum Stillstand gebracht wird und die Ungewissheit über die sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen von Tag zu Tag wächst. Gleichzeitig kann dieses Jahr der außerordentlichen Herausforderungen auch das Jahr der Chancen sein.

Im Jänner, als noch alles „normal“ erschien, hat sich die Branche mit den alltäglichen Herausforderungen beschäftigt. Man konnte sich auf die Kernaufgaben des Facility Managements konzentrieren. So hieß es, Nutzerwünsche zu berücksichtigen. Vorstellungen und Wünsche der Nutzer unterscheiden sich stark nach dem jeweiligen Gebäudetyp. Hier ergibt es Sinn, bereits zu Beginn ein Betriebskonzept zu entwickeln, das genau diesen Nutzerwünschen entspricht. „Das ist im Prinzip eine Integration und Koordination aller erforderlichen Dienstleistungen, um eben diese Nutzerwünsche zu erfüllen“, so Doris Bele, Vorstandsvorsitzende der FMA. Laut Bele ist außerdem Transparenz ein sehr wichtiger Faktor für Kundenzufriedenheit: „Zwischen den Vertragspartnern sollte eine eindeutige und transparente Kommunikation erreicht werden. Die Leistungen und Kosten sollten stets übersichtlich für alle zur Verfügung stehen.“ „Weiters setzen wir auf intelligente Gebäudetechnik. Hier kommt es immer darauf an, ob ein Gebäude gemietet ist oder ob es im Eigentum steht. Bei gemieteten Objekten wird man wahrscheinlich nicht so viel in ein vernetztes System investieren wie bei einem eigenen Gebäude“, erklärt Doris Bele. „Die Sensorik ist gerade in aller Munde und sicherlich auch wichtig für ein gutes Gebäudemanagement. Große Vorteile bringt auch das Building-Information-Modeling, also sozusagen der digitale Zwilling eines Gebäudes, mit sich. Dadurch können Abläufe besser koordiniert werden, und die Kommunikation zwischen den Dienstleistern kann optimiert werden.“

So seien an dieser Stelle nur zwei Themenbereiche kurz angerissen. Wie sich unser Leben, sowohl in beruflicher als auch in privater Hinsicht, in der nahen Zukunft verändern wird, können wir heute noch nicht sagen. Was sich allerdings bereits jetzt abzeichnet, ist, dass einmal mehr der Mensch und vor allem seine Gesundheit an oberster Stelle stehen. Im gleichen Atemzug sei allerdings die Digitalisierung genannt, welche mit Sicherheit noch mehr an Bedeutung gewinnen wird.

Gerade im Facility Management ist die Digitalisierung von Prozessen essenziell – und schon in vollem Gange. Ohne die Digitalisierung von Prozessen ist moderne Gebäude-

bewirtschaftung nicht mehr realisierbar, begonnen bei der Auftragsplanung bis hin zum Anlagenmanagement. Eine digitale Wirtschaft sei unangreifbarer gegen „analoge Krisen“ wie das Coronavirus. Ein Digitalisierungsschub in den Unternehmen sei somit unumgänglich, sagen Experten. Die Digitalisierung bringt aber immer auch ein gewisses Risiko mit sich. Cyber-Security und Datenschutz sind neue Themen, mit denen sich auch FM-Unternehmen beschäftigen müssen. Personenbezogene Daten müssen sicher erfasst, gespeichert und verwendet werden. Neben der nötigen Investitionsbereitschaft gilt das für Unternehmer als großes Hemmnis bei der Digitalisierung.

Das Homeoffice nimmt einen großen Stellenwert ein und prägt die neuen Arbeitswelten maßgeblich. Doch was passiert, wenn kurzfristig alle Mitarbeiter ins Homeoffice müssen? Wie sieht es mit der dafür notwendigen Infrastruktur und Technik aus? Wie gehen wir mit unseren Dokumenten und Informationen um, wenn diese nur in analoger Papierform im Büro verfügbar sind? Dennoch wird der Homeoffice-Gedanke immer interessanter werden. Büroflächen können eingespart und Wegzeiten optimiert werden. Mitarbeiter schätzen die Freiheit der Arbeit von zu Hause.

Darüber hinaus liegt in der aktuellen Krise eine große Chance, den Stellenwert und die Wahrnehmung der FM-Branche maßgeblich zu steigern. „Die aktuelle Situation zeigt deutlich, welchen essenziellen Mehrwert das Facility Management und damit verbundene Services generieren: So werden beispielsweise der Betrieb und die Hygiene in Krankenhäusern sichergestellt und auch kritische Infrastrukturen am

Leben erhalten. Tausende Mitarbeiter der Branche beweisen tagtäglich, dass sie zu den Helden des Alltags gehören“, so Manuel Radauer, Präsident der IFMA Austria.

FM-DAY 2020, 23. SEPTEMBER, PARK HYATT VIENNA

Ausgehend davon, dass sich die Lage bis Herbst wieder entspannt hat, arbeiten wir unermüdlich daran, Ihnen auch heuer einen attraktiven FM-Day präsentieren zu können.

Mehr denn je gewinnt die Aussage „Krisen bringen Chancen“ an Bedeutung. Gemeinsam mit Ihnen möchten wir an unserem sechsten Facility Management-Day einen Blick zurück werfen, aber auch in die Zukunft schauen.

Das ursprüngliche Motto des diesjährigen FM-Days lautete „Innovation leben. Chancen nutzen“. Aufgrund der Entwicklungen der letzten Wochen haben wir verstanden, dass die Krise nicht nur unser derzeitiges Leben auf den Kopf stellt, sondern wir auch das Motto entsprechend anpassen möchten. Und so haben wir uns dazu entschlossen, das heurige Motto wie folgt abzuändern: „Veränderung leben. Chancen nutzen“. Neben den geplanten Schwerpunktthemen „DigiFM“, „FM meets HR“ und „FM for Future“ werden wir auch auf die ersten Erkenntnisse aus der Corona-Krise und deren Auswirkungen eingehen.

Es würde uns sehr freuen, wenn wir Sie am 23. September wieder zu unseren Begleitern bzw. Gästen zählen dürfen. ■

In diesem Sinne, bleiben Sie gesund, wir freuen uns auf Sie – Ihr Netzwerk für Facility Management in Österreich.

Doris Bele, M.Sc.
Vorstandsvorsitzende, FMA



DI (FH) Manuel Radauer
Präsident, IFMA Austria



NEUIGKEITEN AUS DER FM-WELT

Interessante Projekte, spannende Partnerschaften, nützliche Services – in der Welt des Facility-Managements tut sich immer etwas Neues. Wir haben ein paar der Rosinen aus dem Kuchen der vergangenen Monate gepickt und präsentieren sie Ihnen auf den folgenden Seiten.



HOLZMASSIVBAU AUF PACHTGRUND

Der oberösterreichische Projektentwickler wert.bau hat sein bislang größtes Bauvorhaben abgeschlossen. Es handelt sich um einen zweiteiligen Holzmassivbau in der Morogasse in Klagenfurt, der in Zusammenarbeit mit der Firma Pointinger Bau in einer umweltschonenden und ökologisch hochwertigen Holz-

massivbauweise errichtet wurde. Alle 56 Eigentumswohnungen wurden über den Generalvertriebspartner ÖKO Wohnbau an Investoren verkauft und nach der Fertigstellung im Februar 2020 vermietet. Das Gesamtinvestitionsvolumen beträgt 8,39 Millionen Euro. Das Besondere an dem „all-in99“-Konzept ist, dass die Grundstücke nicht gekauft, sondern nach dem österreichischen Baurechtsgesetz von der Landwirtschaftskammer Kärnten für 99 Jahre gepachtet werden. ■

SMART LIGHTING FÜR SMARTES AMS-BÜRO

Kapsch hat vergangenes Jahr das neue Callcenter der AMS-Serviceline mit einer umfassenden Smart-Lighting-Lösung ausgestattet, für die 860 regulierbare LED-Lampen mit 860 Sensoren, die Parameter wie die Präsenz im Raum und die Sonneneinstrahlung messen können, im Büro in der Wiener Prandaugasse installiert wurden. Für das Facility-Management vereinfacht das System die Handhabung und den Betrieb des Beleuchtungssystems, außerdem kann der Energieverbrauch gesenkt werden. Facility-Manager steuern das System zentral oder über einen Remote-Zugriff. Mit der vorhandenen Sensorik und der dahinter liegenden Intelligenz ließe sich noch mehr machen: z.B. Temperaturmessung für die Heizung, automatische Arbeitsplatzbuchungen für Shared-Desk-Ansätze oder die Freigabe nicht benutzter Meetingräume. ■



WENIGER CO₂ IM FACILITY-MANAGEMENT

Der Deutsche Verband für Facility-Management GEFMA, die Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, die Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin sowie Unternehmen aus der Praxis kooperieren in einem Forschungsprojekt für Carbon-Management (CarMa), um ein IT-Tool für die Messung, Vergleichbarkeit und Reduzierung von CO₂-Werten auszuarbeiten. Das Tool „carbonFM“ analysiert und berechnet den CO₂-Ausstoß, generiert durch die Ausführung von Facility-Services, unter Beachtung der Betriebsmittel, der Betriebsstoffe, der Transporte und des Overhead. So sollen Reduktionspotenziale identifiziert und anschließend Maßnahmen zu deren Erschließung ergriffen werden. Diese können z. B. die Optimierung von Abläufen oder den Einsatz von alternativen Betriebsmitteln oder -stoffen umfassen. Dabei wird das Ziel verfolgt, die CO₂-Emissionen des Service zu minimieren und einen Beitrag zu einem umweltfreundlichen Facility-Management zu leisten. „In der Vergangenheit haben wir sehr viel über nachhaltige Gebäude gehört, aber leider nichts über den nachhaltigen Gebäudebetrieb. Das war der Startschuss für das Projekt CarMa“, so Prof. Dr. Andrea Pelzeter von der HWR Berlin.



3



4

INTELLIGENTES GESCHIRR

Dussmann Service, Multidienstleister rund ums Gebäude mit langjähriger Erfahrung in der Betriebsgastronomie, bringt mit „E-plate“ eine neue digitale Lösung für die Systemgastronomie auf den Markt. Gemeinsam mit avus Service, einem Softwareentwickler aus Stuttgart, und Bauscher, Experte für Porzellan aus Weiden, wird E-plate Unternehmen mit großen Betriebsrestaurants angeboten.

Auf Basis der RFID-Technik wird über einen im Geschirr eingebauten Chip automatisch bezahlt. Dazu sind jeder Teller und jedes Glas mit einem Chip versehen. Der Chip ist versiegelt und soll unempfindlich gegenüber Feuchtigkeit, Vibrationen, Schmutz und Temperaturen bis 85 Grad Celsius sein. Der angeordnete Teller wird über einen in der Theke integrierten Antennenplatz gereicht. So gelangt die Chip-ID an die Kasse und wird dort dem richtigen Preis zugeordnet. Dieses Prinzip kommt auch bei der Selbstbedienung und bei den Getränken zur Anwendung. An der Kasse wird der Chip ausgelesen.

Fotos: ÖKO-Wohnbau (1), Kapsch (2), Gerd Altmann/Pixabay (3), Dussmann Service/Bytewood (4)



1

RUCKZUCK TROCKENE HÄNDE

Dyson hat den Händetrockner Dyson Airblade 9kJ auf den Markt gebracht, eigenen Angaben zufolge der „schnellste und energieeffizienteste Händetrockner mit HEPA-Filter“. Angetrieben wird er durch den Dyson-Digitalmotor V4, der sich mit bis zu 75.000 U/min dreht und Luft mit bis zu 624 km/h durch zwei Öffnungen bläst. So werden 23 Liter Luft pro Sekunde bewegt. Dadurch sind Hände in rund zehn Sekunden trocken, verspricht der Hersteller. „Time of Flight“-Sensoren erfassen die Hände, um dann Luft innerhalb kürzester Zeit freizusetzen. Das erlaubt eine berührungslose Bedienung. Der Händetrockner Dyson Airblade 9kJ verbraucht im energiesparendsten Modus 9,1 Kilojoule Energie pro Trocknungsvorgang und kostet rund 1.100 Euro (netto UVP).

ELYFANT BRINGT MEHR UMSATZ

Das Immobilienportal Elyfant.at hat einen B2B-Marktplatz gestartet. Die Idee: Makler und Wohnberater aus den Bereichen Bauen, Finanzieren, Versichern, Wohnen, Renovieren, Umzug etc. können kooperieren. Über die Makler kommen die Zulieferunternehmen mit den Immobiliensuchenden in Kontakt, und der Makler kann seinen Umsatz verbreitern. So kann der Makler dem Interessenten bei einer Besichtigung z. B. Rabatt beim Kauf einer Küche anbieten, eine Finanzierung für die Immobilie vorschlagen und einen Gutschein einer Umzugsfirma weitergeben. Umgekehrt können die Zulieferer auch Wohnungskunden an den Makler übermitteln, wenn er das Objekt freigibt. Der Kunde erhält einen Mehrwert vom Makler und bekommt im besten Fall gleich ein Gesamtpaket angeboten.



2

PREISGEKRÖNTE PROPTech-LÖSUNG

Im Vorfeld des im vergangenen November an der Technischen Universität Wien stattgefundenen IFM-Kongresses präsentierten die besten vier Teilnehmer der Innovation Challenge 2019 ihre innovativen Lösungen im Bereich „Digitalisierung & Innovation in der Immobilienbranche“. Die eingeladenen Unternehmen Spaceti, Pockethouse, Spacewarp und iDWELL wurden von einer hochkarätigen Fachjury sowie von den Zuschauern bewertet. Das 2017 von Alexander Roth (Bild) gegründete PropTech iDWELL konnte mit seiner SaaS-CRM-Software für den Immobilienbereich sowohl Jury als auch Publikum überzeugen und stand damit am Ende als Sieger der Innovation Challenge 2019 fest. Schon zuvor sicherte sich iDWELL die Auszeichnung „Best PropTech Startup 2019“ der Austrian PropTech Initiative. Die Software iDWELL bündelt alle Kommunikationskanäle auf einer Plattform, erhöht die Effizienz der Kommunikation zwischen Immobilienverwaltungen, Bauträgern, Vermietern, Dienstleistern und Bewohnern und bietet mit einer Mobile App die Möglichkeit, jederzeit und überall auf alle wichtigen Dokumente und Informationen rund um eine Liegenschaft zuzugreifen. ■



3

4



GUT BERATEN

Fellner Wratzfeld & Partner Rechtsanwälte GmbH (fwp) hat unter der Federführung von fwp-Partner Rudolf Pekar (Bild) die Bundesimmobiliengesellschaft m.b.H. (BIG) bei der Strukturierung und Vergabe einer der ersten Innovationspartnerschaften in Österreich beraten. Innovationspartnerschaften sind im Jahr 2018 eingeführte Vergabeverfahren, bei denen nach Durchführung des eigentlichen Vergabeverfahrens zur Beauftragung der Vertragspartner gemeinsam mit einem oder mehreren Unternehmen innovative Leistungen entwickelt werden, die der öffentliche Auftraggeber dann direkt ohne neuerliches Vergabeverfahren beziehen kann. Die Innovationspartnerschaft der BIG im Bereich Softwareentwicklung wurde mit mehreren Unternehmen abgeschlossen. Das Ziel besteht in der Entwicklung eines innovativen elektronischen Verwaltungstools im Bereich Objekt und Facility-Management zur besseren Vernetzung der verschiedenen Stakeholder-Ebenen. ■

Fotos: Dyson (1), Jens Neumann/Pixabay (2), iDWELL (3), Felicitas Matern (4)



JOINT VENTURE VON APLEONA UND GENERALI

Apleona Real Estate Management und Generali Real Estate S.p.A. managen künftig gemeinsam die Anlageimmobilien der Generali Österreich. Dazu wurde eine Vereinbarung zur Gründung eines Joint Ventures mit dem Namen Apleona Real Estate Management AT GmbH geschlossen. Das Joint Venture ist als langfristige Partnerschaft ausgelegt und wird exklusiv mit dem Property-Management für das Portfolio der Generali Österreich beauftragt. Dieses umfasst eine Vielzahl von direkt gehaltenen Immobilien unterschiedlicher Asset-Typen – von Handel und Büro über Wohnungen bis hin zu Mischnutzungen. Der Großteil davon befindet sich in Wien, der Rest verteilt sich auf andere österreichische Ballungszentren wie Salzburg, Graz, Innsbruck, Bregenz und St. Pölten. ■

partnerschaft ausgelegt und wird exklusiv mit dem Property-Management für das Portfolio der Generali Österreich beauftragt. Dieses umfasst eine Vielzahl von direkt gehaltenen Immobilien unterschiedlicher Asset-Typen – von Handel und Büro über Wohnungen bis hin zu Mischnutzungen. Der Großteil davon befindet sich in Wien, der Rest verteilt sich auf andere österreichische Ballungszentren wie Salzburg, Graz, Innsbruck, Bregenz und St. Pölten. ■

GIMV ÜBERNIMMT GEMA

Die Investmentgesellschaft Gimv erwirbt eine Mehrheitsbeteiligung an der Firmengruppe Köberl, zu der die Fink Gebäudetechnik GmbH & Co. KG, die GEMA Gebäudemanagement GmbH & Co. KG sowie die SGM Süddeutsche Gebäudemanagement GmbH gehören.

Mit insgesamt rund 350 Mitarbeitern erzielt die Köberl Gruppe eine Gesamtleistung von über 60 Millionen Euro mit Gebäudetechnik- und Gebäudemanagementleistungen im süddeutschen Raum. Die Beteiligungsgesellschaft will das weitere Wachstum der Gruppe kontinuierlich und nachhaltig vorantreiben. Dazu soll der Fokus auf der Stärkung der Eigenleistung, der regionalen Expansion sowie der Forcierung der Digitalisierung liegen.

Zudem soll die Gimv-Beteiligung auch ein anorganisches Wachstum der Gruppe ermöglichen. ■



SORAVIA KAUFT SIPEKO

Die Expansion von SORAVIA schreitet voran: SIPEKO Sicherheitstechnik ist ein Linzer Anbieter für die Installation, Wartung, Projektierung, Servicerung und Reparatur in den Bereichen Brand-, Zutritts- und Alarmanlagen sowie Videoüberwachung. Im November 2019 wurde SIPEKO zu 100 Prozent von SORAVIA übernommen und in die SORAVIA-Tochter



3

ADOMO Beteiligungs GmbH integriert. Die ehemaligen Eigentümer verbleiben weiter im Team der SIPEKO. ADOMO bündelt das Dienstleistungsportfolio von SORAVIA in den Bereichen Asset-, Property- und Facility-Management. Die spezialisierten Unternehmen unter dem Dach von ADOMO decken österreichweit die Geschäftsbereiche Sicherheitstechnik, Gebäudereinigung, Schädlingsbekämpfung, Hausbetreuung, Hausverwaltung, Immobilienvermarktung und -beratung sowie Energie- und Gebäudemanagement ab. Im Jahr 2018 erwirtschaftete ADOMO einen Umsatz von mehr als 50 Millionen Euro. (Im Bild v.l.n.r.: Alexander Pühringer, Prokurist SIPEKO, Matthias Wechner, CEO ADOMO, Elmar Fichtinger, Prokurist SIPEKO)

Fotos: Lea Titz, Markus Guschelbauer (1), Alexas Fotos/Pixabay (2), SORAVIA/Peter C. Mayr (3), aymane jidi/Pixabay (4)

4



STRABAG PFS BIG IN BERLIN

Die STRABAG Property and Facility Services konnte zwei Neuaufträge für das Betreiben und Störungsmanagement verschiedener Berliner Bundesministerien gewinnen. Die Leistung der STRABAG PFS für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) beinhaltet hauptsächlich das infrastrukturelle Facility-Management (IFM). Für das BMFSFJ wurde der Vertrag

zum 1. Februar 2020 über zwei Jahre mit der Option auf zweimalige Verlängerung geschlossen. Für das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) im Europahaus und für die Stiftung Flucht, Vertreibung, Versöhnung (SFVV) im Deutschlandhaus werden vorwiegend technische Facility-Management-Leistungen (TFM) abgerufen. Am 1. Jänner 2020 übernahm STRABAG PFS das Gebäudemanagement für das BMZ und die Stiftung für fünf Jahre mit der Option auf weitere fünf Jahre Verlängerung.

„IN DER PRODUKTIONSHALLE SOLL DIE LUFT GENAUSO SAUBER SEIN WIE IM BÜRO“

Kappa Filter Systems stellt Systeme und Anlagen zur industriellen Luftreinhaltung und Energierückgewinnung her. Dabei hat sich Kappa auf die möglichst vollständige Abscheidung industrieller Emissionen bei gleichzeitig minimalem Energieeinsatz spezialisiert.

Zudem setzt Kappa auf ein hochwertiges und benutzerfreundliches Industriedesign. Diese drei Säulen fasst Kappa in seiner Vision „The Future Has Zero Emissions“ zusammen. Sie sorgen dafür, dass Kappa-Anlagen nicht nur die beste Funktion erfüllen, sondern auch langfristig die kostengünstigsten sind.

VISION FÜR DIE INDUSTRIE VON MORGEN

„Wir stellen hohe Ansprüche, die weit über die gesetzlichen Vorgaben und pragmatische Lösungen hinausgehen. In der Produktionshalle soll die Luft so sauber sein wie in den Büros. Daran orientieren wir uns bei unserer täglichen Arbeit. Nur so kann zukünftig der Bedarf an hochqualifizierten Fachkräften in der Industrie gedeckt werden“, sagt Maximilian Hauer, Marketing Manager von Kappa.



Kappa stellt hohe Ansprüche an seine Arbeit. Damit kreiert Kappa hochwertige abluft-, raumluft- und energietechnische Lösungen, die langfristig auch die wirtschaftlichsten sind – mit dem Bonus maximaler Sicherheit, mit optimalem Komfort und zukunftsweisender Ästhetik.

BEI SYSTEMEN VON KAPPA SIND ALLE KOMPONENTEN AUF EINANDER ABGESTIMMT – ETWA BEIM KAPPA A.I.R.™

Das System sorgt für optimale Luftqualität und Behaglichkeit in der Produktionshalle, indem es die gesamte Fertigung zugfrei mit sauberer, frischer Luft versorgt. Dabei vereint Kappa A.I.R.™ Ablufttechnik, Raumlufttechnik und Energietechnik in einem System. Alle Komponenten arbeiten Hand in Hand. Das steigert die Funktion, Wirtschaftlichkeit und den Komfort.

Die emissionsbelastete Abluft wird vollständig – und nicht nur punktuell – aus der Halle abgeführt. Die Emissionen werden nach neuestem Stand der Technik hochgradig und wirtschaftlich abgeschieden. Die mitgeführte Abwärme kann so zu einem hohen Grad rückgewonnen werden. Richtig konditionierte Frischluft wird in der gesamten Halle zugfrei eingebracht. Das System sorgt so für optimale Luftqualität in der Halle und übernimmt bei Bedarf auch das Heizen, das Kühlen oder die Befeuchtung der Hallenluft.

Die Beschäftigten merken nur das, worauf es ankommt: Das Hallenklima ist spürbar angenehmer.

„Es kommt schon einmal vor, dass sich Hallen oder Arbeitsbereiche mit Kappa Anlagen zum bevorzugten Aufenthaltsraum für Arbeitspausen entwickeln“, sagt Hauer. „Aus einem guten Grund: Weil es dort



Industrielle Lufttechnik der nächsten Generation für die Industrie der Zukunft – sauber, hell und leise

spürbar behaglicher ist. Und eine angenehme, gesunde und leistungsfördernde Atmosphäre am Arbeitsplatz herrscht, das ist längst kein Soft Fact mehr für Unternehmen. Das System Kappa A.I.R.™ leistet damit einen optimalen Beitrag zur Produktivität.“ Das Kappa A.I.R.™ basiert auf mehr als 20 Jahren Erfahrung und modernsten Berechnungs- und Simulationsmodellen für die Planung. Sie ermöglichen eine punktgenaue Auslegung und sorgen für Einsparungen bei den Investitionskosten um bis zu 30 und bei den Betriebskosten um bis zu 50 Prozent. ■

INFO-BOX

Kappa kompakt

Kappa wurde 1993 als Start-up mit zwei Mitarbeitern gegründet. Das mittelständische Familienunternehmen beschäftigt heute rund 100 hochqualifizierte MitarbeiterInnen. Die Fertigung von Kappa ist bei der Firma HAINZL Industriesysteme, dem Miteigentümer von Kappa, in Linz angesiedelt. Kappa investiert jährlich sieben bis acht Prozent in Forschung und Entwicklung und setzt auf Wachstum und Internationalisierung. Seit 2011 betreibt Kappa eine Niederlassung in Düsseldorf. Den Standort in Steyr baut Kappa langfristig zum Headquarter aus.

kappa

Kappa Filter Systems GmbH

Im Stadtgut A1
4407 Steyr-Gleink
Tel.: +43/7252/22 05 00
office@kappa-fs.com
www.kappa-fs.com

UPGECYCELT & GLOKAL

Der Gegenteil zur Urbanisierung heißt Glokalisierung, also global zu arbeiten und dafür lokal – im Speckgürtel der Ballungszentren – zu wohnen. Ein weiterer Trend: das Upcycling von Leerständen mittels frischer Ideen, die sie wieder rentabel machen.


Leerstände von Wohn- oder Gewerbeobjekten sind heute keine Seltenheit. Doch oft reicht eine gute Idee, um das unbeliebte und zugleich unbelebte Objekt erfolgreich einer neuen Nutzung zuzuführen. Auf dieses „Upcycling“ von Immobilien hat sich die Immobilienrendite AG spezialisiert. Aktuell beobachten die Experten des Unternehmens außerdem einen Trend zur Glokalisierung, also global zu arbeiten und lokal zu wohnen. Multilokalität boomt, auch rund um Wien: Immer mehr Menschen arbeiten in der City, wohnen aber im sogenannten Speckgürtel.

„Wir haben vor einigen Jahren ein Grundstück in Purkersdorf erworben. Beim Kauf lag der Quadratmeterpreis für Neubauwohnungen und Reihenhäuser in der Nähe noch bei rund 3.000 Euro. Inzwischen ist er bei 4.200 Euro. Hier merkt man deutlich, dass die Entwicklung Wiens auf den Speckgürtel ausstrahlt. Das Gleiche gilt für Orte wie Perchtoldsdorf, Gießhübl, Hinterbrühl, Gumpoldskirchen, Baden und Mödling. Auch hier kosten Grundstücke

in guten Lagen bereits rund 800 Euro pro Quadratmeter. Vor zwei bis drei Jahren waren sie noch bei 400 bis 600 Euro“, weiß Markus Kitz-Augenhammer, Vorstand der Immobilienrendite AG und Makler-Profi.

ZWEITER FRÜHLING FÜR „PROBLEMIMMOBILIEN“

Der Platzbedarf Wiens strahlt mittlerweile bis nach Korneuburg aus. Nicht nur Wohnraum wird knapp und teuer, auch der gewerbliche Bereich ist betroffen. So stand in



„Der Wohnraum in Wien ist knapp, es wird zu wenig gebaut, und was auf den Markt kommt, ist teuer. Zu wenig Angebot bei zu großer Nachfrage bedeutet hohe Preise.“

**Mathias Mühlhofer, Vorstand
der Immobilienrendite AG**



Upcycling funktioniert nicht nur mit vermeintlich nicht mehr gebrauchten Alltagsgegenständen. Das Konzept lässt sich auch auf unbeliebte und unrentable Immobilien anwenden.

Korneuburg lange Zeit ein großes Lager- und Büroobjekt leer, aus dem ein Pharmaunternehmen ausgezogen ist. Die Profis der Immobilienrendite AG erkannten das Potenzial, kauften das Objekt, sanierten es, veränderten seine Flächenaufteilung und führten es einer neuen Nutzung zu. Nun sind hier ein Einzelhändler für Pferdefutter sowie 20 Büros eingemietet – für Selbstständige aus ebendiesem erwähnten Speckgürtel, die nicht jeden Tag nach Wien pendeln wollen.

Ein weiteres Upcycling-Beispiel aus dem Gewerbebereich erzählt von einer vermeintlichen Problemimmobilie in Enns. Dort stand ein altes Fachmarktzentrum leer, weil gegenüber ein neues gebaut worden war. Viele Geschäfte zogen

in die neue, schöne, glänzende Immobilie um. Also kaufte die Immobilienrendite AG das alte Gebäude, sanierte es und etablierte es mit einem zeitgemäßen Mix aus Shopping, Freizeitangeboten und Gastronomie als Ennscenter am Römerfeld. Mathias Mühlhofer, Vorstand der Immobilienrendite AG, dazu: „Als wir es gekauft haben, war es zu einem Viertel belegt, mittlerweile sind es ungefähr 80 Prozent.“

STADTFLUCHT IN SMART COUNTRIES

Smart Cities verschmelzen immer mehr mit Smart Countries. Denn dank der digitalen Revolution boomen die Speckgürtel rund um die Landeshauptstädte sowie kleine und mittelgroße Städte. So legen beispielsweise Kufstein



und Leibnitz als lokale Zentren kräftig zu. Der Grund: Durch schnelles und flächendeckendes Internet können immer mehr Menschen von überall aus arbeiten – Landflucht war gestern. Deutsche und österreichische Trendforscher orten schon eine Stadtfucht – aus diversen Gründen. Auch Mathias Mühlhofer kennt diese Entwicklung: „Der Wohnraum in Wien ist knapp, es wird zu wenig gebaut, und was auf den Markt kommt, ist teuer. Zu wenig Angebot bei zu großer Nachfrage bedeutet hohe Preise.

Viele Familien wollen außerdem ihren Traum vom Haus im Grünen mit Garten realisieren und landen im Speckgürtel, weil sie hier für dasselbe Geld deutlich mehr Wohnraum bekommen – und dazu auch noch Freiraum.“

BOOM IN ST. PÖLTEN UND SALZBURG

Neben vielen ländlichen Regionen erleben auch die Landeshauptstädte und das jeweilige Umland einen Aufschwung, zum Beispiel St. Pölten. Mathias Mühlhofer verfolgt diese



Die drei Vorstände
des Unternehmens
Immobilienrendite AG:
Mathias Mühlhofer, Markus
Kitz-Augenhammer und
Michael Rajtora

noch Wohnungen für 35.000 Euro zu haben, kosten dieselben Wohnungen heute über 120.000 Euro. Die Gründe dafür sind die bessere Anbindung an Wien durch den Ausbau der Bahn, aber auch eine aktive Stadt- und Standortpolitik, denn St. Pölten hat 43.000 eigene Arbeitsplätze, Konzerte und Veranstaltungen.“

Auch ein Mitarbeiterprojekt der Immobilienrendite AG in der niederösterreichischen Landeshauptstadt war ein voller Erfolg: Hier kauften, sanierten und verkauften Mitarbeiter des Immobilienspezialisten gemeinsam mit ihrem Arbeitgeber eine in die Jahre gekommene Wohnung: in nur sechs Monaten und mit 40 Prozent Gewinn.

Als urbanes Zentrum erlebt auch Salzburg einen Aufschwung. Und es herrscht – wie in Wien – ein großer Wohnraummangel. Die Preise für Miete wie für Eigentum steigen und steigen. Daher startete die Immobilienrendite AG hier ein Wohnprojekt, das direkt von einem Bauträger übernommen wurde: mit 64 Wohnungen und 71 Parkplätzen in ausgezeichnete Wohnlage in Maxglan inklusive Balkonen und Gärten. Zurzeit sind die meisten der begehrten Wohnungen noch vermietet. Nach Auszug der

„In Wien haben wir mit unserer Marke LOCAL-STORAGE mittlerweile 13 Standorte mit über 900 Lagerabteilen. Sie werden nicht nur für Privathaushalte immer wichtiger, zum Beispiel für die Lagerung der Skiausrüstung, sondern auch als dezentrale Logistikzentren für Unternehmen.“

Michael Rajtora, Vorstand der Immobilienrendite AG



Entwicklung schon lange: „Ich investiere schon seit 2005 in den Standort St. Pölten und weiß daher, dass sich der Markt in den letzten 15 Jahren sehr gut entwickelt hat: Die Preise für Wohnungen wie für Eigentum steigen. Waren 2005

Mieter werden sie saniert und verkauft: Die ersten 13 Wohnungen sind auf diese Weise bereits abgewickelt worden – mit beachtlichen Rendite von 33 Prozent. Die Nachfrage ist weiterhin sehr groß.



„Wir haben vor einigen Jahren ein Grundstück in Purkersdorf erworben. Beim Kauf lag der Quadratmeterpreis für Neubauwohnungen und Reihenhäuser in der Nähe noch bei rund 3.000 Euro. Inzwischen ist er bei 4.200 Euro. Hier merkt man deutlich, dass die Entwicklung Wiens auf den Speckgürtel ausstrahlt.“

Markus Kitz-Augenhammer, Vorstand der Immobilienrendite AG

NEUE NUTZUNG FÜR ERDGESCHOSSELERSTÄNDE

Teurer Wohnraum in lokalen Zentren und Städten lässt die Pro-Kopf-Wohnflächen schrumpfen: Wohnungen werden kleiner, und all jene Dinge werden ausgelagert, die unnötig Platz verschwenden und nicht ständig gebraucht werden. Daher liegen Lagerräume zur Miete im Trend – ebenfalls eine Entwicklung, die die Experten der Immobilienrendite AG schon vor Jahren erkannt haben. Michael Rajtora, Vorstand der Immobilienrendite AG: „In Wien haben wir mit unserer Marke LOCALSTORAGE mittlerweile 13 Standorte mit über 900 Lagerabteilen. Sie werden nicht nur für Privathaushalte immer wichtiger, zum Beispiel für die Lagerung der Skiausrüstung, sondern auch als dezentrale Logistikzentren für Unternehmen. So betreibt A1 in unserem LOCALSTORAGE in der Wiener Neustiftgasse im siebenten Wiener Gemeindebezirk eine A1-Paketstation zur Lieferung, Hinterlegung und Abholung von Paketen. Weitere Standorte sind bereits in Planung.“

Das Besondere an dem Konzept: Es wird nicht neu gebaut und damit wertvoller, knapper und teurer Platz im Stadtgebiet für Lagerräume „verschwendet“. Vielmehr sucht sich die Immobilienrendite AG dafür leer stehende alte Geschäftslokale auf Straßenniveau, in Nebenstraßen und Wohngebieten, die aus den verschiedensten Gründen heute als herkömmliche Gewerbe-

oder gar Wohnimmobilie unattraktiv sind, und baut sie innerhalb weniger Wochen zu Lagerräumen um. Hier spielen sie durch ihre Lage, mitten in den Wohngebieten der Menschen, ihre Vorteile aus. Der Kunde mit seiner beispielhaften Skiausrüstung muss nicht ins große Lager eines Anbieters in Stadtrandlage, sondern geht idealerweise zu Fuß nur um die Ecke, um sein Sportgerät bis zur nächsten Saison einzulagern. So wird aus dem leer stehenden Objekt, das nur Kosten verursacht, im Nu eine rentable Immobilie. Das sieht man es wieder: Gute Ideen sind Gold wert. ■

INFO-BOX

Über Immobilienrendite AG

Die Immobilienrendite AG mit Sitz in Wien schafft dank innovativer Lösungen Mehrwert im Immobilienbereich. Die Vorstände des Unternehmens – Mathias Mühlhofer, Markus Kitz-Augenhammer und Michael Rajtora – haben Erfahrung und Know-how in den Bereichen Immobiliensuche, -verwertung und -sanierung. Mit Blick auf den zukünftigen Nutzer erwirbt die Immobilienrendite AG attraktive Immobilien in Österreich, saniert sie nachhaltig und behutsam und verkauft oder vermietet sie weiter. Die Anlageobjekte sind breit gestreut – vom Büro und Luxusdomizil bis zur Lagerfläche.

www.immobiliendite.at

DER KOMPLETTANBIETER FÜR IHRE IMMOBILIE

Facilitycomfort deckt als Komplettanbieter seit über 40 Jahren alle Anforderungen an ein modernes Dienstleistungsunternehmen ab.

Gebäude gibt es in vielen Formen und Arten. Sie werden von unterschiedlichen Branchen genutzt und dienen zahlreichen Verwendungszwecken. Es gibt Gebäude, die 365 Tage im Jahr, 24 Stunden am Tag in Verwendung sind, und es gibt auch welche, die nur von Montag bis Freitag zu den Geschäftszeiten genutzt werden. Eines haben aber alle diese Gebäude gemeinsam: Was sie miteinander verbindet, das sind die Menschen dahinter, die dafür sorgen, dass alles reibungslos funktioniert, dass es sauber und gepflegt ist und dass alles wie von Zauberhand passiert, ohne dass man es sieht. Dafür steht modernes Facility-Management.

Facilitycomfort deckt als Komplettanbieter alle Anforderungen an ein modernes Dienstleistungsunternehmen ab. Egal ob es sich um Instandhaltungsarbeiten wie Wartung, Überprüfung oder Störungsdienst handelt – wenn es um Haus und Gebäudetechnik geht, die mit Qualität sowie erfahrenen Mitarbei-



tern umgesetzt wird, ist Facilitycomfort der richtige Ansprechpartner. Zusätzlich werden auch sämtliche infrastrukturelle Dienstleistungen, welche die Reinigung und Betreuung betreffen, abgedeckt. So kann man sich als Kunde auf einen Partner verlassen, der darüber hinaus noch Zusatzleistungen wie Gewährleistung und Brandschutz übernimmt.

Seit über 40 Jahren steht das Unternehmen für alles aus einer Hand, von der Einzelleistung bis hin zur Gesamtlösung. ■

FACILITYCOMFORT

HAUSCOMFORT

Wir.Sind.FM.

www.facilitycomfort.at

www.hauscomfort.at

FACILITYCOMFORT Energie- und Gebäudemanagement GmbH

Spittlauer Lände 45, 1090 Wien

HAUSCOMFORT GmbH

EIN SAUBERER ERFOLG

Mit „Es war einmal“ lässt man normalerweise Märchen beginnen. Aber irgendwie klingt die Unternehmensgeschichte der REIWAG, heute eine internationale Gruppe mit einem Umsatz von mehr als 82 Millionen Euro, auch fast wie ein modernes Märchen.

Es war einmal, genauer im Jahr 1903, da gründete Jakob Wagner ein Reinigungsunternehmen. So tief reichen die Wurzeln von REIWAG. Dem heutigen Geschäftsführer Viktor Wagner, dem Enkel des Gründers, wurde der Erfolg aber nicht in die Wiege gelegt – er hat ihn sich erarbeitet. Wagner erzählt: „Den Grundstein für die heutige REIWAG Firmengruppe legte mein Großvater Jakob Wagner am 29. Oktober 1903. Die Gebäudereinigungsbranche war nach dem Zweiten Weltkrieg nicht von besonderen Erfolgchancen begünstigt. Deshalb empfahl mir mein Vater, der für mich eine sichere

Zukunft erstrebte, einen pragmatisierten Beruf zu ergreifen.“ Er folgte diesem Rat und machte eine Ausbildung im Geldwesen.

„Den Grundstein für die heutige REIWAG Firmengruppe legte mein Großvater Jakob Wagner am 29. Oktober 1903.“

**Viktor Wagner, Geschäftsführer
der REIWAG Facility Services GmbH**

Ein wichtiger Wendepunkt seines Lebens war eine Reise nach New York. „Ich konnte mir damals gerade eine Mahlzeit am Tag leisten“, schildert REIWAG-Eigentümer Viktor Wagner. Aber aus dem wenigen, das er hatte, machte er das Beste. Er suchte das Büro des damaligen österreichischen Handelsdelegierten auf und bat

ihn um einen Kontakt zur Gebäudereinigungsbranche. „Am nächsten Tag traf ich den Vizepräsidenten von National Cleaning, Norman Davis, mit circa 10.000 Beschäftigten. In einem Kurzprogramm lernte ich Management-Know-how und Organisation kennen und flog voll unternehmerischer Erwartungen über Island mit der Fluglinie Loft Leidir über Reykjavik mit einer Kondenswasser triefenden DC 8 zurück nach Wien.“

Wieder in der Heimat angekommen begann er, parallel zu seiner Tätigkeit in der Zentralsparkasse und mit dem Gewerbeschein seines Vaters, seine eigene Firma – die heutige REIWAG – auf die Beine zu stellen. Die Anfänge im Jahr 1968 waren bescheiden: Ein VW-Käfer als Firmenauto und ein angeheuerter Fensterputzer mussten reichen. Wagner



V.l.n.r.: Paul Dragoiu, Geschäftsführer der BSS und seit Anfang 2020 auch Geschäftsführer aller internationalen REIWAG-Niederlassungen, KR Viktor Wagner, Eigentümer und Geschäftsführer der REIWAG-Gruppe, KR Thomas Dittrich, Geschäftsführer der REIWAG-Gruppe

klapperte die Geschäfte an der Wiener Ringstraße ab und überzeugte so die ersten Kunden. Von da an ging es bergauf. Bald wurde die erste Reinigungsmaschine erstanden, und die Belegschaft wuchs. „Besonders begünstigt wurde mein Vorhaben durch den Umstand, dass die Mitbewerber zu diesem Zeitpunkt kaum über das Wissen der Arbeitsvorbereitung, Organisation und des Know-hows, welches ich in den USA erlernt hatte, verfügten, und ich deshalb zum gleichen Preis wie meine Mitbewerber viel mehr Geld verdienen konnte – noch dazu unterstützt von dem Umstand, dass 1968 der Wirtschaftsboom einsetzte und immer mehr neue Bürogebäude in Wien entstanden.“ Bereits zwei Jahre später wurde das Unternehmen seines Vaters, Viktor Wagner senior, in REIWAG eingegliedert, der Vater wurde zum Bürochef ernannt.

INTERNATIONAL ERFOLGREICH

Das Geschäftsfeld wurde seitdem stetig erweitert. Mit international insgesamt rund 3.000 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen und Tochtergesellschaften in fünf Ländern werden Services aus den Bereichen Gebäudereinigung, Verkehrsmittelreinigung, technisches Gebäudemanagement, Property-Services, Hauservice, Postdienste, Empfangs- und Backoffice-Dienste, Sicherheit sowie gastronomische Dienstleistungen angeboten.

Schon 1990 kam das erste von mittlerweile mehreren ausländischen Tochterunternehmen dazu – in der Tschechischen Republik. Zahlreiche Auszeichnungen und Ehrungen belegen der Erfolg: Beispielsweise 1991, als REIWAG als einem der ersten Unternehmen das österreichische Staatswappen verliehen wurde, sowie in



Mit Tochtergesellschaften in fünf Ländern ist die REIWAG Gruppe im nationalen und internationalen Facility-Management-Sektor stark positioniert.

den darauffolgenden Jahren mit Awards wie beispielsweise dem BUSINESS SUPER-BRANDS AUSTRIA Award oder Europe's 500 als eines der dynamischsten Unternehmen Europas.

Die REIWAG-Gruppe ist außer in Österreich und in Tschechien auch in der Slowakei, in Kroatien, Serbien und Rumänien vertreten. Mit Erfolg, wie sich an den Zahlen ablesen lässt: In Prag konnte erstmals in der fast 30-jährigen Geschichte ein Umsatz von mehr als 110 Millionen Tschechischen Kronen (umgerechnet rund 4,1 Millionen Euro) erzielt werden. Die dortige Niederlassung betreut täglich fast 500.000 Quadratmeter. Auch aus Brünn wird ein Umsatzplus von über zwölf Prozent gemeldet.

Die slowakische Niederlassung wächst ebenfalls kontinuierlich. Durch eine Vielzahl von Neuaufträgen, unter anderem die Inbetriebnahme

der vierten Halle im Logistikpark Senec, beträgt die von REIWAG täglich betreute Fläche nun mehr als 310.000 Quadratmeter.

In Kroatien ist REIWAG einer der Marktführer, insbesondere bei der Betreuung der größten Shoppingcenter. Neben der technischen Instandhaltung werden Reinigung, Rezeptionsdienste, Grünpflege, Winterdienste und alle weiteren vom Kunden gewünschten Dienstleistungen professionell ausgeführt. Obwohl es durch den Wirtschaftsaufschwung immer schwieriger wird, Arbeitskräfte zu finden, konnte dort durch zahlreiche Neuaufträge der Umsatz um weitere 15 Prozent gesteigert werden.

Die positiven Zukunftsaussichten in Serbien haben REIWAG 2016 dazu bewogen, eine Niederlassung in Belgrad zu errichten. Das Tochterunternehmen kann seit seiner Grün-

dung jährliche Umsatzsteigerungen vorweisen. Durch zahlreiche Neukunden und Auftrags-erweiterungen werden mittlerweile Kunden in allen Facility-Management-Bereichen (technisch, kaufmännisch, infrastrukturell) betreut. Die rumänische Tochter BSS ist Marktführer und betreut Kunden im ganzen Land. Seit der Gründung im Jahr 2003 ist der Mitarbeiterstand auf rund 800 Mitarbeiter angewachsen, die jährlich neue Rekordumsätze erwirtschaften – zuletzt ein Plus von elf Prozent. Das schlägt sich unter anderem auch in der Auszeichnung als bestes Facility-Management-Großunternehmen in der Kategorie „Verwaltung von Gebäuden“ durch die rumänische Wirtschaftskammer nieder.

ÖSTERREICHISCHER LEITBETRIEB

Auch die österreichische Konzernmutter, deren qualifizierte Mitarbeiter hierzulande täglich 1,6 Millionen Quadratmeter betreuen, wurde bereits mehrfach ausgezeichnet. So ist REIWAG zum Beispiel seit 2019 zertifiziertes Mitglied der LEITBETRIEBE AUSTRIA und gehört damit einem Kreis von Unternehmen an, die Österreichs Wirtschaft prägen und im Hinblick auf ökonomischen Erfolg, Innovationskraft und gelebte unternehmerische Werte Vorbildcharakter haben. Ebenfalls 2019 wurde der Grazer Niederlassung von der Wirtschaftskammer Steiermark eine „Auszeichnung für unternehmerische Leistung“ aus dem Anlass des 20-Jahr-Jubiläums der Firma verliehen.

Einer der Bereiche, die bei REIWAG seit Jahren starke Zuwächse verzeichnen, ist das Technische Facility-Management. Das hat sich auch 2019 nicht geändert. Als Antwort darauf hat das Unternehmen sein Team maßgeblich verstärkt. Die REIWAG-Techniker sind für Wartungs- und Instandsetzungsarbeiten an Heizungs-, Klima- und Lüftungsanlagen österreichweit im Einsatz. Auch übergeordnete Leistungen wie Beratungen, Projektierungen, Planungen und

Optimierungen werden regelmäßig übernommen. Um der Nachfrage am Markt gerecht zu werden, ist auch der Ankauf von technischen Dienstleistungsunternehmen für die zukünftige Expansion vorgesehen. Verträge in den Sparten Reinigung, Rezeption und Security-Dienstleistungen nehmen ebenfalls stark zu.

Ihre Verantwortung ihren Kunden, aber auch Mitarbeitern gegenüber nimmt REIWAG ausgesprochen ernst. Das sieht man auch an den Zertifizierungen des Unternehmens, wie „ISO 9001:2015 – Qualitätsmanagementsystem“, „ISO 14001:2015 – Umweltmanagement“, „ISO 50001:2011 – Energiemanagement“, „OHSAS 18001:2007 – Arbeits- und Gesundheitsschutz“ sowie der Zertifizierung beim „ANKÖ – Der Auftragnehmerkataster Österreich“. Dieses verantwortungsbewusste Verhalten zahlt sich aus – und resultiert im Vertrauen der zahlreichen Kunden. Die wissen nämlich genau, dass ihnen von ihren zuverlässigen Partnern bei REIWAG keine Märchen erzählt werden. ■

INFO-BOX

Über REIWAG

Mit einem Umsatz von mehr als 80 Mio. Euro, 3.000 Mitarbeitern und Tochtergesellschaften in fünf Ländern ist die REIWAG Gruppe im nationalen und internationalen Facility-Management-Sektor stark positioniert. REIWAG wurde 1903 durch den Großvater des aktuellen Eigentümers und Geschäftsführers KR Viktor Wagner gegründet und wird heute in dritter Generation als Familienunternehmen geführt. Die Dienstleistungspalette umfasst Gebäudereinigung, Verkehrsmittelreinigung, technisches Gebäudemanagement, Property-Services, Hausservice, Postdienste, Empfangs- und Backoffice-Dienste, Sicherheit und gastronomische Dienstleistungen.

www.reiwag.com

UMWELT UND GELDBÖRSE SCHONEN

Die Vorteile der Dyson Airblade™ Händetrockner sprechen für sich. Lassen auch Sie sich von ihrer Umweltfreundlichkeit, dem Plus an Hygiene und den deutlich geringeren Betriebskosten überzeugen.

In den meisten öffentlichen Waschräumen ist die Zeit in gewisser Weise stehengeblieben. Wie auch schon vor hundert Jahren trocknet man sich die Hände vielerorts mit Papierhandtüchern. Die Ressourcen, die allein für die Produktion der 11.200 Tonnen Papier, die in Österreich deswegen jährlich im Müll landen, aufgebracht werden müssen, sind gigantisch. Dazu kommen noch der Transport und die Verteilung, um die Spender zu jeder Zeit gut gefüllt zu halten. Wiederverwertet wird das Papier nur zu einem geringen Anteil, die meisten der weggeworfenen Papierhandtücher gehen somit dem Papierkreislauf für immer verloren. Auch Alternativen wie Baumwolltücher oder herkömmliche elektrische Händetrockner haben deutliche Schwächen und ziehen einen nicht zu vernachlässigenden Aufwand sowie Energieverbrauch nach sich. Mit Erfindung der Airblade™ Technologie hat Dyson dem Jahrhundert der schlechten Per-

formance von Händetrocknungsmethoden 2006 ein Ende gesetzt. Dyson Airblade™ Händetrockner verzichten auf die wertvolle Ressource Holz, da allein bis zu 624 km/h schnelle Luftströme das Wasser von den Händen abstreifen und so eine schnelle und hygienische Trocknung ermöglichen. Außerdem erzeugen sie bis zu 85 Prozent weniger CO₂ als Papierhandtücher. Durch die schnelle Trocknungszeit und den Verzicht auf energieintensive Heizelemente verursachen sie zudem bis zu 86 Prozent weniger Stromkosten als Warmlufthändetrockner. Durch einen Umstieg auf Dyson Airblade™ Händetrockner schont man also nicht nur die Umwelt, sondern auch die Geldbörse. Denn bei jährlichen Betriebskosten, die zwischen 20 und 35 Euro betragen, ist eine Einsparung von bis zu 98 Prozent im Vergleich zu anderen Trocknungsarten möglich. In weniger als einem Jahr übersteigt der Wert der im Schnitt verbrauchten Papierhandtücher die Anschaffungskosten eines Dyson Händetrockners.



Mit Dyson Airblade™ Händetrocknern lassen sich bis zu 98 Prozent der Betriebskosten sparen.

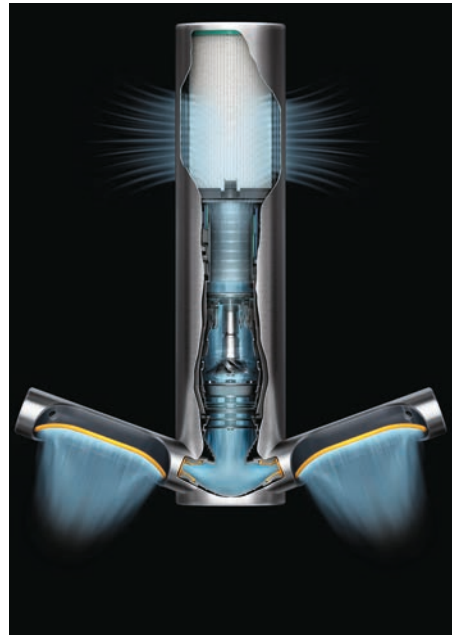
DYSON AIRBLADE™ 9KJ: SCHNELL, HYGIENISCH UND KOSTENGÜNSTIG

Die neueste Erfindung der Ingenieure von Dyson ist der Dyson Airblade™ 9kJ Händetrockner. Der bisher leiseste Dyson Händetrockner ermöglicht eine schnelle, hygienische Händetrocknung in nur zehn bis zwölf Sekunden. Mittels neuartiger Dämpfer und neu gestalteter Strömungswege der Luft wird die Geräuschausgabe reduziert. Dabei verbraucht er nur 9,1 Kilojoule Energie und

bietet so eine Alternative zu Einweg-Papierhandtüchern. Sein robustes Design und das Edelstahlgehäuse sind für eine lange Lebensdauer ausgelegt und werden unter strengen Bedingungen getestet, um den realen Bedingungen in Waschräumen standhalten zu können.

Der Dyson Airblade™ 9kJ Händetrockner verfügt über zwei Leistungsstufen: Der Max-Modus ist für stark frequentierte Waschräume konzipiert, wie sie z. B. in Flughäfen oder Stadien zu finden sind, wo Hände rasch getrocknet werden müssen. Der Eco-Modus ist für vergleichsweise geringer frequentierte Waschräume geeignet, z. B. für Büros oder Restaurants. In dieser Betriebsart verursacht der Dyson Airblade™ 9kJ durchschnittlich Energiekosten von lediglich 19 Euro im Jahr. Dank eines vliesbeschichteten Glasfaser-HEPA-Filters, der 99,95 Prozent der Partikel, einschließlich Bakterien und Viren, aus der Waschraumluft auffängt (geprüft von einem unabhängigen Prüflabor unter vorgeschriebenen Prüfbedingungen nach EN1822-5), trocknet der Händetrockner die Hände mit sauberer Luft. Die „Time of Flight“-Sensoren der Maschine erfassen die Hände genau und setzen die Luft innerhalb kürzester Zeit frei. So lässt sich der Dyson Airblade™ 9kJ völlig berührungslos bedienen.

Dyson Airblade™ Produkte erfreuen sich in Österreich bereits großer Beliebtheit. Viele namhafte Unternehmen wie die Zotter Schokoladen Manufaktur sowie zahlreiche Ikea- und McDonald's-Franchisenehmer haben sich durch die Vorteile gegenüber Papier überzeugen lassen. ■



Der Dyson Airblade™ 9kJ Händetrockner verfügt über zwei Leistungsstufen: Max und Eco.

INFO-BOX

Sichern Sie sich 20 Prozent Rabatt:

Steigen auch Sie um auf die zeitgemäße, hygienische und kostengünstige Art des Händetrocknens: Bei einer Bestellung auf <https://shop.dyson.at/airblade> oder per Mail an info-austria@dyson.com unter Verwendung des Codes „FMGuide20%“ erhalten Sie 20 Prozent Rabatt auf die Bestellung von Händetrocknern.

dyson

Dyson Austria GmbH

Engerthstraße 151
1020 Wien
Tel.: +43/1/280 73 50-14
info-austria@dyson.com
www.dyson.at



SCHLÜSSELLOS GESICHERT

Elektronische Zutrittslösungen bieten große Vorteile und erlauben viel mehr, als einfach nur Türen zu- und aufzusperren. NEW BUSINESS hat mit jemandem darüber gesprochen, der sich mit so etwas auskennt: Wilfried Hirmann, CEO von ESSECCA.

Das Unternehmen ESSECCA, heute sehr erfolgreich am österreichischen Sicherheitstechnikmarkt tätig und Marktführer im Bereich der elektronischen Zutrittslösungen, geht auf die ehemalige Niederlassung von EVVA in Bad Fischau-Brunn zurück. Der heutige Geschäftsführer Wilfried Hirmann erhielt von den Eigentümern 2012 – er war damals als selbstständiger Unternehmensberater tätig – den Auftrag, ein strategisches Konzept für die zukünftige Marktausrichtung der Niederlassung zu erstellen. „Die Vision war, ein von EVVA unabhängiges Unternehmen unter einer eigenen Marke als Marktführer auf dem Gebiet der elektronischen Zutrittslösungen zu etablieren“, erinnert sich Hirmann. Das Resultat trägt seit 2013 den Namen ESSECCA, der sich laut Hirmann übrigens folgendermaßen herleitet: „ACCESS, zu Deutsch ‚Zutritt‘, von hinten gelesen und das vorangestellte E für ‚elektronisch‘.“ Ein wichtiger Grundpfeiler für den Erfolg des EVVA-Spin-offs war die Vereinbarung mit SALTO, dem weltweiten Marktführer bei kabellosen elektronischen Zutrittskontrollanlagen, über eine exklusive Partnerschaft als österreichischer Herstellervertreter.

NEW BUSINESS hat mit CEO Hirmann über die Vorteile elektronischer Zutrittslösungen, das Ausräumen von Bedenken hinsichtlich der IT-Sicherheit, künftige Entwicklungen, aber auch die Berechtigung des klassischen Schlüssels gesprochen.



„Die Entwicklungen gehen immer mehr hin zu integrierten digitalen Systemen, bei denen Effizienzsteigerung, einfache Installation und Bedienbarkeit, Komfortsteigerung und die Unterstützung von Unternehmensprozessen im Vordergrund stehen.“

Wilfried Hirmann, Geschäftsführer der ESSECCA GmbH



Herkömmliche mechanische Schlüssel müssen erst händisch verteilt oder im Bedarfsfall eingesammelt, bei Verlust ganze Schließanlagen getauscht werden. Das entfällt bei digitalen Lösungen.

HERR HIRMAN, EINE VIELLEICHT ETWAS PROVOKANTE FRAGE FÜR DEN ANFANG: HAT DER KLASSISCHE SCHLÜSSEL AUSGEDIENT?

Der klassische Schlüssel wird auch in Zukunft in gewissen Bereichen und als Ergänzung zu elektronischen Lösungen erhalten bleiben. Klar ist aber, dass im Zeitalter der Digitalisierung immer mehr Gebäude und Infrastruktureinrichtungen „schlüssellos“ gesichert und gesteuert werden. Die Funktionen der elektronischen Zutrittslösungen sind heute sehr vielfältig und bieten dem Nutzer weit mehr als das klassische Zu- und Aufsperrn, womit sich die etwas höheren Anschaffungskosten für den Investor sehr rasch amortisieren.

WELCHE SIND IHRER MEINUNG NACH DIE GRÖSSTEN VORTEILE EINER ELEKTRONISCHEN ZUTRITTSLÖSUNG IM VERGLEICH ZU KLASSISCHEN SCHLIESSSYSTEMEN?

Die großen Vorteile liegen vor allem in der flexiblen Zuteilung bzw. der raschen Vergabe und

falls erforderlich, dem unmittelbaren Entzug von Zugangsberechtigungen über die Software. Während bei mechanischen Anlagen die auszubehaltenden Schlüssel mühsam verteilt bzw. bei Bedarf wieder eingesammelt werden müssen oder bei Verlust eines hochwertigen Schlüssels sogar gesamte Schließanlagen mit allen Zylindern getauscht werden müssen, können Berechtigungen von elektronischen Zutrittsmedien einfach, sehr rasch und ohne großen Aufwand in der Zutrittssoftware gesperrt werden. Die Ausgabe der elektronischen Schließmedien bzw. -berechtigung (Karten, Chips etc.) kann softwaregestützt oder auch OTA (Over the Air) über das Smartphone und somit ohne großen Aufwand erfolgen. Neben diesen Vorteilen kann eine elektronische State-of-the-Art-Zutrittskontrolle über Zeitzonen gesteuert werden, womit z. B. der Zutritt für Reinigungskräfte zeitlich eingeschränkt werden kann. Aus der Zutrittssoftware können bei Bedarf Informationen über die Bewegungen oder die erfolgten Zutritte

ausgewertet werden. Das kann bei etwaigen Vorfällen die Aufklärung wesentlich erleichtern. Die digitalen Zutrittsdaten können auch für die Zeitabrechnung von Mitarbeitern oder für die Verrechnung von Dienstleistungen verwendet werden. Dabei können Personendaten und mit den Personen verbundene Rollen aus einem bestehenden EDV-System übernommen werden, sodass grundsätzlich keine händische Verwaltung mehr nötig ist. Mit diesen Möglichkeiten werden die Geschäftsprozesse optimal und automatisiert unterstützt.

Die Lösungsmöglichkeiten sind vielfältig, aber allein an diesen wenigen Beispielen ist zu erkennen, welchen großen Nutzen kundenspezifisch angepasste elektronische Zutrittslösungen gegenüber mechanischen Schließanlagen für den Anwender bringen können.

SOBALD BITS UND BYTES IM SPIEL SIND, MACHEN SICH SKEPTIKER SCHNELL SORGEN WEGEN HACKERN UND ANDEREN IT-SICHERHEITS-BEDENKEN. WIE WÜRDEN SIE EINEM SOLCHEN SKEPTIKER GEGENÜBER ARGUMENTIEREN?

Elektronische Zutrittskontrollanlagen von SALTO bieten den höchsten Sicherheitsstandard, technisch vergleichbar mit jenem, der bei Banken im Electronic Banking Anwendung findet. Dadurch ist das Sicherheitsrisiko sogar wesentlich geringer als bei mechanischen Schließanlagen, wo z. B. ein jederzeit möglicher Schlüsselverlust ein hohes Sicherheitsrisiko darstellt. Auch durch die Möglichkeit der zeitlichen Beschränkung der Zutrittsberechtigung über die Software wird das Risiko gegenüber dem herkömmlichen mechanischen Schlüssel beträchtlich reduziert. Darüber hinaus setzen unsere Sicherheitslösungen auf der vorhandenen IT-Infrastruktur unserer Kunden auf, sodass auch die kundenseitigen IT-Sicherheitsrichtlinien zur Geltung kommen, was zusätzlichen Schutz bedeutet.

Dank moderner Systeme können Zutrittsberechtigungen ganz einfach auf das Smartphone geschickt und auch wieder entzogen werden.



WIE PROFITIERT SPEZIELL DAS GEBÄUDE-MANAGEMENT VON DEM EINSATZ DIGITALER SICHERHEITSLÖSUNGEN?

Umso mehr Sicherheitssysteme ein Unternehmen im Einsatz hat, desto komplexer kann die Verwaltung werden, beginnend mit der Einschulung und Bedienung verschiedener Steuerungssoftwares. Mit dem ESSECCA-Sicherheitsmanagementsystem können alle Systeme über eine einheitliche Benutzeroberfläche gesteuert werden und ebenso die Grafikpläne, die zur Visualisierung dienen. Das Gebäudemanagement kann die elektronischen Sicherheitslösungen (Zutrittskontrolle, Video, Alarm, Brand ...) über standardisierte Schnittstellen auf das ESSECCA-Sicherheitsmanagementsystem VISECCA aufschalten und damit von zentraler Stelle Ereignisse verfolgen und Handlungen steuern. Über dieses System kann ein automatisierter Ablauf in Form von Workflows für den Fall von Störungen oder Alarmierungen definiert werden. Somit können die Sicherheitsaufgaben des Gebäudemanagements von zentraler Stelle über standardisierte Prozesse sehr effizient erledigt werden. Und dabei ist auch die Mobilität gegeben, denn das kleinste Steuerpult ist das Smartphone.



IN WELCHE RICHTUNG GEHEN DIE ENTWICKLUNGEN IN DIESEM BEREICH?

Die Entwicklungen gehen immer mehr hin zu integrierten digitalen Systemen, bei denen Effizienzsteigerung, einfache Installation und Bedienbarkeit, Komfortsteigerung und die Unterstützung von Unternehmensprozessen im Vordergrund stehen.

Digitale Daten spielen dabei eine wesentliche Rolle: So kann etwa der komplette Personen-Flow gesichert und ohne großen Personalaufwand im Gebäude gesteuert und überwacht werden. Die so gesammelten digitalen Daten können über Schnittstellen anderen Bereichen, etwa für Marketingzwecke oder zur automatisierten Verrechnung von Dienstleistungen, zur Verfügung gestellt werden. Die Basis für integrierte digitale Lösungen bilden Hardware- und Softwareprodukte von den führenden Herstellern wie etwa SALTO, welche dann vom professionellen Lösungsanbieter zu einer integrierten Gesamtlösung veredelt werden, die auf individuelle Kundenbedürfnisse eingeht.

WONACH HERRSCHT BEI IHREN KUNDEN AKTUELL DIE GRÖSSTE NACHFRAGE?

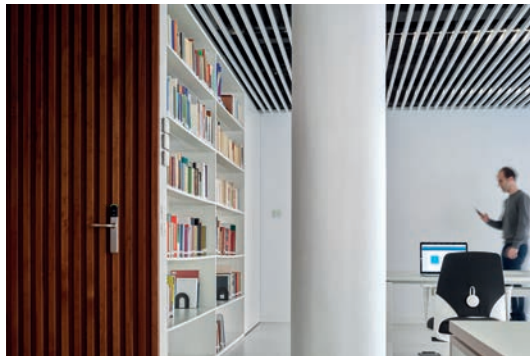
Die Nachfrage unserer Kunden ist vielfältig und geht immer mehr in Richtung integrierte Gesamtlösungen, die oft weit über die Sicherheitstechnik hinausgehen, mit Steuerungsmöglichkeiten über das Smartphone. Dabei spielt fachkundige und kompetente Beratung bis hin zur Entwicklung eines Gesamtkonzepts eine wichtige Rolle. Wir können auf diesem Gebiet alle sicherheitsrelevanten Felder mit Ausnahme von Brandmeldeanlagen abdecken. Unsere Produkte und die daraus aufgebauten Lösungen sind über Standardschnittstellen miteinander verbunden und können über unser Sicherheitsmanagementsystem VISECCA gesteuert werden. Neben den klassischen, lokal installierten On-Premise-Lösungen bieten wir vollwertige Cloudlösungen an, die auch ohne lokale Server- oder LAN-Infrastruktur funktionieren. Zukünftig wird es aus unserer Sicht einen deutlichen Zuwachs an Cloudlösungen geben, da damit eine digitale Integration mit anderen Cloudservices technisch einfacher, günstiger und sicherer möglich ist.

„Die fortschreitende Digitalisierung wird die Errichtung von intelligenten, vollvernetzten und automatisierten Gebäuden fördern.“

**Wilfried Hirmann,
Geschäftsführer der ESSECCA GmbH**

WORAUF SOLLTE MAN ALS KUNDE, DER SICH FÜR ELEKTRONISCHE ZUTRITTSKONTROLLE INTERESSIERT, BESONDERS ACHTEN?

Die Entscheidung für eine elektronische Sicherheitslösung, egal ob Zutrittskontrolle, Alarmanlage, Videoanlage oder Sicherheitsmanagementsystem, gilt für viele Jahre. Umso wichtiger ist daher die Planung, die wir mit unseren erfahrenen Mitarbeitern unterstützen. Um die passende und zukunftsorientierte Sicherheitsanlage für sich zu



In Zukunft wird ein „digitaler Schlüssel“ nicht nur die Bürotür öffnen, sondern zum Beispiel auch die Klimaanlage, das Licht und den Computer einschalten.

finden, sollte wie folgt vorgegangen werden:

- Analysieren des aktuellen Gefahrenpotenzials
- Überlegungen über die zukünftige Entwicklung des Unternehmens anstellen
- Die Sicherheitsbedürfnisse in den einzelnen Bereichen definieren
- Informationen über die technischen Möglichkeiten einholen
- Erstellung eines Lösungskonzepts oder Beauftragung eines solchen
- Auswahl jener Lösung bzw. des Umsetzungspartners, durch die/den sichergestellt wird, dass das Lösungskonzept bestmöglich umgesetzt wird

Wichtig ist, dass die Lösungen zukunftssicher und einfach an die zukünftigen Bedürfnisse anpassbar sind.

WÜRDEN SIE FÜR UNSERE LESER VIELLEICHT EINEN KLEINEN BLICK IN DIE KRISTALLKUGEL WERFEN? WIE WIRD DAS INTELLIGENTE HAUS DER ZUKUNFT AUSSEHEN, WELCHE SYSTEME WERDEN MITEINANDERSPRECHEN UND WELCHE VORTEILE WERDEN DADURCH FÜR DAS MANAGEMENT UND DIE NUTZER DER GEBÄUDE ENTSTEHEN?

Die fortschreitende Digitalisierung wird die Errichtung von intelligenten, vollvernetzten und automatisierten Gebäuden fördern. Neue Anforderungen im Betrieb von Bürogebäuden

und Wohnhauseinrichtungen – durch Co-Working oder Co-Living – benötigen smarte Lösungen, um die Abläufe flexibel und effizient gestalten zu können. Es wird möglich sein, beim Betreten eines Gebäudes oder eines Raums verschiedene Ereignisse anzustoßen, wie z. B. das Einschalten der Beleuchtung, der Heizung oder Klimaanlage, aber auch die technische Infrastruktur wie Computer oder Beamer können nutzerorientiert aktiviert werden. Basis dafür ist der intelligente Austausch von digitalen Daten zwischen den einzelnen Systemen. ESSECCA hat mit seinen smarten Zutrittslösungen schon heute den digitalen Schlüssel für den Anstoß von intelligenten Abläufen in Gebäuden zum Wohl und zum Nutzen der Anwender.

WÜRDEN SIE UNS REFERENZEN NENNEN?

Sehr gern. In Österreich werden derzeit etwa vierhunderttausend Zutrittspunkte mit einer elektronischen Zutrittskontrollanlage von ESSECCA gesichert. Unsere Referenzen beginnen bei der Kleinanlage mit nur wenigen Türen und gehen bis zum Großkunden mit vielen Standorten in Österreich, wo mehr als zehntausend Zutrittspunkte installiert sind. Als größtes Einzelobjekt mit sechstausend Zutrittspunkten ist die neue Wirtschaftsuniversität Wien eine unserer Referenzen. Aber auch das höchste Gebäude Österreichs, der Vienna DC-Tower, oder das neue Krankenhaus Nord sind mit unseren Sicherheitslösungen ausgestattet. Ich kann hier viele weitere namhafte Projekte, wie das Einkaufs- und Bürozentrum Wien-Mitte, das T-Center am Rennweg, die Vetmed-Uni, die Universität Wien, die Universität Innsbruck und zahlreiche weitere Universitäten österreichweit sowie Industriebetriebe wie Magna oder Lenzing anführen. Aber auch tausende Hotel- und Freizeitbetriebe, zahlreiche Gebäude in Gemeinden und neuerdings Studentenwohnheime sind mit unseren Lösungen ausgestattet. Besonders stolz sind wir, dass wir das neue Haus der Wiener

Wirtschaft am Praterstern mit einer ESSECCA-Gesamtlösung ausstatten durften. Diese Lösung umfasst die elektronische Zutrittskontrolle, die Videotürsprechanlagen, die Videoüberwachung und das Sicherheitsmanagementsystem VISECCA, über welches alle Lösungen zentral gesteuert werden können.

WIE SIEHT DIE GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG VON ESSECCA AUS?

Wir sind mit der Entwicklung äußerst zufrieden. Seit wir unter der Marke ESSECCA auftreten, konnten wir den Umsatz verdoppeln und erwarten das heurige Jahr mit einem Umsatz von 20 Millionen Euro abschließen zu können. Besonders erfreulich ist, dass wir Steigerungen in allen Regionen und allen Kundensegmenten erzielen konnten. In den nächsten Jahren wollen wir unser Volumen weiter erhöhen, werden unsere Position als End-to-End-Anbieter weiter ausbauen und dabei den Fokus auf smarte, digitale und integrierte Gesamtsicherheitslösungen für alle Gebäude legen. Wir wollen es den Menschen in diesen Gebäuden ermöglichen, einen höchstmöglichen Grad an „Convenience“ zu erleben. Wir wollen den Nutzern das Leben im und um das Gebäude mit Sicherheit deutlich erleichtern.

WAS DÜRFEN IHRE KUNDEN 2020 VON IHNEN ERWARTEN?

Mithilfe neuer und innovativer Produktentwicklungen unseres Exklusivpartners SALTO können wir unseren bestehenden und zukünftigen Kunden prozessunterstützende Sicherheitslösungen anbieten, welche einen greifbaren Nutzen im täglichen Geschäftsbetrieb mit sich bringen. Mit SALTO SVN-Flex – einer Weltneuheit – können wir kabellose Real-Time-Zutrittspunkte installieren, durch welche kostengünstig, ohne aufwendige Verkabelung hoher Komfort auf höchstem Sicherheitsniveau erreicht wird. Mit der Cloud-Zutrittslösung SALTO KS (Keys as a

Service) bieten wir eine mobile und kabellose Lösung an, die ohne lokale Software-Installation auskommt, womit sich der Investor die Anschaffungs- und Betriebskosten für die IT-Infrastruktur und Netzwerke erspart. Aber auch auf dem Sektor Mobilität bieten wir mit den SALTO JustIN Mobile Solutions umfangreiche Funktionen, vom Senden der Zutrittsberechtigung Over the Air an das Smartphone, vom Handy als Schlüssel bis hin zur zentralen (Fern-)Steuerung aller ESSECCA-Sicherheitslösungen über unser Sicherheitsmanagementsystem VISECCA. Und wir arbeiten schon jetzt an den Lösungen der Zukunft mit Blickrichtung 2025. ■

INFO-BOX

Über ESSECCA

Das Unternehmen EVVA wurde 1919 gegründet und ist bis heute ein Familienunternehmen geblieben. Schon früh erkannte man den immer stärker werdenden Bedarf an professioneller Sicherheitstechnik und spezialisierte sich darauf. Mit der im Jahr 2001 in Bad Fischau errichteten EVVA Sicherheitssysteme GmbH wurde der Grundstein für ganzheitliche Sicherheitskonzepte gelegt. Aus ebendieser Betriebsstätte ging die ESSECCA GmbH hervor. ESSECCA hat mit Wirkung vom 1. Jänner 2013 alle bestehenden Verträge und Vereinbarungen sowie alle Mitarbeiter im Rahmen der Gesamtrechtsnachfolge von EVVA übernommen, ist seither eine eigenständige und von EVVA unabhängige Gesellschaft und gehört heute zu den führenden Anbietern von elektronischen Sicherheitslösungen in Österreich. Angeboten werden umfassende sicherheitstechnische Lösungen für die Bereiche elektronische Zutrittskontrolle, Alarm, Video, Türsprechanlagen und Sicherheitsmanagementsysteme sowie die mechanische Sicherheitstechnik.

www.essecca.at

DER SCHLÜSSEL ZUM INTELLIGENTEN GEBÄUDE

Wer bei Sicherheitstechnik an Alarmanlagen, Videoüberwachung und Zutrittssysteme denkt, liegt zwar grundsätzlich richtig. Digitale State-of-the-Art-Sicherheitslösungen können jedoch weit mehr als abschließen, überwachen und melden.



Man stelle sich vor: Mit seinem Smartphone verschafft sich der Mitarbeiter Zutritt zu seinem Büro und betritt einen Raum, der exakt seinen Bedürfnissen entspricht. Licht und Temperatur werden automatisch angepasst, das Beschattungssystem reagiert auf die gewünschte Helligkeit, und der Bildschirm für die im Office-Kalender eingetragene

Videokonferenz ist bereits eingeschaltet, noch bevor man den Anruf-Button betätigt. Szenarien wie diese sind längst keine futuristischen Wunschvorstellungen mehr – in intelligenten Gebäuden sind sie bereits Realität. Denn durch den Zutritt können viele Folgefunktionen angestoßen und das Gebäude oder einzelne Räume gemanagt werden.

Das Potenzial dieser schier grenzenlosen Möglichkeiten auszuschöpfen, hat sich der österreichische Leitbetrieb ESSECCA auf die Fahne geheftet und mit seinem Angebot an integrierbaren und zukunftssicheren Lösungen eine wesentliche Voraussetzung für das Zusammenspiel verschiedener Sicherheitslösungen geschaffen.

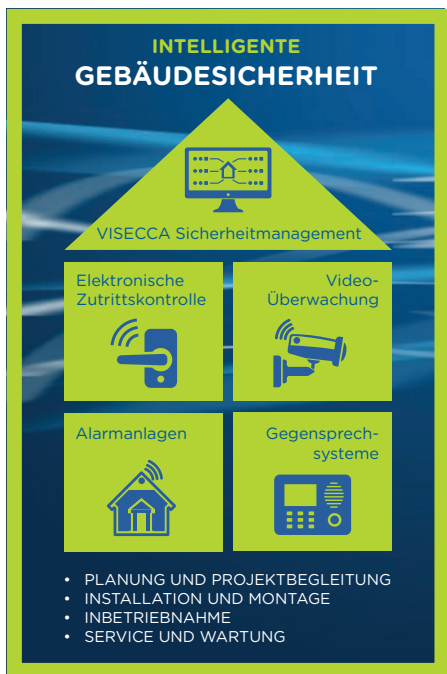
STARKE PARTNERSCHAFTEN

In seinem Bestreben, den maximalen Nutzen intelligenter Sicherheitstechnik auszuschöpfen, setzt ESSECCA auf ein sorgfältig ausgewähltes Portfolio von starken Marken und auf



„State-of-the-Art-Sicherheitslösungen können weit mehr als abschließen, überwachen und melden. Es geht dabei um erweiterte Intelligenz für Gebäude und Annehmlichkeiten für ihre Nutzer. Wir können denselben Nutzerkomfort bieten wie in einem Auto, wo zum Beispiel Außenspiegel- und Sitzeinstellungen über den individuell programmierbaren Schlüssel gesteuert werden. Oder wie bei einem PC-Desktop, der über die Login-Daten persönliche Einstellungen garantiert.“

Wilfried Hirmann, Geschäftsführer ESSECCA GmbH



langfristige, partnerschaftliche Beziehungen zu den Lieferanten. Viele der von ESSECCA implementierten Sicherheitslösungen sind im Bildungs- und Gesundheitswesen, in der öffentlichen Verwaltung, der Hotellerie- und Freizeitbranche sowie im Bereich von Industrie und Gewerbe angesiedelt. Im Lösungsbereich „Elektronischer Zutritt“ ist ESSECCA etwa exklusiver Herstellervertreter in Österreich für den Marktführer SALTO. Die Mobile-Access-Technologie JustIN Mobile beispielsweise wird bereits an tausenden Türen in Hotels weltweit angewendet, zum Teil als Ergänzung zur Zutrittskontrolle mit Karte,



zum Teil eingebettet in Hotelmanagementsysteme (PMS) oder Apps von Anbietern mobiler Hotelservices.

FLEXIBLE STEUERUNG FÜR DIGITALE GEBÄUDE

Das ESSECCA-Sicherheitsmanagement-System VISECCA bietet alle Möglichkeiten für das Management und die Überwachung unterschiedlicher Systeme: Es integriert, visualisiert und steuert Sicherheitssysteme, Gebäude- und Kommunikationstechnik unterschiedlicher Hersteller. Das versetzt Eigentümer oder das Wartungs- und Sicherheitspersonal – auch mittels Smartphone – in die Lage, sich rasch ein umfassendes Bild von Situationen und Zuständen im Gebäude zu verschaffen und entsprechend zu reagieren. Und sollten die Anforderungen wachsen, kann auch das System an die neuen Gegebenheiten angepasst werden. Durch seinen flexiblen, modularen Aufbau ist VISECCA auch während der Laufzeit um etwaige Schnitt- und Datenpunkte erweiterbar.

ERFAHRUNG, KNOW-HOW UND LÖSUNGSKOMPETENZ

Das Erfolgsrezept für eine funktionierende Lösungsintegration endet nicht bei der Qualität der „Hardware“, ebenso wichtige Zutaten sind Erfahrung, Know-how und vor allem Lösungskompetenz. ESSECCA ist ein österreichischer Leitbetrieb, der seine Kunden nicht nur bei der Planung und im Projektmanagement, sondern auch mit einem umfangreichen Support- und Serviceangebot unterstützt. ■

ESSECCA GmbH
 Ing.-Julius-Raab-Straße 2
 2721 Bad Fischau-Brunn
 Tel.: +43/2622/422 88
 Fax: +43/2622/422 88-1634
 office@essecca.at, www.essecca.at

DER AUFZUG UND DU

Fahren Sie nach oben oder nach unten? In der Studie „Otis Aufzugs-Check“ wurden Herr und Frau Österreicher zu verschiedenen Aspekten ihres „Aufzugsverhaltens“ befragt. Ihre Antworten waren teilweise überraschend offenherzig.

Einem Experten für Aufzugsanlagen ist natürlich daran gelegen, die Nutzer seiner Produkte, ihre Wünsche und die Art ihrer Nutzung kennenzulernen. Darüber hat auch Otis nachgedacht und deswegen im August 2019 vom Unternehmen Marketagent.com eine repräsentative Online-Befragung durchführen lassen, deren Ergebnisse nun veröffentlicht wurden. Insgesamt wurde exakt 1.006 Personen im Alter von 14 bis 69 Jahren auf den Zahn gefühlt. Gleich zu Beginn gibt es eine kleine Überraschung: Nicht die Tatsache, dass rund ein Viertel der Befragten täglich einen Aufzug nutzt und nur drei Prozent so gut wie nie. Sondern dass bei den Jüngeren (14 bis 19 Jahre) 28,9 Prozent den Aufzug täglich nutzen, während bei den Silver Ager (60 bis 69 Jahre) nur 13,2 Prozent auf das Stiegensteigen verzichten wollen.



„Leider wissen nur 14,8 Prozent der Befragten, dass der Aufzug das sicherste Verkehrsmittel ist. Hier ist also noch allerhand Bewusstseinsarbeit von unserer Branche notwendig.“

DI Roman Teichert, Geschäftsführer von Otis Österreich

AUFZUG IST SICHERSTES VERKEHRSMITTELN

„Leider wissen nur 14,8 Prozent der Befragten, dass der Aufzug das sicherste Verkehrsmittel ist. Hier ist also noch allerhand Bewusstseinsarbeit von unserer Branche notwendig“, erklärt Roman Teichert, Geschäfts-

führer von Otis Österreich. „Fakt ist aber, dass sich 83,5 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher beim Aufzugsfahren wohlfühlen.“ Hier sind Unterschiede zwischen den Geschlechtern festzumachen: Während 47 Prozent der Männer ein gutes Gefühl beim Aufzugsfahren angeben, taten dies nur 29,1 Prozent der Frauen. „Unsere Branche sollte darüber nachdenken, wie dieser Gendergap verbessert werden kann“, so Christoph Sengst-



Wenn schon zu viele Menschen vor der geschlossenen Aufzugstür warten oder nur wenige Stockwerke überwunden werden wollen, entscheidet sich die Mehrheit gegen eine Liftfahrt.

schmid, Director Sales&Marketing bei Otis. Sicherheit ist ein Thema, denn fast ein Drittel nutzt die Treppe, wenn suspekte Personen warten oder einsteigen, und mehr als ein Drittel wünscht im Aufzug der Zukunft eine ständige Kontrolle durch Sicherheitskameras und Mikrofone.

ES GEHT BERGAB

Wesentliche Gründe, um den Aufzug nicht zu nutzen, sind, dass nur „wenig Etagen überwunden werden müssen“ (57,5%), gefolgt von dass „zu viele Menschen warten“ (53,4%) und „der Aufzug zu lange nicht kommt“ (49,1%). Schon an vierter Stelle steht der Anspruch, sich „mehr im Alltag bewegen zu wollen“ (47,4%), gefolgt

von „nach unten zu müssen“ (32%). 29,2 Prozent benützen keinen Aufzug, wenn „suspekte Personen warten oder einsteigen“, und 27,4 Prozent vermeiden einen zu alten oder unsicher erscheinenden Aufzug. 18,8 Prozent steigen Stufen, wenn der „Aufzug zu klein ist“, und 6,2 Prozent, „wenn mehr als zwei Personen im Fahrstuhl sind“. 4,3 Prozent der Österreicher nehmen prinzipiell immer die Treppe. 68 Prozent der Befragten haben keine Platzangst im Aufzug, jedoch 28,3 Prozent, wenn der Lift sehr klein bzw. voll ist, 3,7 Prozent erleben immer Angstgefühle im Aufzug. An ein Steckenbleiben erinnern sich 35,2 Prozent der Befragten, 64,8 Prozent sind noch nie im Aufzug stecken geblieben.

Fotos: Otis



1

Fast die Hälfte der Befragten wertet schlechte Gerüche wie Schweiß oder zu intensives Parfum als den mit Abstand größten Störfaktor im Aufzug.

SAUBER, GROSS UND WACKELFREI

Für 94,7 Prozent der Befragten ist Sauberkeit in einem Aufzug ein sehr wichtiger/eher wichtiger Aspekt, gefolgt von Größe/viel Platz (86,2%) und einem wackel- und rüttelfreien Fahrerlebnis (82,1%). Den guten alten „Lift-Boy“ wünschen sich 8,6 Prozent der Befragten.

SEX UND FLATULENZEN IM AUFZUG

Was tun die Menschen im Fahrstuhl – zum Beispiel, wenn sie allein oder zu zweit sind? Zumeist bleibt es recht harmlos. Am häufigsten (73,5%) betrachten sich Fahrstuhlnutzer, wenn vorhanden, im Spiegel. Auch überwiegt der praktische Nutzen: Mehr als die Hälfte der Befragten

(56,9%) transportieren sperrige Güter. Doch schon an dritter Stelle wird es etwas intimer und unbefängener. 41 Prozent küssen gern einmal im Aufzug, 4,6 Prozent hatten sogar schon Sex. 29,4 Prozent outen sich, dass sie schon einmal alle Knöpfe gedrückt haben. Jeder Vierte (25%) hat seinen Blähungen freien Lauf gelassen, und als Selfielocation wird der Aufzug immerhin von 22,5 Prozent der Fahrgäste genutzt. Frappierend bei den Tätigkeiten im Aufzug sind die Unterschiede zwischen den Altersgruppen und den Geschlechtern: so neigen Männer und jüngere Personen statistisch gesehen signifikant zu einem argloseren Verhalten im Aufzug als Frauen und ältere Personen.

Fotos: Manfred Sodja (1), Otis (2)



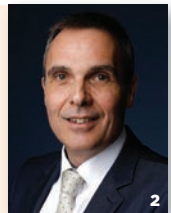
der Befragten geben an, Mitfahrende zu grüßen, und 21,8 Prozent führen höflich Smalltalk, gesprochen wird dabei über „das, was sich ergibt“ (46,1 %), oder über das Wetter (24,9 %). 42,6 Prozent der Befragten erleben, dass Fahrgäste sich noch reindrängeln, wenn der Aufzug bereits die Tür schließt. Dass private Gespräche (unfreiwillig) mitangehört werden, passiert 45,5 Prozent der Fahrstuhlnutzer, und, ähnlich häufig, dass zu wenig Abstand eingehalten wird. Doch es geht auch freundlich zu, denn knapp jeder Zweite (48,8 %) beobachtet, dass anderen Personen beim Einsteigen der Vortritt gelassen wird oder eine Entschuldigung folgt, wenn versehentlich jemand angerempelt wird (37,7 %).

DIE GRÖSSTEN STÖRFAKTOREN

48,1 Prozent werten als größten Störfaktor im Aufzug schlechte Gerüche (z. B. Schweiß, zu intensives Parfum). Damit liegt die olfaktorische Belästigung weit vor anderen Störfaktoren wie dem Halten im Stockwerk, wenn keine Person einsteigt (25,7 %), gefolgt von Mitfahrern, die einem zu nahe rücken (24,5 %), zu langem Warten (24,5 %) sowie nervenden Körpergeräuschen (Rülpsen, Schnäuzen, Husten, 23,6 %). Der eine

„Sicherheit ist ein Thema, denn fast ein Drittel nutzt die Treppe, wenn suspektere Personen warten oder einsteigen, und mehr als ein Drittel wünscht im Aufzug der Zukunft eine ständige Kontrolle durch Sicherheitskameras und Mikrofone.“

DI Christoph Sengtschmid, Director Sales & Marketing bei Otis



2

WENN JEMAND IM AUFZUG FÄHRT, HAT ER NICHT VIEL ZU ERZÄHLEN

Gesprächig sind die Österreicher und Österreicherinnen scheinbar nicht besonders – zumindest wenn sie mit dem Aufzug fahren. Dann herrscht unter den Fahrgästen zumeist betretenes Schweigen (70 %). Immerhin, 51,1 Prozent

oder andere Störfaktor wird von den Geschlechtern differenziert bewertet. So ist für 29,2 Prozent der Männer langes Warten ein Störfaktor, während es bei Frauen nur 19,7 Prozent sind. Mit dem Chef im Aufzug fahren wollen nur 45,5 Prozent der Österreicher. 50,5 Prozent würden für einen Nachkommenden nicht die



Der Aufzug der Zukunft soll laut der Umfrage von Otis vor allem eines sein, nämlich barrierefrei. Die jüngere Generation wünscht sich auch eine KI zum Plaudern.

Tür aufhalten, sondern möglichst rasch losfahren, und 58,8 Prozent wollen keine Musik im Lift. 34,3 Prozent der Befragten reden gar nicht mit Fremden im Aufzug. Nur eine absolute Minderheit (9,6 %) bevorzugt einen Platz in der Mitte des Aufzugs, wohingegen 90,4 Prozent sich lieber an den Rand stellen.

DER AUFZUG DER ZUKUNFT

Die Grundfunktionen eines Fahrstuhls sind stets dieselben: Er fährt rauf und runter. Was soll er auch mehr machen? Aber an den Details lässt sich noch das eine oder andere verbessern. Das Hauptanliegen für den Aufzug der Zukunft ist bei den Befragten in dieser Studie die Barrierefreiheit (57%), gefolgt von einer ökologischen Fahrweise (42,5%), einem persönlichen Ansprechpartner in einem Notfall (35,6%), und 34 Prozent wünschen sich eine ständige Kontrolle durch Sicherheitskameras und Mikrofone.

Erwartungsgemäß sind in einigen Punkten die Wünsche an den Aufzug der Zukunft altersabhängig: Screens mit Unterhaltungsprogrammen,

die „App zum Aufzug“ oder der Einsatz einer künstlichen Intelligenz, mit der man sich unterhalten kann, sind etwa für jüngere Fahrgäste deutlich attraktiver als für die befragten Personen jenseits des 60. Lebensjahres. Aber im Endeffekt sind wir doch alle schon zufrieden, wenn wir in der richtigen Etage ankommen, oder? ■

INFO-BOX

Über Otis

Die Firma Otis wurde im Jahr 1853 gegründet und ist der weltweit größte Hersteller von Aufzugsanlagen und Fahrtreppen.

Otis ist in über 200 Ländern tätig: Durch die Übernahme von Freissler Aufzüge im Jahr 1969 konnte sich Otis in Österreich etablieren. Der Aufzugshersteller beschäftigt österreichweit rund 450 Mitarbeiter und ist Marktführer im Bereich Service und Wartung.

www.otis.com

FM-BRANCHE MUSS GREEN FM BEWERBEN

Mieter, Nutzer und Gesetzgeber erwarten eine ökologische Bewirtschaftung von Immobilien. Doch bei der Umsetzung von Green FM gibt es bei Betreibern nach wie vor große Ängste – zu Unrecht, denn der Nutzen und Einsparungen sprechen klar dafür.

Das Facility-Management (FM) steht vor der Herausforderung, die Werterhaltung von Objekten gewährleisten zu müssen, gleichzeitig ein höchstmögliches Wohlbefinden der Nutzer sicherzustellen und die Leistungen ökologisch zu erbringen. Das wird von Mietern und Nutzern erwartet. Angesichts steigender Preise für Energie, Wasser und andere Ressourcen ist effizientes Wirtschaften aber auch ein Gebot kaufmännischer Vernunft.

zwischen grünen Dienstleistungen oder günstigen Preisen entscheiden zu müssen. Dabei ist beides gleichzeitig möglich. Die Branche muss die Kunden über den Nutzen von Green FM also noch besser informieren:

- Größere Attraktivität der Immobilie für potenzielle Mieter und Nutzer
- Steigerung der Wirtschaftlichkeit
- Geringerer Ressourcenverbrauch und niedrigere Betriebskosten
- Längere Lebensdauer der Immobilie



„Die Mitarbeiter sind die wichtigsten Botschafter für nachhaltige und ökologische Dienstleistungen. Sie muss man sensibilisieren und ausbilden, damit sie beim Kunden den Nutzen und Wert von Green FM vermitteln können.“

**Thomas Fastenrath, Geschäftsführer
der WISAG Service Holding Austria GmbH**

Dabei reichen aber strategische und organisatorische Veränderungen allein nicht aus. Die Mitarbeiter als Botschafter nach außen müssen für das Thema sensibilisiert und geschult werden. Die WISAG bietet diese Schulungen aufgrund

PIONIERARBEIT LEISTEN

des mangelnden Angebots intern an, denn nur wenn die Mitarbeiter ein Bewusstsein für die Zusammenhänge entwickeln und das Kunden vermitteln können, kann die FM-Branche ökologisch ausgerichtete Dienstleistungen und Produkte überzeugend anbieten. Dieses Ziel sollte von der gesamten Branche verfolgt werden, denn für das Image von FM kann das nur förderlich sein. ■

Die WISAG hat Ökologie bereits 2010 in die Unternehmensvision aufgenommen und seitdem viele Impulse gesetzt. Der 2020 veröffentlichte Umweltbericht der WISAG Facility Service fasst nun die Ergebnisse zusammen und kommt zur Erkenntnis: Die Kunden müssen sich innovativen Dienstleistungen erst annähern. Viele befürchten, sich

des mangelnden Angebots intern an, denn nur wenn die Mitarbeiter ein Bewusstsein für die Zusammenhänge entwickeln und das Kunden vermitteln können, kann die FM-Branche ökologisch ausgerichtete Dienstleistungen und Produkte überzeugend anbieten. Dieses Ziel sollte von der gesamten Branche verfolgt werden, denn für das Image von FM kann das nur förderlich sein. ■



WISAG Service Holding Austria GmbH

Landstraßer Hauptstraße 99/3a
1030 Wien
Tel.: +43/1/713 69 20
info@wisag.at
www.wisag.at

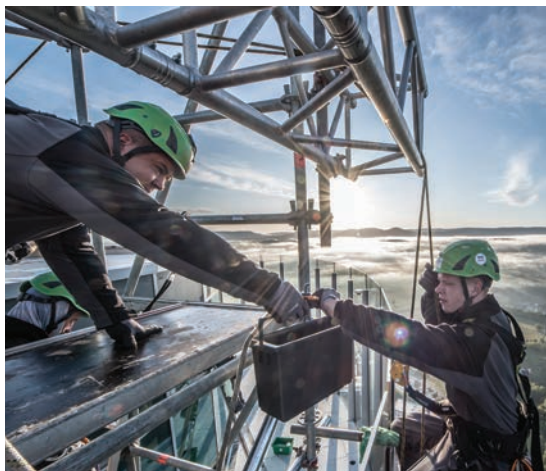
HÖCHSTE SAUBERKEIT

Die WISAG Gebäudereinigung Mitteldeutschland hat für thyssenkrupp einen Auftrag in schwindelerregender Höhe umgesetzt: Ein Team des Reinigungsexperten säuberte die Glasfassade eines 246 Meter hohen Testturms.

Der Turm wurde eigens für den Test von Express- und Hochgeschwindigkeitsaufzügen erbaut. Auf einer Höhe von 232 Metern befindet sich Deutschlands höchste Besucherplattform. Die Glasfassade des Turms wurde nun erstmals nach dessen Errichtung gereinigt. Dafür waren acht Fachkräfte der WISAG Gebäudereinigung Mitteldeutschland fünf Tage lang im Einsatz. Das Team bildeten Glas- und Gebäudereiniger, die über eine Zusatzausbildung zum Industriekletterer verfügen, ein Gerüstbauer sowie ein Gebäudereinigungsmeister. Vor dem eigentlichen Reinigen der Außenfassade standen zunächst Aufbauarbeiten an. Um an die festinstallierten Glasflächen zu gelangen, setzte die WISAG eine Seilzugangstechnik ein. Insgesamt benötigten die Industriekletterer dafür rund 1.000 Meter Seil.

„Mir ist nicht bekannt, dass jemals zuvor ein Gebäudereinigungsteam in Deutschland eine Glasreinigung in knapp 240 Meter Höhe via Kletterseil durchgeführt hätte. Zusätzlich zu den erforderlichen Qualifikationen und Erfahrungen braucht es bei einer solch einzigartigen Aufgabe ein hohes Maß an Konzentration und Teamarbeit. Jeder muss sich auf den anderen verlassen können“, sagt Felix Eckert, Niederlassungsleiter der WISAG Gebäudereinigung Mitteldeutschland.

Dem aufwendigen Einsatz ging eine fast zweijährige Planungs- und Organisationsphase voran. In dieser Zeit hat ein Statiker und Gerüstbauer für die Reinigungsarbeiten im Seil eigens ein Spezialgerüst entworfen. Außerdem



entwickelte die WISAG Gebäudereinigung Mitteldeutschland ein auf die Immobilie zugeschnittenes Zugangs- und Rettungskonzept für den Reinigungseinsatz.

In diesem Jahr wird voraussichtlich noch ein weiterer Reinigungseinsatz an dem Testturm erfolgen. Die WISAG Gebäudereinigung ist neben der Glasreinigung auch für die Unterhaltsreinigung in der Zentrale von thyssenkrupp in Essen sowie an zahlreichen weiteren thyssenkrupp-Standorten in Deutschland zuständig. ■

Doppelt überzeugend: in Leistung und Preis

Die Embedded-PC-Serie CX5100 für PLC und Motion Control



www.beckhoff.at/CX51xx

Mit der Embedded-PC-Serie CX5100 bietet Beckhoff eine kostengünstige Steuerungskategorie für den universellen Einsatz in der Automatisierung. Die drei lüfterlosen, hutschienenmontierbaren CPU-Versionen bieten dem Anwender die hohe Rechen- und Grafikleistung der Intel®-Atom™-Mehrkern-Generation bei niedrigem Leistungsverbrauch. Die Grundausstattung enthält eine I/O-Schnittstelle für Busklemmen oder EtherCAT-Klemmen, zwei 1.000-MBit/s-Ethernet-Schnittstellen, eine DVI-I-Schnittstelle, vier USB-2.0-Ports sowie eine Multioptionsschnittstelle, die mit verschiedensten Feldbussen bestückbar ist.

ARCHITEKTUR SPRICHT

Samina Gheorghe hat Architektur und Marketing studiert. An dieser Schnittstelle fühlt sie sich wohl und vermittelt unter anderem bei Projekten der moodley design group zwischen allen beteiligten Stakeholdern, damit die Markenidentitäten sich auch in der Architektur wiederfinden lassen.

„Am Ende des Tages kommuniziert man durch alles, auch wenn man glaubt, dass man nicht kommuniziert.“

Samina Gheorghe, Expertin für die Transformation von Marken in die Architektur

A„Am Ende des Tages kommuniziert man durch alles, auch wenn man glaubt, dass man nicht kommuniziert“, sagt Samina Gheorghe. Ihre „Muttersprache“ ist die Architektur, aber ebenso gut beherrscht sie das Vokabular des Marketings. Sie hat es sich zur Aufgabe gemacht, zwischen diesen beiden Welten zu vermitteln.

Das dafür nötige Handwerkszeug hat sie sich umfassend in Theorie und Praxis angeeignet. Nachdem sie Hochbau an der Wiener Camillo Sitte Lehranstalt gelernt hatte, setzte



sie ihre akademische Laufbahn an der Akademie der bildenden Künste, ebenfalls in Wien, fort. Mit dem Master für Architektur in der Tasche machte Gheorghe den Sprung über den großen Teich und holte sich auch den Master of Arts in Integrated Marketing Communications am



Auf ihre Vermittlerrolle hat sich Gheorghe mit einem Architekturstudium in Wien und einem Marketingstudium in den USA vorbereitet.

Emerson College in Boston. Als Architektin arbeitete sie unter anderem in Paris, London und Wien und lehrte auch drei Monate an der Portland State University. Seit 2011 unterstützt sie die moodley design group im Bereich inhaltliche Beratung und Markenprozesssteuerung, wo sie unterschiedliche Disziplinen und Stakeholder verbindet, um mit lösungsorientierten Designstrategien starke Markenidentitäten zu kreieren. Darüber hinaus ist sie auch der wissenschaftlichen Arbeit treu geblieben und beschäftigt sich als Doktorandin an der Wirtschaftsuniversität Wien mit Markenpersönlichkeiten und deren Transformation in das Räumliche. Das ist sozusagen ihr Steckpferd, wie schnell deutlich wird, wenn man mit der „Architekturdolmetscherin“ ein paar Worte über ihre persönliche Leidenschaft wechselt – wie NEW BUSINESS es getan hat.

Fotos: Michael Gaida/Pixabay (1), RNF (2)



Samina Gheorghe verbindet mit ihrer Arbeit zwei Welten – und brennt mit Leidenschaft dafür, Markenidentitäten in Architektur zu übersetzen.

**FÜR DEN ANFANG EINE GANZ NAIVE FRAGE:
WAS HABEN MARKEN UND ARCHITEKTUR
MITEINANDER ZU TUN?**

Die kürzeste Zusammenfassung für mich ist, dass beide Disziplinen im Zentrum den Menschen haben. Das ist ihr gemeinsamer Kern. Der Markenkern – das Herzstück – muss kommuniziert werden und ist abhängig von all den Touchpoints, mit denen man nach außen kommuniziert. Am Ende des Tages kommuniziert man durch alles, auch wenn man glaubt, dass man nicht kommuniziert. Ein für mich persönlich wichtiger Touchpoint ist die Architektur. Ich habe Architektur studiert, war als Architektin tätig

und habe mich dann entschlossen, in den USA Marketing zu studieren. Dort habe ich erfahren, welche relevanten Informationen es vom Marketresearch über das Verhalten von Menschen gibt – ganz viele Dinge, die wesentlich für die Architektur sind. Das war mein großes Aha-Erlebnis: Da gibt es zwei Disziplinen, die wahn-

„In der Architektur treten sehr schnell Geschmacksfragen auf. Wenn wir aber von Marken reden, dann nicht von Geschmack, sondern davon, was für die Identität, die wir geschaffen haben, relevant ist.“

Samina Gheorghe

sinnig von einem Miteinander profitieren könnten, um einen besseren Prozess, ein besseres Ergebnis schaffen. Es gibt hier viele Informationen, die nur darauf warten, miteinander besprochen zu werden.

AUS DEM RETAIL-BEREICH KENNT MAN ZUM BEISPIEL SCHICKE FLAGSHIPSTORES. ABER AUS WELCHEM GRUND SOLLTE MAN SICH BEI EINEM HOTEL-, WOHN- ODER BÜRO-PROJEKT GEDANKEN ÜBER DAS ZUSAMMENSPIEL VON MARKE UND ARCHITEKTUR MACHEN?

Es gibt im Grunde genommen keine Grenzen, wo man Marke kommuniziert und wo nicht. Eine Marke ist eine Identität. Jeder von uns hat eine Identität. Natürlich hat das primär im Shop-Bereich angefangen. Es ist offensichtlich, dass dies ein Punkt ist, an dem sich Menschen mit Marken, Produkten und Services beschäftigen. Die Art und Weise, wie der Shop entworfen ist, muss mit der Strategie des Unternehmens nach außen korrespondieren. Aber eigentlich ist es egal, in welchem Bereich ich tätig bin: Ich kommuniziere und strahle Identität dadurch aus, wie ich baue.

Im Hospitality-Bereich haben wir ein Haus, in dem sich Menschen befinden, in dem sie ankommen und kurzfristig wohnen. Dieses Haus muss doch auch ein Teil dessen sein, wie wir mit den Menschen in Verbindung treten. Hier gibt es auch ein starkes Bewusstsein dafür, dass die Architektur ein Teil der Markenkommunikation ist.

Der Office-Bereich ist eine weitere Industrie, die das verstanden hat. Was haben die Marke und der Arbeitsplatz mit der Art und Weise zu tun, wie wir arbeiten? Welche Menschen sprechen wir an? Wer soll sich hier wohlfühlen? Der Raum muss mit dem, was man nach außen kommuniziert, korrespondieren. Menschen haben eine gewisse Vorstellung auf Basis dessen, was sie gehört haben. Wenn das nicht passt, dann habe ich einen Gap.

Architektur ist für mich einer der stärksten Touchpoints, weil ich hier viel stärker mit den Menschen in Verbindung treten kann als mit einer Visitenkarte oder einer Website. Die Architektur ist ein sehr mächtiges Instrument. Wir können Emotionen wecken, Menschen durch Empfindungen leiten. Wir können Menschen in einer ganz anderen Art fühlen lassen als bei zweidimensionalen Touchpoints.

UND IM WOHNBAU?

Auch beim Thema Wohnen beschäftigt man sich mit den Menschen, die sich dort in Zukunft befinden sollen, die sich jetzt dort befinden, mit der Identität, die dort wächst. Egal, ob es eine Wohnanlage ist, ein Stadtquartier oder eine Wohnung. Auch das Thema Wohnen ist ein Bereich, in dem ich sehr stark kommuniziere. Nicht nur im Sinne des Wohnbaus, sondern auch im Sinne des Städtebaus. Welche Grätzl

INFO-BOX

Zur Person

Mit ihrem Background als Architektin, einem Studium der Integrated Marketing Communications und ihrer Erfahrung im Bereich des Schaffens von Architektur im Kontext von Marken liegt Samina Gheorghes Expertise in der Entwicklung von Markenstrategien an der Schnittstelle zur Architektur. Seit 2011 unterstützt sie die moodley design group in der inhaltlichen Beratung und Markenprozesssteuerung, wo sie unterschiedliche Disziplinen und Stakeholder verbindet, um mit lösungsorientierten Designstrategien starke Markenidentitäten zu kreieren. Ihre Begeisterung dafür, neue Dinge zu gestalten und integrative Prozesse zu entwickeln, lebt sie unter anderem mit ihrer wissenschaftlichen Doktorarbeit an der WU Wien im Bereich Markenpersönlichkeiten und deren Transformation in das Räumliche aus – eine ihrer persönlichen Leidenschaften.

lasse ich dort entstehen und welche nicht? Ich schaffe mit meinem Gebäude, meiner Wohnanlage eine Umgebung, die vielleicht Dinge aktiviert, aber auf jeden Fall verändert. Auch hier ist das Thema Marke – oder nennen wir es Identität – einfach wichtig. Es gibt derzeit viele Investoren und Bauträger, die versuchen, Identitäten zu schaffen. Man sieht Plakate, es gibt Namen für Projekte, Investoren haben verstanden, dass die Menschen wissen möchten, wofür die Projekte stehen. Das ist ein Layer. Ich meine aber noch mehr! Ich spreche davon, diese kreierte Identität in den Wohnbau hineinzunehmen und tatsächlich zum Teil des Entwurfs zu machen.

Deswegen ist Architektur ein integraler Bestandteil der Markenkommunikation. Wir sind erst bei den Anfängen davon, dass Architektur wirklich als strategischer Baustein innerhalb eines Prozesses gehandhabt wird. Das Bewusstsein dafür wächst erst langsam.

VON WELCHEN MASSNAHMEN REDEN WIR DA? WAS KANN ODER SOLLTE MAN TUN?

Es braucht im Grunde genommen erst einmal ein Bewusstsein dafür, dass Architektur ein integraler Bestandteil der Strategie ist. Dieses Bewusstsein muss bei den Unternehmen, Investoren und Bauherren bestehen.

Nummer zwei: Es geht um einen Prozess und die Art und Weise, wie man das gesamte Projekt aufsetzt. Nicht nur das Architekturprojekt, sondern alles wird gesamtheitlich betrachtet. Das Spannende in der Architektur ist, dass sie viel

Zeit braucht, teilweise Jahre – je nachdem, von welchen baulichen Maßnahmen wir sprechen. Wenn ein Unternehmen realisiert, dass es eine bauliche Veränderung benötigt, muss es meistens schnell beginnen, damit es sich zeitlich ausgeht. Oft wird dem Architekten nur vermittelt, dass „frischer Wind reinmuss“. Aber schlussendlich liegt der Grund für die bauliche Veränderung eigentlich woanders. Meistens ist die Ursache eine strategische Veränderung, zum Beispiel eine neue Generation am Ruder, die Übernahme einer Firma oder dass sich etwas am Markt getan hat.

Diese strategische Auseinandersetzung, die sich bei dem Unternehmen ergeben hat, muss man dem Architekten mitteilen. Deshalb ist es sinnvoll, sich auch im Designbereich von Anfang an strategische Unterstützung zu holen.

WIE GEHT MAN SO EIN PROJEKT AN?

Wir brauchen einen Prozess, bevor wir das Architektonische angehen. Wir brauchen alle Stakeholder – die Entscheider im Unternehmen, die, die dafür verantwortlich sind, etwas auszuführen, kritische Stimmen, leise Stimmen und den Architekten – an Bord, um gemeinsam zuerst strategisch zu arbeiten und das Bewusstsein zu schaffen. Warum ist eine Veränderung überhaupt notwendig? Wir reden von dem Schärfen von Positionierungen von Marken und Unternehmen.

Wenn man das gemeinsam erarbeitet und verabschiedet hat, geht es in einer zweiten Phase darum, das zusammen mit dem Architekten in die ersten architektonischen Maßnahmen zu übersetzen und einen Rahmen zu formulieren. Eine Art Masterplan, der als Briefing genutzt wird, um schlussendlich an der architektonischen Aufgabe zu arbeiten.

WO KOMMEN SIE INS SPIEL?

Meine persönliche Rolle in dem Ganzen ist der Brückenschlag zwischen der Markenentwick-

„Jeder, der sich entscheidet, baulich etwas für sich selbst, sein Unternehmen, die Marke zu machen, wird sich damit befassen müssen, was er damit kommuniziert.“

Samina Gheorghe



lung und Strategie sowie der Disziplin der Architektur.

Es geht darum, eine starke Verbindung herzustellen, wenn wir eine Richtung erarbeitet haben, und zu überlegen, mit welchen architektonischen Maßnahmen wir dies so gut wie möglich verwirklichen können. Ich arbeite dann mit Architekten zusammen, habe die Unternehmen am Tisch und kann vermitteln. Was wir erreichen wollen, ist, dass der Mensch, wenn er die Türklinke herunterdrückt und reinkommt, genau das Gefühl hat, das wir versuchen zu vermitteln.

BRAUCHT ES DIESE VERMITTLERROLLE?

Ich weiß, woran Architekten denken, wenn sie gewisse Dinge tun. Ich verstehe auch den Kon-

text, wo das Unternehmen hinmöchte – weil ich es mit ihnen vielleicht auch erarbeitet habe und sie in eine neue Richtung gehen.

Bauherr zu sein, mit einer Bauaufgabe, ist für die meisten Unternehmen keine alltägliche Aufgabe. Es ist zum Beispiel nicht alltäglich, eine Hotelmarke neu zu schaffen. Wie soll man da evaluieren, ob das, was ein Architekt tut, sich wirklich darauf auswirkt? Es braucht einen integrativen Prozess. Denn wir haben verschiedene Disziplinen an Bord und feilen gemeinsam daran, diese Marke ins Leben zu rufen.

Deswegen ist es so wichtig, alle relevanten Personen an Bord zu haben und eine gemeinsame Basis zu schaffen. Das schafft auch ein gewisses Commitment, weil jeder Teil dieses Prozesses war und mitgestalten konnte.



**...UND AM SCHLUSS NICHT SAGEN KANN,
DASS ER DAS NICHT WOLLTE.**

Ja. Man kann im Vorfeld über alle Beschwerden und Bedenken reden. Jeder hat die Möglichkeit, sie auf den Tisch zu legen, weil jeder das gleiche Recht hat. Das schafft nicht nur ein Commitment, sondern auch eine Evaluierungsbasis: Einer geht ins Operative, der andere in die Kommunikation, ein Dritter in die Architektur. Jeder arbeitet in seinem Feld. Aber jeder kann evaluieren, ob seine Entscheidungen mit dem zusammenpassen, was wir gemeinsam entschieden haben. Wir haben damit eine andere Basis für Diskussionen, nicht „es gefällt mir“ oder „es gefällt mir nicht“ – das ist wichtig. In der Architektur treten sehr schnell Geschmacksfragen auf. Wenn wir aber von Marken reden, dann nicht von Geschmack, sondern davon, was für die Identität, die wir geschaffen haben, relevant ist. Es ist wichtig, dass wir das Projekt zu evaluieren haben und nicht die persönliche Meinung. Hier gibt es schlussendlich ein qualitativ hoch-

wertiges Briefing, das mit den relevanten Stakeholdern festgelegt worden ist. Das heißt, sie haben eine klare Sicht der Dinge. Architekten sind natürlich kreativ und fangen schon am ersten Tag an, sich Gedanken zu machen. Durch das Briefing werden sehr viele Inputs geliefert, Fragen beantwortet, und man weiß, in welche Richtung man geht. Aber es schränkt die Kreativität nicht ein. Wir entscheiden nicht, wie Dinge auszusehen haben, sondern entscheiden über starke Elemente in der Architektur, um gewisse Dinge stärker zu forcieren, sodass wir nahe an die Identität herankommen. Aber der Architekt hat die Freiheit, mit diesem Set etwas Eigenes zu schaffen.

**WAS KANN MAN TUN, WENN DAS GEBÄUDE
SCHON BESTEHT, SIE ALSO NICHT SCHON
AM BAU BETEILIGT SIND?**

Wenn wir in diesen Prozess gehen und über diese Veränderung, die das Unternehmen einleitet, reden, dann müssen wir natürlich alle vor-

handenen Elemente in die Rechnung mitaufnehmen. Es gibt verschiedenste Beschränkungen aller Art. Es gibt operative und finanzielle Beschränkungen, ein gewisses Korsett, in dem man sich bewegen kann. Wenn es bereits ein Gebäude gibt, dann ist es Teil dieser Identität. Das kann man nicht verleugnen. Man muss sich überlegen, was das Gebäude mitbringt und schon kommuniziert. Gibt es Übereinstimmungen oder Probleme mit dem, was man vorhat? Wenn es notwendig und budgetär sowie zeitlich möglich ist, kann man Veränderungen vornehmen. Wenn das nicht möglich ist, dann wird es zu einem integralen Bestandteil, mit dem man einfach arbeiten muss. Ich habe schon verschiedene Ausprägungsstadien erlebt. Man muss immer abwägen, welche Möglichkeiten man hat. Architektur ist schließlich ein finanzieller Aufwand.

Es braucht diesen Prozess schon vorab, damit man das Projekt richtig einleiten kann und es nicht mittendrin stoppt, weil etwas – die gewünschte Emotion – fehlt. Oft wird dann versucht, das Problem an der Oberfläche zu lösen. Wir reden da über Materialitäten, Farben, Oberflächengestaltungen oder das Mobiliar – quasi die Software. Damit kann man auch sehr viel einleiten. Aber wenn Hardware und Software gemeinsam arbeiten können, erzeugen sie einen stärkeren Fokus. Viele Unternehmen sind noch sehr stark in der Software verhaftet. Aber das ist auch klar: Je nachdem, um welche Industrie es sich handelt, bewegen sich die Dinge schnell, und diese Software ist schneller veränderbar. Deswegen ist es wichtig, wenn man so eine Aufgabe übernimmt, das Gerüst mitzudenken und die Strategie zu einem Teil seiner Planungen zu machen.

FÜR WEN ERGIBT ES ÜBERHAUPT SINN, SICH ÜBER DAS ZUSAMMENSPIEL VON MARKE UND ARCHITEKTUR GEDANKEN ZU MACHEN?

Für alle, die bauliche Maßnahmen planen. Da

rede ich nicht nur von Unternehmen. Jeder, der sich entscheidet, baulich etwas für sich selbst, sein Unternehmen, die Marke zu machen, wird sich damit befassen müssen, was er damit kommuniziert. Egal, ob man aktiv etwas tut oder passiv ist – man kommuniziert. Das sind all die kleinen Details, die schlussendlich dazu beitragen, unsere Identität nach außen widerzuspiegeln.

Das Spannende im Architekturkontext ist, für mich persönlich, durch welche Maßnahmen und Elemente das Widerspiegeln geschafft wird. Es geht um eine Transformation. Eine Marke ist nicht greifbar, sie entsteht in den Köpfen und im Bauch der Menschen. Wie kann ich dieses nicht Greifbare greifbar machen? Architektur ist ein sehr effektiver Touchpoint, um das zu tun, denn ich kann alle fünf Sinne ansprechen. Es ist nonverbale Kommunikation. Wenn der Mensch sich in diesem Raum befindet, dann spricht er zu ihm, beeinflusst ihn unbewusst in der Art und Weise, wie er sich verhält. Was man im Markenkontext versucht, ist, dieses Erlebnis zu schaffen und den Menschen so gut wie möglich zu vermitteln, wie sie sich in diesem Markenuniversum fühlen und wofür es steht. Deswegen ist Architektur so powerful. ■

INFO-BOX

Über die moodley design group

Die moodley design group ist eine inhabergeführte, international tätige Agentur mit den Bereichen Strategie, Design, Interactive, Service und Industrial Design. Der Fokus liegt stets auf einem ganzheitlichen, strategischen Ansatz. Mehr als 100 Spezialisten aus den Bereichen Strategie, Design, Consumer-Experience, Architektur, Journalismus und Content-Publishing entwickeln mit ihren Kunden lebendige Unternehmens- und Produktmarken.

www.moodley.at



LINGUA FRANCA

BuildingMinds, Microsoft und RICS entwickeln einen International Building Performance & Data Standard, der auf dem International Building Operations Standard und dem Common-Data-Model für die Immobilienwirtschaft basiert – eine „Lingua franca“ für die digitale Immobilienwirtschaft.

Die gesellschaftlichen und politischen Erwartungen an Immobilien steigen, und ökologische wie soziale Rahmenbedingungen gewinnen an Bedeutung: So werden auch für zukunftsgerichtetes Immobilienmanagement das Nutzerwohlbefinden, die Reputation und die Mitarbeitergewinnung immer mehr zu strategischen Faktoren – auch wenn der finanzielle Aspekt weiterhin im Vordergrund steht. Um Gebäude weiterhin nachhaltig verwalten und benchmarken zu können, müssen Kosten mit ökologischen und sozialen KPIs in Einklang gebracht werden. Das Standardisierungsprojekt von RICS will nun internationale Standards zur Verfügung stellen, die auf ICMS (International Construction Measurement Standards), IPMS (International Property Measurement Standards),

ILMS (International Land Measurement Standards), IVS (International Valuation Standards) und IES (International Ethics Standards) basieren. Damit soll ein konsistenter Managementansatz für Unternehmen und Gebäude ermöglicht werden, um durch gezieltes Benchmarking die Effizienz, Produktivität, das Wohlbefinden und die Wertschöpfung ganzheitlich zu verbessern.

„Die Immobilienwirtschaft muss neue Ansätze finden, wie sich Effizienz und Innovationen erzielen lassen.“

Chris Tschumper, SME Lead bei Microsoft Schweiz



ENTWICKLUNG EINES COMMON-DATA-MODELS

Das Common-Data-Model dient als universelle Datensprache für alle immobilienbezogenen Geschäftsprozesse und bildet die Grundlage für die von BuildingMinds, einer vor rund einem Jahr vom Aufzugskonzern Schindler gegründeten Firma, entwickelte digitale Plattform zur Immobilienverwaltung. Indem die Plattform alle Daten zusammenführt, stellt sie Investoren, Eigentümern und allen Stakeholdern jederzeit die benötigten Informationen zur Verfügung: Ob aus holistischer Portfolioperspektive oder granular auf Einzelobjektebene werden Dekarbonisierungsstrategien, Nutzerzufriedenheits- und Profitabili-

„Die fehlende Standardisierung von Daten und Informationsströmen führt zu zahlreichen Datensilos in den Unternehmen der Immobilienwirtschaft.“

**Tobias Decker, VP Product Development
bei BuildingMinds**

litätsziele kombiniert. Das Common-Data-Model vereint dabei sowohl nationale als auch internationale Standards. Das Konzept des Common-Data-Models ist von Microsofts Open Data Initiative abgeleitet und in anderen Branchen bereits etabliert. „Die Immobilienwirtschaft muss neue Ansätze finden, wie sich Effizienz und Innovationen erzielen lassen. Der



Datenaustausch auch über Unternehmen oder sogar Branchen hinweg ist dafür absolut erfolgskritisch. Common-Data-Models werden bereits erfolgreich in anderen Branchen genutzt, etwa dem Gesundheitssektor oder der Automobilindustrie. Die entstehenden Open-Data-Pools ermöglichen nicht nur eine höhere Gebäudeeffizienz, sondern auch neue Geschäftsmodelle mit innovativen, kundenfokussierten Produkten und Dienstleistungen“, sagt dazu Chris Tschumper, SME Lead bei Microsoft Schweiz. Die erste Version des Common-Data-Models für die Immobilienwirtschaft soll noch in diesem Jahr veröffentlicht werden. Zum ersten Mal ermöglicht es die vollumfängliche Anwendung von

Technologien wie Machine-Learning und Artificial Intelligence in der Immobilienwirtschaft. „Die fehlende Standardisierung von Daten und Informationsströmen führt zu zahlreichen Datensilos in den Unternehmen der Immobilienwirtschaft. So sind schnittstellenfreie Prozesse, informationsgetriebene Entscheidungen und Smart-Data-Anwendungen schlichtweg nicht möglich. Die Entwicklung eines offenen, von allen nutzbaren Standards liegt auf der Hand“, sagt Tobias Decker, VP Product Development bei BuildingMinds. „Mit unserer Initiative führen wir zusammen, was zusammengehört – Data-Driven Insights und globale Branchenstandards.“

INTEGRATION INTERNATIONALER BRANCHENSTANDARDS

Die Integration bestehender internationaler Branchenstandards in das Common-Data-Model soll von Beginn an zu einer Konsistenz und Kohärenz von branchenbezogenen Daten führen und ermöglicht dadurch:

- Benchmarking gemäß internationaler Standards

„Unser Kernanliegen ist es, eine bessere Bewertung und Evaluierung für die Immobilienwirtschaft zu ermöglichen und die Effizienz von Unternehmen zu erhöhen.“

Andrew Knight,
International Standards Director bei RICS

■ Integration branchenspezifischer Kennzahlen von Mieterzufriedenheit über Nachhaltigkeit bis hin zu Finanzkennzahlen

■ Machine-Learning und Artificial Intelligence für Data-Driven Insights

„Unser Kernanliegen ist es, eine bessere Bewertung und Evaluierung für die Immobilienwirtschaft zu ermöglichen und die Effizienz von Unternehmen zu erhöhen“, sagt Andrew Knight, International Standards Director bei RICS. „Als internationaler Berufsverband sind wir natürlich sehr daran interessiert, unsere branchenspezifischen Standards bereits von Beginn an in ein Common-Data-Model einzubringen, um die digitale Sphäre innerhalb von und zwischen Unternehmen praxisorientiert zu strukturieren.“

Das Projektmanagement leistet das auf Immobilienunternehmen spezialisierte Beratungs-

unternehmen pom+ Consulting. „Es handelt sich um eines der wichtigsten Projekte im Rahmen der digitalen Transformation der Immobilienwirtschaft“, sagt Peter Staub, CEO bei pom+. „Ein Vorhaben dieser Größe und Tragweite ist nicht mit zwei kleinen Arbeitssitzungen erledigt. Wir müssen strukturiert und zielorientiert zusammenarbeiten, um eine solche Mammutaufgabe zu meistern.“

Die International Building Performance & Data Initiative wird aus einem Kernteam bestehen, dessen Ziel es ist, den International Building Operations Standard stetig zu erweitern, zu verbessern und vor allem für alle zugänglich zu machen. Im Rahmen von regelmäßigen, offenen Events sollen künftig Ergebnisse geteilt, Fragestellungen definiert und Strategien diskutiert werden. ■

www.ibpdi.org/

INFO-BOX

Über BuildingMinds

BuildingMinds mit Sitz in Berlin demokratisiert mit einem Common-Data-Model die Datenlandschaft der Immobilienwirtschaft. Damit transformiert BuildingMinds die Art und Weise, wie Gebäude auf der ganzen Welt verwaltet werden, und legt so das Fundament für ganzheitlich datengetriebenes Portfoliomanagement, um erstmalig die vollumfängliche Anwendung von Technologien wie Machine-Learning und Artificial Intelligence für die Immobilienwirtschaft zu ermöglichen. BuildingMinds bietet dafür eine integrierte Cloudplattform mit einem digitalen Gebäudezwilling, Closed-Loop-Prozessen und Datenanalysen. Dafür stehen BuildingMinds zwei erfahrene Partner zur Seite: Schindler mit seiner umfangreichen Domain-Kompetenz und Microsoft mit leistungsstarken Cloudfunktionen.

www.buildingminds.com

Über RICS

RICS ist eine globale Berufsorganisation, der 130.000 Immobilienexperten weltweit angehören. Sie formuliert hohe fachliche und ethische Standards für die Immobilienwirtschaft mit dem Ziel, eine Grundlage für transparente Märkte, finanzielle Stabilität und die beständige Qualität von Dienstleistungen zu schaffen.

www.rics.org

Über pom+ Consulting AG

pom+ ist ein Schweizer Beratungsunternehmen, das Dienstleistungen für Immobilien, Infrastrukturen, Unternehmen und Organisationen aus den Bereichen Bau-, Facility-, Property-, Portfolio- und Asset-Management erbringt.

www.pom.ch

FLEXIBLE LICHTLÖSUNG

Mit einfacher Konfiguration effizient zur DALI-2-Lichtlösung: Die einfach und komfortabel sogar über Excel konfigurierbare TwinCAT 3 Lighting Solution setzt auf die Vereinfachung aller Arbeitsschritte – vom Engineering bis zur Wartung.

D Beckhoff hat das Angebotsspektrum im Bereich der Automatisierung gewerblicher und öffentlicher Gebäude um die DALI-2-Lichtsteuerung TwinCAT 3 Lighting Solution (TF8050) erweitert. Damit lässt sich für jede Beleuchtungssituation in großen Bürogebäuden oder Fertigungshallen eine passende Lösung realisieren. Dazu gehört nicht nur ein umfassender, lückenloser Funktionsumfang, sondern auch die konsequente Vereinfachung aller Arbeitsschritte und Bedienoptionen. Schnelle Funktionsänderungen, Adressierungen und Erweiterungen sind im Betrieb möglich. Zudem ist die TwinCAT 3 Lighting Solution voll Web- und HTML-fähig, dezentral skalierbar sowie komfortabel über ein Panel und mobile Endgeräte wie z. B. Tablets bedienbar.

Das breite Anwendungsspektrum umfasst bewegungs- und präsenzabhängige Beleuchtungssteuerung, tageslichtabhängige Lichtregelung, Lichtszenensteuerung sowie die Steuerung dynamischer Lichtverläufe in Anlehnung an den natürlichen Tageslichtverlauf für Konzepte des Human Centric Lighting (HCL). Hinzu kommt das Monitoring von Energie- und Zustandsdaten für eine optionale standortunabhängige Datenanalyse. Weiterhin wird die Arbeit dadurch erleichtert, dass keine Begrenzung der DALI-Linien vorliegt, eine DALI-Linien-übergreifende Gruppierung möglich ist und alle typischen



Die neue Lösung lässt sich u. a. mit dem 7-Zoll-Multitouch-Panel-PC CP6606 kombinieren.

INFO-BOX

Human Centric Lighting

Human Centric Lighting (HCL) ist ein Beleuchtungskonzept für Innenräume, bei dem neben der Helligkeit auch die emotionale und die nicht-visuelle Wirkung des Lichts berücksichtigt wird. Meist wird unter HCL die Anpassung der Beleuchtung an den natürlichen Verlauf des Tageslichts verstanden. Wesentlich ist hierbei neben der Beleuchtungsstärke vor allem die sich verändernde Farbtemperatur des Lichts.

(Quelle: Wikipedia)



Das mit der TwinCAT 3 Lighting Solution intelligently gesteuerte Licht sorgt für exzellente Lichtqualität, mehr Produktivität, Wohlbefinden bei der Arbeit und die Ausschöpfung aller Energiesparpotenziale.

Lichtregelungen verfügbar sind. Die Umsetzung von HCL unterstützt die TwinCAT 3 Lighting Solution insbesondere durch die integrierte Funktion der Farbtemperatureinstellung, eine frei einstellbare Verlaufskurve von Farbtemperatur und Dimmfunktion, die Beleuchtungssteuerung wahlweise per Start-/Stoppzeit oder Sonnenauf-/untergang sowie die vollständige Unterstützung der DALI-DT8-Norm.

Die Anwendung der Lichtlösung wird zusätzlich vereinfacht durch die modulare und einfach skalierbare Hardware. Diese umfasst als fertig konfigurierte Plug-and-Play-Ausführung einen 7-Zoll-Multitouch-Panel-PC CP6606 bzw. CP6706 oder einen Embedded-PC CX51x0 bzw. CX9020. Weiterhin zählt dazu die optimal an die jeweiligen Applikationsanforderungen anpassbare I/O-Ebene aus Buskopplern und Busklemmen. ■

www.beckhoff.at/lighting-solution/

INFO-BOX

Über Beckhoff

Beckhoff realisiert offene Automatisierungssysteme auf Grundlage der PC- und EtherCAT-basierten Steuerungstechnik. Das Produktspektrum umfasst die Hauptbereiche Industrie-PC, I/O- und Feldbuskomponenten, Antriebstechnik und Automatisierungssoftware. Für alle Bereiche stehen Produktlinien zur Verfügung, die als Einzelkomponenten oder im Verbund, als ein vollständiges, aufeinander abgestimmtes Steuerungssystem, fungieren. Die New Automation Technology von Beckhoff steht für universelle und branchenunabhängige Steuerungs- und Automatisierungslösungen, die weltweit in den verschiedensten Anwendungen, von der CNC-gesteuerten Werkzeugmaschine bis zur intelligenten Gebäudesteuerung, zum Einsatz kommen.

www.beckhoff.at

DER SCHUH SOLL PASSEN

Das Projekt „Connected Home over IP“ zielt darauf ab, die Entwicklung von Smart-Home-Geräten zu vereinfachen und die Kompatibilität für Verbraucher zu erhöhen. Mit Amazon, Apple, Google und der Zigbee Alliance mischen wesentliche Player mit.

Das Smart Home erwächst langsam seinen Kinderschuhen. Doch gibt es, um bei diesem Bild zu bleiben, am Markt noch immer viele verschiedene dieser Schuhe, und nicht jeder Schuh passt jedem Anwender. Denn was noch fehlt, sind übergreifende Standards, eine gemeinsame Sprache – oder eben einheitliche Schuhgrößen. Daran wollen Amazon, Apple, Google und die Zigbee Alliance, immerhin die größten und maßgeblichen Player auf diesem Gebiet, etwas ändern. Sie haben Ende 2019 die Gründung einer neuen Arbeitsgruppe bekannt gegeben, die die Entwicklung und Förderung der Einführung eines neuen, lizenzfreien Verbindungsstandards plant, um die Kompatibilität zwischen Smart-Home-Produkten zu erhöhen. Um alle Bedenken gleich im Vorfeld zu zerstreuen,

betonen die Unternehmen, dass die Sicherheit dabei als maßgeblicher Designgrundsatz gilt. Unternehmen aus dem Vorstand der Zigbee Alliance wie IKEA, Legrand, NXP Semiconductors, Resideo, Samsung SmartThings, Schneider Electric, Signify (ehemals Philips Lighting), Silicon Labs, Somfy und Wulian sind ebenfalls Teil der Arbeitsgruppe.

IP IST DIE BASIS

Ziel des „Connected Home over IP“-Projekts (passenderweise übrigens als „CHIP“ abgekürzt) ist es, die Entwicklung für Hersteller zu vereinfachen und die Kompatibilität für Verbraucher zu erhöhen. Das Projekt basiert auf der gemeinsamen Überzeugung, dass intelligente Heimgeräte sicher, zuverlässig und nahtlos zu bedienen sein sollten. Aufbauend auf dem Internet-Protocol (IP) zielt das Projekt darauf ab, die Kommunikation über Smart-Home-Geräte, mobile Apps und Cloud-Services zu





3

ermöglichen und eine spezifische Menge IP-basierender Netzwerktechnologien zur Geräte-zertifizierung zu definieren.

Die Arbeitsgruppe will einen Open-Source-Ansatz für die Entwicklung und Implementierung eines neuen, einheitlichen Verbindungsprotokolls verfolgen. Das Projekt soll dabei sinnvollerweise auf markterprobte Smart-Home-Technologien von Amazon, Apple, Google, der Zigbee Alliance und anderen zurückgreifen. Die Entscheidung, diese Technologien zu verwenden, dürfte die Entwicklung des Protokolls beschleunigen und somit Herstellern und Verbrauchern schneller Vorteile bringen.

DAMIT DER SCHUH PASST

Das Projekt zielt darauf ab, den Geräteherstellern den Bau von Geräten zu erleichtern, die mit Smart Home und Sprachdiensten wie Alexa

von Amazon, Siri von Apple, Googles Assistant und anderen kompatibel sind. Das geplante Protokoll wird den Angaben zufolge bestehende Technologien ergänzen, und die Mitglieder der Arbeitsgruppe werden die Gerätehersteller ermutigen, weiterhin Innovationen auf Basis heute verfügbarer Technologien zu entwickeln.

Das „Connected Home over IP“-Projekt ermutigt Gerätehersteller, Prozessorlieferanten und andere Entwickler aus der gesamten Smart-Home-Branche, auf den Standard zu setzen und an dem Projekt mitzuarbeiten. Nicht nur wegen der Beteiligung von Google ergeben sich hier Parallelen zum Android-Betriebssystem für Smartphones und Tablets, das auf ganz ähnliche Punkte gesetzt hat und dessen Erfolg auch bei diesem neuen Projekt zumindest gute Vorzeichen dafür erahnen lässt, dass dieser Smart-Home-Schuh am Ende möglichst vielen passen wird. ■

connectedhomeip.com

Fotos: wiredsmart Young/Pixabay (1), Gerd Altmann/Pixabay (2+3)

DIGITALE POSTSTELLE

Die Poststelle des Österreichischen Roten Kreuzes ist täglich mit einer Vielzahl ein- und ausgehender Sendungen konfrontiert. Mit Mailroom Tracking der Österreichischen Post kann sie seit Herbst 2019 diese Prozesse transparent dokumentieren und revisionssicher archivieren.

Als größte humanitäre Non-Profit-Organisation des Landes ist das Österreichische Rote Kreuz auf ein umfangreiches und zuverlässiges Poststellenmanagement angewiesen. Bei der Bearbeitung von Briefen und Paketen sind Regelungen, Gesetze und Dokumentationspflichten zu beachten, etwa das Briefgeheimnis oder die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Daher ist eine vollständige und transparente Dokumentation der zahlreichen täglich ein- und ausgehenden Sendungen von entscheidender Bedeutung für optimale Geschäftsprozesse. Hier bietet die digitale Komplettlösung Mailroom Tracking der Österreichischen Post AG eine wichtige Unterstützung.

„Die Post ist der einzige Anbieter auf dem österreichischen Markt, der die Bearbeitung von physischer Post mit digitaler Dokumentenlogistik verbindet. Gerade bei Unternehmen und Organisationen wie dem Roten Kreuz, die konkreten Vorgaben unterliegen, ist ein verlässlicher Prozess in der Dokumentation das A und O. Wir freuen uns, dass wir das Rote Kreuz im Facility-Management unterstützen können, und es sich somit auf seine wichtigen Kernaufgaben fokussieren kann“, erklärt Georg Mündl, Leiter des Geschäftsfelds Mail Solutions der Österreichischen Post AG.



Georg Mündl ist Leiter des Geschäftsfelds Mail Solutions der Österreichischen Post AG.

Mailroom Tracking ist eine digitale Ergänzung zum physischen Postlauf von Brief- und Paketsendungen in Unternehmen. Mit Mailroom Tracking können zum Beispiel eingehende Postsendungen wie Einschreiben, RSa, RSb oder Pakete entweder mit einem Scanner oder mobil per App erfasst werden. Sobald die Sendung intern zugewiesen wurde, erhält der Empfänger eine Benachrichtigung. Bei der Übergabe der Sendungen bestätigt der Empfänger den Erhalt der Sendung ebenfalls digital via App oder Mitarbeiterkarte. Damit sind alle Zustellschritte genau erfasst und revisionssicher dokumentiert. Mailroom Tracking der Post funktioniert als moderne Anwendung innerhalb einer zertifizierten Cloud-Umgebung und ist in kürzester Zeit einsetzbar.



Mailroom Tracking verbindet das effiziente Poststellenmanagement mit innovativen Facility-Management-Dienstleistungen und digitaler Dokumentenlogistik.

ITEM TRACKING ERWEITERT PRODUKT-FAMILIE DER TRACKING-LÖSUNGEN

„Mit Mailroom Tracking haben wir eine flexible digitale Lösung gefunden, mit der wir jederzeit den Überblick über alle Sendungen behalten. Damit bleibt uns die lange Suche nach nicht auffindbaren Sendungen oder die umständliche Archivierung erspart. In Zukunft möchten wir diese Lösung auch dafür einsetzen, verliehenes Inventar zu verwalten“, erklärt Richard Walzek, Leiter Poststelle und Empfang im Österreichischen Roten Kreuz.

In den nächsten Monaten wird die Post beim Roten Kreuz eine weitere Anwendung ausrollen. Mit Item Tracking können die Ausgabe und der Eingang von verschiedenen Gegenständen digital abgebildet werden. Damit ist eine transparente Kontrolle der Ausleihung und Rückgabe von Gegenständen, wie zum Beispiel Schlüsseln oder Erste-Hilfe-Koffern, möglich. ■

INFO-BOX

Über Mail Solutions

Das Geschäftsfeld Mail Solutions der Österreichischen Post AG ist Anbieter für effiziente digitale Business-Lösungen und physische Postdienstleistungen im B2B-Bereich. Das Portfolio umfasst den gesamten Nutzungszyklus von Dokumenten in den drei Geschäftsprozessen: Input-Management (für die Erfassung, den Import und die Integration von Schriftstücken zur digitalen Weiterverarbeitung im Unternehmen), Dokumentenlogistik (für die Bearbeitung, Verteilung und Archivierung der physischen und digitalen Geschäftsdokumente und den Betrieb von Poststellen) sowie Output-Management (für die Datenaufbereitung, den Druck und den dualen Versand der Geschäftspost). Zum Geschäftsfeld gehört auch der Digital-Marketing-Spezialist adserver, an dem die Post seit 2019 die Mehrheit hält. Mail Solutions steht seit 2012 unter der Leitung von Georg Mündl.

www.post.at/mailolutions

DIE KRISE MEISTERN

Das Beratungsunternehmen TME Associates zeigt auf, wie das Corporate-Real-Estate-Management in der aktuellen Krisensituation kurzfristige Handlungsfähigkeit sicherstellen kann, und nennt Hebel, um nach Corona die Wettbewerbsfähigkeit wieder herzustellen.

Aktuell beherrscht nur ein Thema das Tagesgeschäft der Unternehmensleitungen: Wie lassen sich die Folgen der COVID-19-Pandemie so gut und schnell wie möglich auffangen? Die Unternehmensberater von TME Associates sind überzeugt, dass das Corporate-Real-Estate-Management (CREM) im Rahmen des Krisenmanagements einen bedeutenden Beitrag dazu liefern kann.

Die Herausforderung sei es, heute sowohl die notwendigen Maßnahmen des operativen Geschäfts mit Augenmaß zu steuern als auch die wirtschaftlichen Folgen einzudämmen, so die Berater. Aufgrund wegbrechender Umsätze könne das nur über kurzfristige Kosteneinsparungen gehen. Da die Kosten für Flächen und Betrieb von Unternehmensimmobilien jedoch meistens langfristig gebunden sind, müsse es deswegen mittelfristig zu einem Umdenken kommen.

NACH DER KRISE IST VOR DER KRISE

Der Ursprung der Überlegungen von TME war freilich nicht die aktuelle Krise. Schon im Juli vergangenen Jahres stellte das Unternehmen seine Studie „Krisenvorbereitung im Corporate Real Estate Management“ vor. Damals gingen die Experten für Real Estate Management Consulting von einer mittelfristigen Konjunkturabschwächung aus. Niemand ahnte damals etwas von einer weltweiten sozialen und wirtschaftlichen Krise hervorgerufen durch die COVID-19-Pandemie.

Trotzdem: Bereits damals erwarteten rund 90 Prozent der im Rahmen der Studie befragten Corporate-Real-Estate-Manager kurz- bis mittelfristig eine wirtschaftliche Krise für ihr Unternehmen. Allerdings traf nur jedes zweite Unternehmen bereits Vorbereitungen, nur ein Drittel der Befragten fühlte sich gut auf eine Krise vorbereitet. Es ist davon auszugehen, dass niemand der Befragten auf die durch das Sars-CoV-2-Virus hervorgerufenen neuen Anforderungen an Veränderungen hinsichtlich der Leistungsprozesse, des Arbeitsumfelds, der Hygiene und des Reiseverhaltens vorbereitet war.



Krisen wie die aktuelle treffen die meisten Unternehmen unvorbereitet. Umso wichtiger ist es daher, rasch und vor allem richtig zu reagieren.

Damit stehen die meisten Immobilienmanager heute vor einem ernsthaften Problem: Unternehmensimmobilien spielen in nahezu allen Leistungsprozessen des Kerngeschäfts eine bedeutende Rolle. Nur wenn Aufgaben, Zuständigkeiten und Rollen sowie Prozesse im CREM eindeutig definiert sind, können zentrale Vorgaben schnell umgesetzt werden.

Darüber hinaus verfügen Unternehmensimmobilien und Flächenbewirtschaftung über ein signifikantes Kostensenkungspotenzial. Jedoch sind diese Kosten in der Regel, wie bereits erwähnt, über langfristige Service- und Mietverträge gebunden, teilweise sogar im Eigentum. Fehlende Transparenz hemmt die Identifikation

der Potenziale, unzureichende Vorbereitung verzögert die Wirkungsdauer.

PASSENDHEBEL GESUCHT

Im Fall der weltweiten Corona-Krise werden neben einem professionellen Management des operativen Tagesgeschäfts kurzfristige Kostensenkungsmaßnahmen gefordert. Deshalb benötigt ein erfolgreiches Krisenmanagement im Corporate-Real-Estate-Management das richtige Know-how über die passenden Hebel. TME hat je drei wesentliche Stellhebel, einerseits für das operative Tagesgeschäft sowie andererseits für kurzfristige Kostensenkung im CREM, identifiziert, auf die es nun ankommt.



In die Wege geleitete Maßnahmen sollen Wirkung zeigen und nicht verpuffen. Daher ist es wichtig, den richtigen Hebel am richtigen Punkt anzusetzen.

KURZFRISTIGE KRISENHEBEL IM OPERATIVEN TAGESGESCHÄFT DES CREM

Zur Absicherung des Personals (in Abstimmung mit HR) empfiehlt TME:

- Umsetzung der richtigen Hygienemaßnahmen am Arbeitsplatz für alle Standorte (z. B. Abstandsregelungen, Schutzkleidung, Desinfektionsmöglichkeiten)
- Anpassung des Arbeitsumfelds (z. B. Bereitstellung geeigneter, sicherer Arbeitsplätze für Split-Teams, Nutzung Homeoffice und Web-Konferenzen)
- Schaffung von Möglichkeiten für flexible Arbeitszeiten und Kinderbetreuung.

- Zeitnahe, offene Kommunikation mit den Mitarbeitern

Zur Sicherstellung der operativen Handlungsfähigkeit (in Abstimmung mit Operations) werden empfohlen:

- Aufrechterhaltung der Lieferketten (z. B. Schaffung von Zwischenlagermöglichkeiten, Zugangsmöglichkeiten für Lieferanten)
- Bereitstellung von Flächen für zusätzliche Produktion (z. B. für Zusatzschichten, geänderte Produktionsabläufe) und einer geeigneten Notfallinfrastruktur (z. B. örtliche Besprechungsräume für Taskforces, Krisensitzungen)
- Temporärer Shutdown von Infrastruktur bei



pausierter Produktion mit Service-Reduzierung und Vorbereitung eines möglichen schnellen Re-Starts

- Bedarfsgerechte Anpassung von Prozessen („Fast Lane“) und Kommunikationswegen für Krisensituationen (z. B. Anpassung Freigabeprozesse, Stage-Gates)

Zur Sicherstellung der Betreiberpflichten (in Abstimmung mit den beauftragten Facility-Management-Dienstleistern) wird zu folgenden Maßnahmen geraten:

- Sicherstellung der Arbeitsfähigkeit der FM-Dienstleister (z. B. Zugangsmöglichkeiten, gegebenenfalls Reduzierung der Servicelevel

auf das Minimum, Aussetzen von Malusregelungen)

- Sicherstellung von Auftragsbearbeitung bei Maßnahmen mit „Gefahr im Verzug“ (z. B. Kommunikationsketten, Verfügbarkeit Fachkräfte)
- Verschiebung von aufschiebbaren Maßnahmen (z. B. Wartungen nicht sicherheitsrelevanter Anlagen)

HEBEL ZUR KURZFRISTIGEN

KOSTENSENKUNG IM CREM

Um die Optimierung der laufenden Facility-Management-Kosten zu erreichen, rät TME dazu:

- Leistungsreduktion zumindest an den Top-Standorten und -Objekten mit Fokus auf Flächen, Services und Verträge (z. B. Anpassung Betriebszeiten, Energieverbräuche)
- Servicelevel: Leistungsreduzierung und Nachverhandlung der bestehenden Dienstleisterverträge und Erwirkung von Optionen zur generellen Senkung der Servicelevel

Eine Optimierung der Flächenbereitstellungskosten kann erreicht werden durch:

- Anpassung Flächennutzung durch Flächenkonsolidierung, Umnutzung oder Abmietung/Verkauf/Untervermietung von in absehbarer Zeit frei werdenden Flächen
- Critical-Date-Management: Nachverhandlung mit Vermietern und Adjustierung der Mietvertragszyklen hin zu einem rotierenden Kündigungsvolumen von jährlich circa 30 Prozent aller Verträge

Auch das Verschieben von Investitionen nennen die Experten als Möglichkeit:

- Temporäre Absenkung des Instandhaltungsbudgets, Aussetzen möglicher präventiver Maßnahmen
- Reduktion/Stoppen der anstehenden oder begonnenen Projekte mit Augenmaß (Bau, Umbau, Ankauf), Verschlinkung der Projektpipeline



SCHLACHTPLAN VORBEREITEN

Diese Maßnahmen sind TME zufolge immer mit Augenmaß und Blick auf eine mittel- bis langfristige Erholung umzusetzen. Herausforderung des Immobilienmanagers sei es dabei, schnellstmöglich eine hinreichende Handlungsfähigkeit mit ausreichendem Wirkungsgrad sicherzustellen. Dazu sollte er sich mit Rücken- deckung der Geschäftsleitung einen geeigneten „Schlachtplan“ vorbereiten, die betroffenen Mitarbeiter im Sinne des „Change“ eng einbin- den und zügig mit der Umsetzung beginnen.

Die Corona-Krise wird das Denken in den Unternehmen nachhaltig verändern. Aufgrund der einschneidenden wirtschaftlichen Folgen wird es laut Meinung von TME oberstes Ziel sein, die Wettbewerbsfähigkeit der Unterneh- men kurzfristig und nachhaltig zu stärken. Erfahrungsgemäß könnte mit den identifizier-

ten Hebeln in zwölf bis 18 Monaten ein zwei- stelliger Prozentsatz der Immobilienkosten gesenkt werden, stellen die Unternehmens- berater in Aussicht. ■

INFO-BOX

Über TME Associates

TME Associates ist eine internationale Un- ternehmensberatung mit Fokus auf Real-Es- tate-Management, dessen Dienstleistungen sowie Brands & Retail. 2011 gegründet, berät TME Corporates, Investment- und Asset-Ma- nager/Investoren, Wohnungsgesellschaften und Bestandhalter sowie Service-Provider entlang der gesamten Immobilienwert- schöpfungskette. Im Bereich Brands & Retail betreut TME Associates internationale Mar- kenartikler und Retail-Unternehmen.

www.tme-associates.com



**Egal ob IT & Telekommunikation, Bildung,
Logistik & Transport, Facility Management,
Umwelt & Energie oder Industrie:**

**mit den Themen-Guides von
NEW BUSINESS sind Sie immer bestens informiert!**

**Nutzen Sie unsere hochprofessionellen Themen-Guides
für Ihren persönlichen Wissensvorsprung und bestellen
Sie gleich und zum Testen völlig kostenlos unter
office@newbusiness.at Ihr Gratisexemplar!**

**NEW BUSINESS Guides sind Produkte der
NEW BUSINESS Verlag GmbH.**

NEW BUSINESS

Industrielle Lufttechnik
der nächsten Generation
für die Industrie der Zukunft –
**SAUBER, HELL
UND LEISE.**

Innovationen, die wirken.
Menschen, die aufatmen.
Arbeitsplätze, die aufblühen.

**Ablufttechnik. Raumlufttechnik.
Energietechnik.**

**THE
FUTURE
HAS ZERO
EMISSIONS**

 **kappa**

kappa-fs.com