

PropTechs im deutschen Immobilienmarkt – eine Bestandsaufnahme

VON PROF. DR. VERENA ROCK

In den letzten fünf Jahren, in denen neue Technologien verstärkt Einzug hielten in die Visionen immobilienwirtschaftlicher Führungskräfte, wurde viel über die Einschätzung der Immobilienbranche hinsichtlich ihrer eigenen Digitalisierungsbestrebungen geschrieben. Wie übergreifende Digitalisierungsstrategien gelebt werden, wo welche Technologie „hip“ wird und wie man sie einsetzen möchte – dies wurde aus Sicht der Nachfrager nach sogenannten PropTech-Lösungen umfassend beleuchtet. Die Sicht der Technologieanbieter, häufig Start Ups und Pioniere aus der Tech-Welt, die meist von außen auf die Branche schauen und für ihre Lösungen Markteintrittsbarrieren überwinden müssen, ist dabei bis dato in der Fachöffentlichkeit weitgehend unbekannt. Es lohnt sich, diese stärker ins Blickfeld zu rücken.

Gemeinsam mit den Unternehmen blackprint Booster und brickalize befragte die Technische Hochschule Aschaffenburg daher zum ersten Mal PropTechs, wie sie die Schnittstelle und die Zusammenarbeit mit der etablierten Immobilienbranche wahrnehmen. Ziel war es, herauszufinden, wie PropTechs den Markt einschätzen und welche Herausforderungen sie im Vermarktungsprozess ihrer Produkte erleben.

In einer explorativen Erhebung führten die Autoren im Corona-sommer 2020 neun Tiefeninterviews, deren Auswertung in der ersten PropTech Germany 2020-Studie im Oktober 2020 veröffentlicht wurde. Darauf aufbauend wurde im Dezember 2020 und Januar 2021 ein Fragebogen an 897 PropTechs aus dem In- und Ausland versandt, um die qualitativen, explorativen Ergebnisse der Interviewreihe vertiefen zu können. Aus den Antworten der 185 teilnehmenden PropTechs (Rücklaufquote 20,6 Prozent entstand die PropTech Germany 2021-Studie, die Anfang März im Rahmen der Veranstaltung Real PropTech Pitches lanciert wurde.

Charakteristika der PropTech-Welt

Die Teilnehmer der Studie verteilen sich auf:

- deutsche, bereits im Markt etablierte PropTech-Unternehmen (Grown Ups),
- deutsche PropTech-Startups, die sich in der Etablierungsphase befinden (Early-Stager), und
- ausländische PropTech-Unternehmen (Conquerer), die den Markteintritt nach Deutschland planen oder bereits vollzogen haben.

	Kriterien	
Grown-Ups:	Gründungsjahr 2017 oder älter	
	Gründungsjahr 2018 oder 2019 + Projektstatus laufender Betrieb oder Launch vor 2020	107
Early Stager:	Gründungsjahr 2020 oder jünger	36
	Gründungsjahr 2018 oder 2019 + Projektstatus Entwicklung, MVP oder Launch ab 2020	
Conquerer:	PropTech mit Hauptsitz im Ausland	42

¹ Technologiebasierte Lösungsansätze für neue und bestehende Herausforderungen innerhalb der integrativ zu betrachtenden Bau- und Immobilienwirtschaft bzw. mit Bezug zu den Immobilienlebenszyklusphasen Neu- und Bestands-Entwicklung, Planung, Bau, Vermarktung, Betreuung und Finanzierung von Bauwerken (des Hoch- und Tiefbaus) lassen sich unter dem Begriff Property Technology, kurz PropTech zusammenfassen. Die in diesem Bereich tätigen Startups, auch PropTech-Unternehmen genannt, entwickeln, initiieren und setzen neue Produkte und Dienstleistung um, die bestehende Prozesse oder Geschäftsmodelle optimieren oder diese disruptieren. Vgl. blackprint Booster (2020).

Abb. 1: Verteilung der teilnehmenden PropTechs auf die drei ProTech-Cluster von 2005 bis 2019

48 Prozent der teilnehmenden PropTechs sind sehr junge Unternehmen mit den Gründungsjahren 2018 bis 2020. Durchschnittlich liegen 1,6 Jahre zwischen der Gründung des Unternehmens und dem Launch des Produktes. Jeweils die Mehrheit der Teilnehmer bedient ausschließlich das B2B-Segment (80,0 Prozent), operiert mit weniger als 15 Mitarbeitern (65,4 Prozent) und befindet sich aber bereits im Produktentwicklungsstadium des laufenden Betriebs (70,8 Prozent). Die Spanne der erzielten Umsätze ist weit. Korrespondierend mit den „jungen“ Gründungsjahren erreichten 29,7 Prozent der PropTechs nur bis zu 10 000 Euro Jahresumsatz in 2020. Andererseits geben 16,2 Prozent der Befragten einen Jahresumsatz von über 1 Mio. Euro an. Technologisch überwiegt die Plattformtechnologie in allen Lebenszyklusphasen. Schnittstellen zu anderen Anbietern und Systeminfrastrukturen verschiedenen Typs sind bereits bei 73,0 Prozent der PropTechs verfügbar.

PROF. DR. VERENA ROCK

wurde 2010 zur Professorin für Immobilieninvestment und -portfoliomanagement an die Technische Hochschule Aschaffenburg berufen. Nach dem Aufbau und der Leitung des Masterstudiengangs Immobilienmanagement konzipierte sie den Bachelorstudiengang Digitales Immobilienmanagement und leitet diesen seit 2020. Prof. Dr. Rock studierte Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Immobilienökonomie an der European Business School in Oestrich-Winkel und promovierte im Bereich Immobilienmanagement. Sie ist Mitglied im Advisory Board der Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS) Deutschland und Mitglied des Vorstandes der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung (gif).

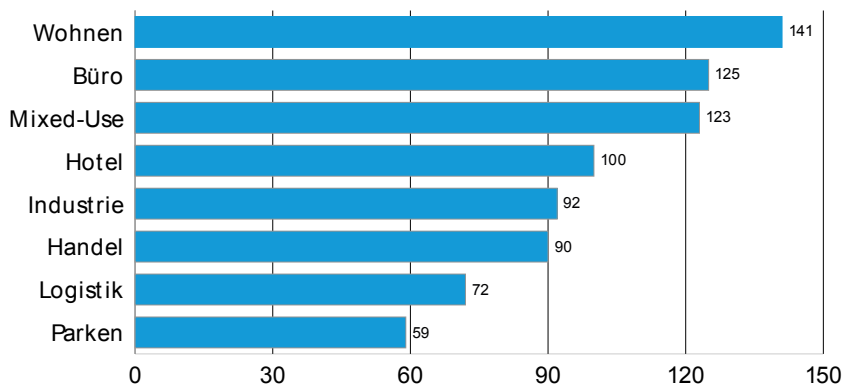


Abb. 2: Assetklassen der teilnehmenden PropTechs

PropTechs im Immobilien-Lebenszyklus – Schwerpunkt Wohnen

In der Immobilienwertschöpfungskette bedient das Gros der Teilnehmer den Betrieb/die Bewirtschaftung von Immobilien, wobei jedoch im Durchschnitt 3,2 Lebenszyklusphasen von den PropTechs bedient werden. Somit bewegen sie sich tendenziell nicht in den tradierten Grenzen und Prozessen der Immobilienwirtschaft. Die meisten PropTechs mit hohen Umsätzen sind in der Bewirtschaftung oder Vermarktung von Immobilien aktiv.

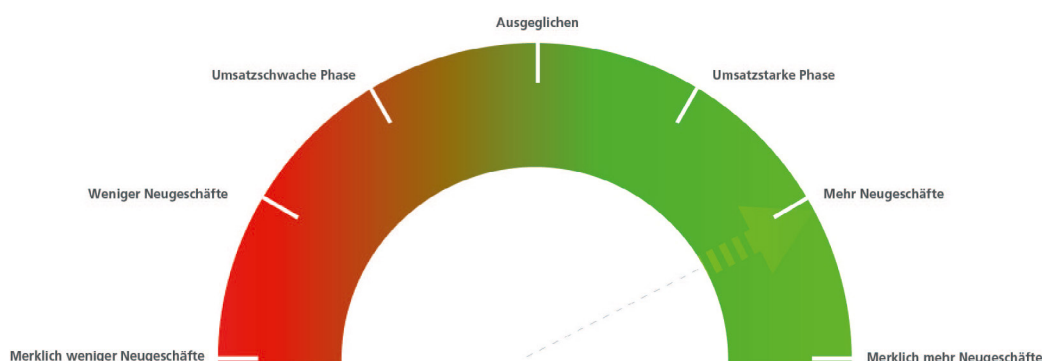
Als Assetklasse dominiert klar Wohnen, gefolgt von Büro und Mixed-Use, wobei ein PropTech durchschnittlich 4,3 Assetklassen bedient. Nur 20,5 Prozent der PropTechs legen sich auf eine Assetklasse fest. Im Wohnsegment dominieren jedoch die PropTechs mit noch geringen Umsätzen. Hier herrscht auch der höchste B2C-Anteil (Business-to-Consumer-Anteil) der Assetklassen vor.

Aktuelle Lage des deutschen PropTech Marktes – positiver Corona-Effekt

Für das Jahr 2020 empfinden die PropTechs rückblickend die Auftragslage als positiv, und auch der mittelfristigen Entwicklung bis Ende 2023 blickt eine überwältigende Mehrheit positiv entgegen. So verzeichneten in 2020 rund 70,81 Prozent der Teilnehmenden mehr Neugeschäft, davon 35,96 Prozent deutlich mehr Neugeschäft. Für 2021 bis 2023 erwarten 52,4 Prozent der PropTechs deutlich mehr Neugeschäft und insgesamt über 91,4 Prozent sehen positive Vorzeichen für die Marktentwicklung.

Mehrheitlich konnten die Unternehmen in 2020 eher von der Pandemie profitieren; für die Zukunft ergibt sich ein aus ihrer Sicht noch positiveres Bild. Ganze 66,5 Prozent erwarten zukünftig eine Zunahme ihres Geschäftes durch Corona und weitere 26,0 Prozent sehen keine Auswirkungen. Lediglich 7,6 Prozent erwarten pandemiebedingt eine Abnahme des eigenen Geschäfts. Nach eigenen Einschätzungen gehören PropTechs also mehrheitlich zu den Gewinnern der Pandemie. →

Abb. 3: Einschätzung der Auftragslage 2021-2023



Herausforderungen für PropTechs im deutschen Immobilienmarkt

In der Studie wurden drei Phasen des PropTech-seitigen Vermarktungsprozesses untersucht: Aufbau des Geschäftsmodells, Produktverkauf und Implementierung. Die Phase des Produktverkaufs ist für 53 Prozent der PropTechs die hürdenreichste Phase.



Abb. 4: Phase mit den meisten Hürden im Vermarktungsprozess

Die wesentlichen Herausforderungen beim *Aufbau des Geschäftsmodells* sind für alle PropTech-Cluster die Entscheidungsstrukturen beim Kunden, gefolgt von dem geringen Druck zur Digitalisierung in der Immobilienbranche sowie dem Zugang zu Daten, wobei dieser für Early Stager am schwierigsten erscheint.

In der Phase des *Produktverkaufs* zeigt sich, dass die größten Hürden in der geringen Risikobereitschaft des Establishments, in Technologien von PropTechs zu investieren, liegen – gepaart mit mangelndem Vertrauen und einem mangelnden Verständnis in Bezug auf die Technologie sowie das Potenzial der Produkte. Weiterhin bildet der schwierige Zugang zum richtigen Ansprechpartner eine wesentliche Verkaufshürde.

Hier ergibt sich aus Sicht der PropTechs, dass die operativ verantwortliche Fachabteilung des Immobilienunternehmens, in der das Produkt angewendet würde, der wesentliche Influencer für die Kaufentscheidung ist. Als relevantester Entscheider wird hingegen mehrheitlich der CEO gesehen. Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass Digitalisierungsentscheidungen immer noch auf strategischer Ebene getroffen werden.

PropTechs, die es bei einem Kunden bis zur *Implementierung* geschafft haben, sind über den Berg der Hürden und sehen sich fortan nur moderateren Herausforderungen gegenüber. Von diesen sind die mangelnde Priorität des Projektes auf Kundenseite sowie fehlende C-Level-Sponsorship bzgl. der Durchsetzung von Entscheidungen die wesentlichen Herausforderungen.

Kooperationen – Wichtig für die Zukunftsfähigkeit

Kooperationen zwischen PropTechs sind überwiegend technischer Natur und haben einen hohen Stellenwert; 72 Prozent der Befragten haben bereits horizontale oder vertikale Kooperationen. Ziele sind hier meist Umsatz-, Netzwerk- und Zielgruppenerweiterung. Die Kooperationsbereitschaft nimmt mit steigendem Reifegrad der PropTechs zu; am ausgeprägtesten ist sie bei Conquerers, wo Kooperationen als Vorteil des Markteintritts nach Deutschland interpretiert werden. PropTechs können mittels Partnerschaften/ Kooperationen einen größeren Teil der Wertschöpfungskette abbilden, ihre Angebote bündeln und somit „one stop shop“ Lösungen für die Kunden anbieten. Damit einhergehend steht auch das Thema Ökosystem im Vordergrund.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass trotz der unterschiedlichen Herausforderungen in den Phasen des Kundenanbahnungs-, Vertriebs- und Implementierungsprozesses ein positives Momentum im deutschen PropTech-Markt zu erkennen ist, das aus Sicht der PropTechs durch die Pandemiesituation aktuell und künftig verstärkt wird. Dieses Momentum spiegelt sich in der überwiegend positiven Markteinschätzung und der zunehmenden Kooperationsbereitschaft wider. So ist mehrheitlich ein verstärkter Markteintritt über horizontale und vertikale Kooperationen angedacht, mit dem Ziel, technisch und prozessual optimierte Lösungen anzubieten, die breitere Bereiche der Immobilienwertschöpfungskette abbilden. Neben der dadurch entstehenden, besseren Skalierbarkeit steigt auch die Annäherung an ein funktionierendes, aus Kundensicht barrierefreies PropTech-Ökosystem, das schon seit geraumer Zeit von der Immobilienwirtschaft gefordert wird.

Grundsätzlich wird PropTechs der Marktzugang mit einem bestehenden Netzwerk in die Immobilienwirtschaft deutlich erleichtert. Branchenfremde Early Stager haben oft eher Schwierigkeiten, ihr Produkt im Markt zu etablieren. Verantwortlichkeiten in den Immobilienunternehmen, die Rollen verschiedener Entscheidungsträger und die Notwendigkeit aufzubauenden Vertrauens sind auf der Watch List und insbesondere in frühen Phasen der Geschäftstätigkeit, aber auch als Conquerer zu überwinden. Die Zukunft liegt in einem vertikal-integrierten und nachhaltigen PropTech-Ökosystem. ←

Quellen:

blackprintBooster (2020): PropTech Definition, unternehmensinterne Quelle, Frankfurt/M. 2020.

Rock, V./ Schlesinger, S./ Liebold, P. (2021): PropTech Germany 2021 Studie, <https://proptechgermanystudie.de/>.

Rock, V./ Schlesinger, S./ Liebold, P. (2020): PropTech Germany 2020 Studie, <https://proptechgermanystudie.de/proptech-germany-studie-2020/>