

Digital – was ist das eigentlich und was macht es mit uns? Ein Gespräch mit Dr. Alflen auf der Suche nach Antworten

Die Transformation unserer unternehmerischen Prozesse steckt in vielen Branchen noch in den Kinderschuhen. Start-ups ploppen auf. Hypes mehr oder weniger neue teildigitalisierte Arbeitsschritte eines Prozesses als DAS tolle Geschäftsmodell, verschwinden aber auch plötzlich wieder vom Markt. Die Werbung wetteifert mit immer neuen Begrifflichkeiten. Die Folge: Digital wird immer unübersichtlicher. Und ich als Kunde werde immer unsicherer, stelle mir die Frage. Digital – was ist das eigentlich? Wohnungswirtschaft-heute Chefredakteur Gerd Warda im Gespräch mit Dr. Manfred Alflen, Vorstandsvorsitzender der Aareon AG.



Dr. Manfred Alflen, Vorstandsvorsitzender der Aareon AG. Foto:Aareon

Lösung.

Digital – was ist das eigentlich?

Dr. Manfred Alflen: Die Digitalisierung ist nicht vollkommen neu. Daten werden bereits seit Jahrzehnten digitalisiert verarbeitet. Aber die Veränderungsgeschwindigkeit hat extrem zugenommen und die Entwicklung von immer neuen innovativen Technologien schafft Potenziale, stellt uns jedoch auch vor neue Anforderungen. Allein, wenn man die Entwicklung des Kommunikationsverhaltens in der Gesellschaft betrachtet, ist hier in relativ kurzer Zeit ein einschneidender Wandel vonstattengegangen.

In der Konsequenz sieht sich die Wohnungswirtschaft mit einer Vielzahl von neuen digitalen Lösungen konfrontiert, die auch neue Wertschöpfungspotenziale bis hin zur Etablierung neuer Geschäftsmodelle bieten. Dazu zählen die Vernetzung der Stakeholder wie Wohnungsunternehmen, Mieter und Eigentümer, Geschäftspartner und zunehmend auch Gebäude. Die Anforderung besteht für Immobilienunternehmen darin, das eigene digitale Ökosystem unter Berücksichtigung der unternehmensstrategischen Ziele zu entwickeln. Da gibt es nicht die eine allgemeingültige

Ich möchte mich ja nun nicht gegen das Digitale sperren. Aber ich möchte Sicherheit. Was tut ES mit mir, an meinem Arbeitsplatz? Oder anders gefragt. Wie nehmen wir im Unternehmen die Menschen im Transformationsprozess mit?

Dr. Manfred Alflen: Digitalisierung funktioniert nur mit den Menschen. Sie sind die Nutzer der digitalen Lösungen. Es reicht also nicht, nur an den technischen Wandel zu denken, sondern die Mitarbeiter müssen auf diesem Wege mitgenommen werden. Es gilt, Betroffene zu Beteiligten zu machen – zum Beispiel durch den Einsatz von neuen nutzerorientierten Methoden wie Design Thinking. Darüber hinaus sind Sensibilisierung, Transparenz und eine stete dialogorientierte Kommunikation mit den Mitarbeitern entscheidende Erfolgsfaktoren. Sich mit anderen Meinungen auseinanderzusetzen und Konflikte gemeinsam zu lösen, beinhaltet immer auch die Chance für einen echten, konstruktiven Austausch. So kann man den Wandel im Unternehmen gemeinsam zielorientiert gestalten.

Und dann ist da noch die Frage: Ich habe Software A und B, komme damit nach Jahren endlich gut klar. Bin ich damit nicht ausreichend digital aufgestellt? (Wie kann ich das feststellen? Wie erarbeite ich eine Digitalstrategie für mein Unternehmen? Etc.)

Dr. Manfred Alflen: Die Digitalstrategie muss die Unternehmensstrategie unterstützen. Welche Ziele verfolge ich für die Zukunft? Im Hinblick darauf gilt es, die IT-Umgebung und Softwarearchitektur zu analysieren und zu prüfen. Herausforderungen, die sich dabei stellen, können zum Beispiel sein:

- Meine ERP-Lösung ist State of the Art und ich möchte neue digitale Lösungen nutzen, finde mich aber in dem vielfältigen Angebot kaum noch zurecht. Dann ist es wichtig, zu priorisieren: Was möchte ich warum nutzen? Darüber hinaus gilt es, den Dienstleistungspartner zu prüfen: Möchte ich nach Möglichkeit ein Unternehmen als Ansprechpartner haben, das mir ein digitales Ökosystem aus einer Hand anbieten kann? Wenn ich von anderen Anbietern digitale Lösungen erwerbe, ist abgesehen von der Thematik des Ansprechpartners die Schnittstellenthematik zu beachten. Der einheitliche Datenzugriff und direkte Datentransfer müssen gewährleistet sein.
- Mein Unternehmen nutzt eine Inhouse-Lösung, stößt aber in Bezug auf Datenspeicherung und Wartung an die Grenzen und möchte auf eine Software als Service aus einer privaten Cloud umsteigen.
- Ich möchte neue digitale Lösungen an meine ERP-Lösung anbinden, aber diese entspricht nicht mehr den heutigen technologischen Anforderungen. Dann sollte der Wechsel auf ein neues modernes und nutzerfreundliches ERP-System in Erwägung gezogen werden, das mit neuen digitalen Lösungen verknüpft werden kann.

Bereits daran erkennt man, dass es sich lohnt, sich für die Entwicklung einer Digitalstrategie Zeit zu nehmen und gegebenenfalls auch auf externe Beratung zurückzugreifen. Schließlich baut man hiermit das Fundament für die Zukunft.

Und als Unternehmer muss ich mir doch die Frage stellen: Was tut ES in einem Unternehmen, dessen Produkte Gebäude sind, die über 60 Jahre dem Markt standhalten müssen und in denen Menschen leben? Oder anders gefragt. Wie kann die digitale Vision für mein Unternehmen aussehen, damit ich das auch erfülle?

Dr. Manfred Alflen: Unternehmen sollten ihre Strategie unter Berücksichtigung der Chancen der Digitalisierung definieren. Ein Zielbild kann sein, für die Mieter, mehr Service zu bieten. Zum Beispiel kann der Mieterservice durch den Einsatz einer Mieter-App gesteigert werden, zumal jüngere Generationen den Service via App als selbstverständlich erwarten, da sie es gar nicht mehr gewohnt sind, zu bestimmten Öffnungszeiten irgendwo anzurufen. Durch das digitale Angebot an Selfservices in der App wird die Beziehung Wohnungsunternehmen-Mieter komfortabler gestaltet. Gleichzeitig profitiert das Wohnungsunternehmen durch vereinfachte Prozesse, wenn beispielsweise Mieter ihre Daten direkt im System ändern. Dies spart Zeit und schließt Datenübertragungsfehler aus.

Ein weiteres Zielbild kann das Angebot geeigneter Dienstleistungen für den Mieter sein wie Versicherungen, Reinigungs-, Handwerker- oder Gartenservice. Auch Ausstattungsangebote für die Wohnung werden in diesem Kontext zukünftig an Bedeutung gewinnen. Neben dem zusätzlichen Service für Mieter kann das Wohnungsunternehmen sich hiermit neue Geschäftspotenziale erschließen.

Ein anderes Ziel kann die Optimierung der Instandhaltung und Wartung des Gebäudes sein. Durch eine vorausschauende Wartung mittels Datenanalyse können Aufzüge zum Beispiel rechtzeitig und automatisiert gewartet werden, bevor sie irgendwann einfach nicht mehr funktionieren. Damit vermeide ich zum einen unnötige Wartungen, zum anderen biete ich auch hiermit mehr Service für meine Mieter, die rechtzeitig über die Aufzugswartung informiert werden und sich darauf einstellen können.

Diese wenigen Beispiele zeigen, wie umfassend die Potenziale der Digitalisierung sind und wie gewinnbringend es ist, sich zukunftsorientiert damit zu befassen.

Herr Dr. Alflen, vielen Dank für das Gespräch.