

AUSGABE 03

[CHANGE]

Das Magazin von **BNP Paribas Real Estate Deutschland**

7 DIGITALE TRENDS

Diese Entwicklungen prägen die Zukunft der Immobilienbranche

09

WOHNEN

„Werde Teil der Community!“
Digitale Ansätze in
der Quartiersentwicklung

12

INDUSTRIE

Data Center: Frankfurt
ist und bleibt deutsche
Internet-Hauptstadt

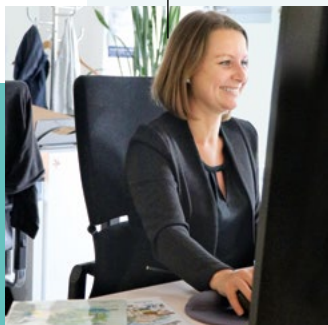
26

BÜRO

BIM & Holzbau –
die perfekte Symbiose
aus digital & nachhaltig

MAL WAS ANDERES

Im Bereich Online Marketing zu Hause, führt Marina Vogt auch für unser Print-Magazin Interviews, recherchiert und schreibt Texte, die Sie mit Sicherheit inspirieren.



ZU GAST

Wenn er nicht gerade von uns interviewt wird, vernetzt Dr. Chris Richter mit seinem Unternehmen Animus Quartiersentwicklungen mit innovativen App-Lösungen.



OHNE ZAHLEN GEHT NICHTS

Unser Research-Team in Hamburg sorgt jederzeit für ein fundiertes Zahlenwerk hinter den Kulissen.

TEAMWORK

WIE DIESE AUSGABE DES [CHANGE] MAGAZINS ENTSTANDEN IST? WIE IMMER – MIT VIEL KNOW-HOW UND LEIDENSCHAFT FÜR DIE IMMOBILIENWELT VON MORGEN.



LOGISTIK GOES WELL-BEING

Mitarbeiter sollen sich bei ihrer Arbeit wohlfühlen. Christina Deuß von Prologis zeigt Ihnen die erste, nach WELL Building Standard® zertifizierte Logistikkimmobilie Deutschlands.



TRENDSETTER

Kein geringeres Ziel, als das modernste Gebäude mit höchster Mitarbeiterzufriedenheit zu erschaffen, steht auf der Agenda von Marcel Sedlák, Geschäftsführer von HB Reavis.



VON BERLIN BIS MÜNCHEN

Bundesweit suchen und finden wir mithilfe unserer Kollegen, Partner und Kunden spannende Trendthemen, die Sie noch nicht kannten.

EDITORIAL

[D] Die Corona-Pandemie hält die Welt in Atem. Sie sorgt dafür, dass viele Unternehmen und Branchen ihre tägliche Arbeit und teilweise auch ihre Geschäftsmodelle von heute auf morgen hinterfragen müssen. Diese Entwicklung führt vielerorts zu einer zunehmenden Digitalisierung, sei es in Form von mobilem Arbeiten, Online-Konferenzen oder Delivery-Modellen.

In der dritten Ausgabe unseres Magazins [CHANGE] widmen wir uns daher verstärkt dem Thema der digitalen Transformation. Neben innovativen Best Practices wie dem DSTRCT.Berlin und dem Timber Office in Hamburg zeigen wir Ihnen, welche Technologien Einzug in die Immobilienbranche halten, warum Rechenzentren an Bedeutung gewinnen und weitere spannende Beiträge, die beweisen, dass die Immobilienbranche digitaler ist, als viele vermuten.

Darüber hinaus lassen sich auch weitere Trends erkennen: So werden Wohnquartiere durch Apps zu vernetzten und ressourcensparenden Communities, und die Logistikbranche setzt auf nachhaltige Ansätze, die nicht nur der Umwelt, sondern auch dem Wohlbefinden der Mitarbeitenden zugutekommen.

Begleiten Sie uns zu den unterschiedlichsten Projekten in der gesamten Republik. Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre!




Marcus Zorn
CEO (ab 1. Januar 2021),
BNP Paribas Real Estate Deutschland

„Zunehmende Digitalisierung, Nachhaltigkeit und mobiles Arbeiten – Trends, die bereits seit längerem zu beobachten sind, werden durch Covid-19 noch einmal verstärkt.“



09

14



INHALT

06

TRENDS

7 digitale Trends der Immobilienbranche

09

WOHNEN

„Werde Teil der Community!“
Digitale Ansätze in der Quartiersentwicklung

12

INDUSTRIE

Data Center: Frankfurt etabliert sich als deutsche Internet-Hauptstadt

14

BÜRO

Smart & Well-being
DSTRCT.BERLIN für mehr Wohlbefinden am Arbeitsplatz

17

PERSPECTIVES

Bildstrecke: Immobilien in einer Welt im Wandel

23

EINZELHANDEL

Retail und der Lockdown – Digitalisierung im Fokus?

26

BÜRO

BIM & Holzbau
Die perfekte Symbiose aus digital & nachhaltig

28

HOTEL

Smart Hotels
Das Hotelenerlebnis der Zukunft?

30

INDUSTRIE

WELL Building Standard
Auch die Logistik setzt auf Nachhaltigkeit & Well-being

32

FACTS & FIGURES

Wissenswertes zum Thema Digitalisierung

34

BÜRO

Safe Working Spaces
Arbeitswelten von morgen

36

QUARTIERSMANAGEMENT

Kundenbindung in Corona-Zeiten
Social Media im Überseequartier Nord

38

MIXED REALITY

Holomeetings –
die neue Art der Kommunikation

40

BÜRO

Hoffnungsträger Homeoffice

42

BÜRO

Das Headquarter der Zukunft
Immer noch ein Must-Have?



28



30



34

Visualisierungen / Fotos: INTERBODEN Gruppe, HB Reavis, Robotise GmbH, Prologis Germany Management GmbH, Steelcase

IMPRESSUM

Herausgeber, Copyright & Redaktion
BNP Paribas Real Estate Holding GmbH

Creative Direction & Design
KD1 Designagentur, Köln

Titel-Illustration
Petra Dufkova/
Die Illustratoren Corinna Hein GmbH



// TRENDS //

7

DIGITALE TRENDS DER IMMOBILIEN- BRANCHE

So manch einer würde sicher sagen, dass die Immobilienwirtschaft nicht so innovativ ist wie andere Branchen und in einigen Bereichen hinterherhinkt. Wer jedoch genauer hinschaut, wird bemerken, dass sich momentan sehr viel tut. Diese 7 Trends werden die Immobilienwelt jetzt und in Zukunft stark prägen.

BLOCKCHAIN

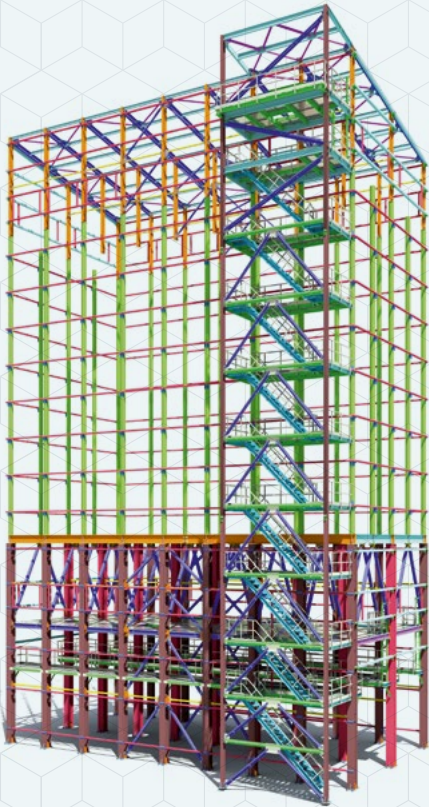
Bei der Blockchain handelt es sich um eine dezentrale Datenbank, welche jegliche Transaktion ermöglicht, ohne auf Vermittler angewiesen zu sein. Das bekannteste Beispiel für eine Blockchain ist die Kryptowährung Bitcoin. Die getätigten Transaktionen werden dabei in verschlüsselter und komprimierter Form in eine stetig wachsende Liste eingetragen. Dabei gilt jede Transaktion als ein Block, der mit einem Hash – einem digitalen Fingerabdruck – versehen wird. Zudem erhält der Block den Hash des vorherigen Blocks. Dadurch sind die einzelnen Transaktionsblöcke miteinander verbunden und werden somit zur Blockkette.

Das Spannende an der Blockchain ist, dass sie sogenannte Smart Contracts ermöglicht. Bei diesen handelt es sich um intelligente Verträge, die automatisch ausgelöst werden, wenn ein bestimmtes Ereignis eintritt. So ist es beispielsweise möglich, dass ein Mietvertrag bereits beim Betreten einer Wohnung geschlossen wird, ohne dass Sie vor Ort sein müssen.

Auch Immobilieninvestments können via Blockchain getätigt werden. So hat das Prop-Tech Exporo 2019 erstmalig tokenbasierte Anleihen auf der Ethereum Blockchain emittiert.



Einfach QR-Code scannen und mehr über die digitalen und analogen Trends der Immobilienbranche erfahren.



2 BUILDING INFORMATION MODELING (BIM)

Bei Building Information Modeling handelt es sich um eine Software, welche die Planung, Ausführung und Bewirtschaftung einer Immobilie optimieren soll. Dabei werden jegliche Daten von allen Beteiligten – angefangen von den Investoren über die Ingenieure und Architekten bis hin zu den späteren Property Managern – in der BIM-Software erfasst, kombiniert und modelliert. BIM kann die Zeitachse darstellen, die Kosten des Projekts widerspiegeln, auf Lebenszyklusaspekte eingehen und auch die Gebäudenutzung berücksichtigen. Damit ist Building Information Modeling eine ideale Methode für den gesamten Immobilienzyklus. ————— ●

➤ [Über den konkreten Einsatz von BIM im Timber Office in Hamburg lesen Sie auf Seite 26](#)

Fehler kann BIM zwar nicht verhindern, Probleme können mit Hilfe einer BIM-Software jedoch viel früher erkannt werden.

3



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (KI)

Viele von uns setzen künstliche Intelligenz bereits im Alltag ein, ohne es zu merken. Beispielsweise, wenn wir uns Songs oder Filme von Streaming-Anbietern empfehlen oder uns zu einem bestimmten Ort navigieren lassen. Künstliche Intelligenz bezeichnet eine Sammlung verschiedener Disziplinen wie beispielsweise Machine und Deep Learning sowie Natural Language Processing. Vereinfacht gesagt ist KI ein Algorithmus, der dem menschlichen Denken ebenbürtig ist. ————— ●

➤ [Möglichkeiten zu Energieeinsparung identifizieren und Komfort-Präferenzen erlernen: KI im DSTRCT.BERLIN – Seite 14](#)

4



BIG DATA

Big Data bezeichnet große Datensammlungen, die meist unstrukturierte Daten aufweisen und mit den herkömmlichen IT-Infrastrukturen und Methoden an ihre Grenzen stoßen. Gleichzeitig wird damit auch die Technologie assoziiert, die dabei hilft, diese (unstrukturierten) Datenriesen zu verarbeiten und auszuwerten. Auch im Bereich Immobilien gibt es zahlreiche Möglichkeiten, Big Data zu nutzen. Es kann dabei helfen, die Instandhaltung zu optimieren, Investitionen besser einzuschätzen und auch die internen Analysen und Reportings zu verbessern. ————— ●

5



VIRTUAL REALITY

Virtual Reality (VR) bezeichnet die Darstellung und Wahrnehmung der Wirklichkeit in einer computergenerierten, interaktiven, virtuellen Umgebung. Hierbei ist man nicht an physikalische Gesetze gebunden, daher sind die Möglichkeiten der Darstellung unbegrenzt. Um diese virtuelle Realität zu erleben, benötigen Sie eine VR-Brille oder spezielle Räume (CAVE: Cave Automatic Virtual Environment).

In der Immobilienbranche wird VR meist dazu genutzt, Projektentwicklungen zu veranschaulichen.

AUGMENTED REALITY

Augmented Reality (AR) bezeichnet die computergestützte Erweiterung der Realität. Alle menschlichen Sinne können durch AR in Bild, Ton und Raumwahrnehmung angesprochen und erweitert werden, indem zusätzliche virtuelle Informationen beispielsweise durch eine smarte Brille, ein Display oder das Smartphone eingeblendet werden. Die Immobilienwirtschaft kann von AR profitieren, zum Beispiel bei der Simulation von Gestaltungsvorschlägen. So können Kunden auf einen Blick sehen, ob die geplanten Büromöbel auch wirklich in die neuen Räumlichkeiten passen.

➤ **Neue Maßstäbe in der Kundenkommunikation setzen Mixed Reality-Technologien – Seite 38**

6



INTERNET OF THINGS

Im Internet der Dinge (englisch Internet of Things bzw. IoT) werden Gegenstände des Alltags oder der Industrie zu Smart Objects, um miteinander kommunizieren zu können. Die technische Grundlage für diese Vernetzung bildet eine Struktur, die dem Internet ähnelt. In der Immobilienbranche wird IoT insbesondere in der Gebäudeautomation verwendet. So ermöglicht es beispielsweise die sogenannte Predictive Maintenance, die vorausschauende Instandhaltung von Rolltreppen, Aufzügen sowie Lüftungs- und Klimaanlage.

// WOHNEN //

„WERDE TEIL DER COMMUNITY!“

DIGITALE ANSÄTZE IN DER QUARTIERSENTWICKLUNG

Wenn man an Digitalisierung im Wohnbau denkt, kommen einem endlose Datenreihen und Entfremdung durch Cyberspace in den Sinn. Das Gegenteil ist der Fall. Digitale Anwendungen können auch Gemeinschaft und Komfort schaffen. Das geht soweit, dass dadurch die Marke des Quartiers gestärkt wird.



„Je hochwertiger ein Quartier ist, desto höher ist die Bereitschaft, in digitale Komponenten zu investieren.“

Ein Gespräch mit Dr. Chris Richter, Geschäftsführer von Animus und Experte für digitalisierte Quartiere und Udo Cordts-Sanzenbacher, Geschäftsführer von BNP Paribas Real Estate über Alleinstellungsmerkmale durch Digitalisierung.

Die Digitalisierung schreitet auch in der Wohnwirtschaft voran. Was ist der Status quo bei Smart Home?

[Dr. Chris Richter: Smart Home wird immer öfter Teil der Projektentwicklungen. Je hochwertiger ein Quartier ist, desto höher ist die Bereitschaft, in digitale Komponenten zu investieren. Rollladen-, Licht- und Temperatursteuerung sowie Video-Türsprechanlagen

sind inzwischen Standard. Will der Kunde jedoch sparen, ist die Sonderausstattung leider auch der erste Streichposten.]

Über welche Größenordnung reden wir?

[Dr. Richter: Als Richtwert ist bei einer 80-Quadratmeter-Wohnung als Minimum von etwa 3.000 bis ➤

- 4.000 Euro auszugehen. Die Kosten sind in den letzten zwei Jahren dramatisch gefallen. Kleinere Unternehmen drängen in den Markt und bieten ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.]

Worauf wird umgekehrt nicht verzichtet?

[Dr. Richter: Auf Komfort und Dienstleistungen. Mit einer zentralen Paketannahme schafft man zum Beispiel eine Komfortsituation für Logistiker wie auch für Mieter. Alle Pakete des Quartiers werden reibungslos angenommen, wenn sie der Bote in nur eine Anlage packt.]

[Udo Cordts-Sanzenbacher: Wir beobachten eine starke Tendenz zur Sharing Economy, was Ressourcen spart und letztendlich zu Skalierungseffekten führt. Beispielsweise können Lastenfahräder oder Werkzeug

geteilt werden. Das sind kleine USPs, über die sich Vermieter und Investoren eines Quartiers abheben können.]

Wie trägt Digitalisierung zur Nachhaltigkeit bei?

[Dr. Richter: Zum Beispiel müssen nach der EED-Reform die Messstellendienstleister ab 2027 zwölfmal im Jahr über den Stromverbrauch informieren. Erfolgt die Mitteilung digital, spart man eine Menge Ressourcen. Messdaten werden über Schnittstellen abgelesen und visualisiert. Die grafische Darstellung bewirkt, dass Mieter ihren Verbrauch kontrollieren und reduzieren. Wir beobachten einen regelrechten Wettbewerb der Bewohner über die Quartiers-App. Auch E-Learnings tragen dazu bei, Ressourcen zu sparen und Nebenkosten zu senken.]



BEST PRACTICE

Smartes Wohnquartier BelleRü

In Essen-Rüttenscheid entstand an der Veronikastraße das neue Wohnquartier BelleRü. Viel Grün und Kirschbäume zeichnen die Freiflächen zwischen den zwei- bis dreigeschossigen Mehrfamilienhäusern der Anlage aus. Vorwiegend weiße Putzfassaden und helle Klinkerflächen lassen das Quartier hierzu passend hell erstrahlen und unterstreichen den luftigen Charakter des Quartiersinneren.



„In einem aktuellen Projekt in Essen – BelleRü – haben wir erstmalig von Beginn an Smart-Home-Systeme integriert. Jeder Tiefgaragenstellplatz hat einen E-Car-Anschluss. Und über unsere App können die Bewohner auch Wäscheservices und Paketdienste über eine Servicestation in Anspruch nehmen. Diese Entwicklung soll in den nächsten Projekten natürlich so weitergehen.“

Dr. Chris Richter

„Ein digitales Quartier ist ein Alleinstellungsmerkmal, das im Markt positiv bewertet wird.“

Wer zahlt die Digitalisierung des Quartiers?

[Dr. Richter: Generell wird die Software vom Eigentümer gezahlt. Die Kosten liegen im Promillebereich. Digitalisierte Lösungen dienen im Verkaufsprozess vor allem aber als Argument, höhere Preise zu erzielen. Ein digitales Quartier – ganz gleich mit welchem Schwerpunkt – ist ein Alleinstellungsmerkmal, das im Markt positiv bewertet wird.]

Welche zusätzlichen Vorteile ergeben sich?

[Dr. Richter: Durch die Digitalisierung wissen Projektentwickler heute, was funktioniert und was nicht. Beispielsweise in Bezug auf die Aufteilung eines Neubauprojekts: Wie viele Interessenten gab es im Vorfeld für welche Wohnungsgrößen? Durch die Auswertungen konkretisiert sich auch, welche Gewerke funktionieren. Digital wird die gesamte Kaskade vom Asset Manager über das Property und Facility Management bis hin zum Mieter dargestellt.]

[Cordts-Sanzenbacher: Mithilfe einer App gewinnt man auch Erkenntnisse über die Mieterzufriedenheit. Ein hohes Maß an Zufriedenheit heißt: weniger Fluktuation, höhere Cashflows und geringere Leerstandsrisiken für den Investor. Gleichzeitig kommen weiche Aspekte wie Nutzer-Screenings oder der Aufbau einer starken Marke hinzu.]

Wie hoch ist der Anteil an digitalisierten Quartieren in Deutschland?

[Cordts-Sanzenbacher: Digitalisierung ist vorrangig in der Neubautwicklung der vergangenen fünf bis zehn Jahre in den Gateway Cities anzutreffen. Noch nutzen viel zu wenig Asset wie Property Manager die Chancen des vernetzten Wohnbaus – obwohl ökonomische, ökologische und soziale Aspekte dafürsprechen. Auch wenn es wenig Erhebungen dazu gibt, würde ich schätzen, dass der Anteil unter einem Prozent liegt. Hier gibt es ihn noch, den First Mover Advantage.]

Sie sprechen von starken Marken. Nennen Sie mir ein Beispiel?

[Dr. Richter: Ein tolles Beispiel ist die i Live-Gruppe, die mit ihren Studentenwohnheimen ganz stark auf den Gemeinschaftsaspekt abzielt. Nach dem Motto: Du

bist Teil einer starken, nachhaltigen und unglaublich hippen Community. Die Nachfrage ist enorm, weil Menschen Teil dieser Lebenswelt sein wollen.]

[Cordts-Sanzenbacher: Dieses Beispiel zeigt sehr schön, dass Digitalisierung nicht automatisch Entfremdung bedeuten muss: Wenn Lucas aus Frankfurt, der gerne Rad fährt und sich vegan ernährt, zum Studieren nach Berlin kommt, kann er über eine solche Community ganz einfach Kontakt zu Gleichgesinnten knüpfen.]

Existieren bereits Anwendungen mit Gesundheitsbezug, Stichwort „Corona“?

[Dr. Richter: Während des Lockdowns im Frühjahr wurde eine abgespeckte Version unserer App für hilfebedürftige Kunden angeboten. Neuanmeldungen und Nutzerfrequenzen schnellten um ca. 40 Prozent in die Höhe. Anwendungen für ältere Menschen werden aber generell stärker nachgefragt. So kann das komplette Leistungspaket der Johanniter über die Animus-App gebucht werden – von der Essenslieferung bis hin zur Pflege. Wir sprechen hier über einen stark wachsenden Markt durch eine alternde Gesellschaft.]

Was ist denn noch Zukunftsmusik?

[Dr. Richter: Der ganz große Wurf wäre ein Betreibermodell für Quartiere. Bislang existieren Einzelösungen, aber keiner traut sich an ein Gesamtkonzept heran, das alle Komponenten wie Energie, Mobilität oder Logistik zusammenfügt. Wer den Mut hat, sich einzuarbeiten und eine digitale Lösung anzubieten, wird ganz stark nach vorne gehen.] ●



// INDUSTRIE //

DATA CENTER

FRANKFURT IST UND BLEIBT DEUTSCHE INTERNET-HAUPTSTADT

In und um Frankfurt am Main sind sie immer häufiger zu sehen: fensterlose Bauten in der Größe einer Lagerhalle, oft ohne Logo oder weiteres Erkennungsmerkmal. Meist verbergen sich dahinter Rechenzentren, die es uns ermöglichen, Streaming-Dienste, Online-Banking und Online-Shopping-Angebote zu nutzen.

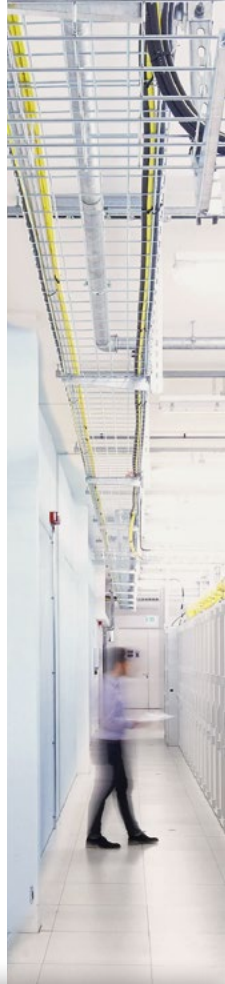
[D] Das Internet sorgte am Ende des 20. Jahrhunderts dafür, dass sich eine neue Immobilienart etablierte: das Rechenzentrum. Es entwickelte sich ein regelrechter Boom, der aber zusammen mit der Dotcom-Blase platzte. Danach wurde es ziemlich ruhig um die neue Trend-Assetklasse. Die zunehmende Digitalisierung beschert den Rechenzentren jedoch eine Renaissance: Online-Banking, E-Commerce und Streaming-Dienste sorgen dafür, dass immer mehr Daten von A nach B transportiert werden müssen. Diese hohe Datenleistung kann nur mithilfe von neuen Data Centern gewährleistet werden. „Die Corona-Krise hat diese Entwicklung noch weiter verstärkt, sodass man zurzeit von einer zweiten Hochphase sprechen kann“, erläutert Arno Petzold, Director Data Center Solutions Europe.

RECHENZENTRUM – DIE ETWAS ANDERE LAGERHALLE?

Anders als die übliche Logistikimmobilie sind Rechenzentren meistens mehrstöckig und fensterlos. Ein Rechenzentrum hat dieselben Anforderungen an die Gebäudestruktur wie eine Lagerhalle, jedoch mit deutlich mehr technischer Gebäudeausstattung (TGA). Dazu zählen unter anderem Dieselgeneratoren, USV-Anlagen und Kühlsysteme. Diese Anlagen sind essenziell, um den Betrieb über 24 Stunden, sieben Tage die Woche, 365 Tage im Jahr am Laufen zu halten. „Die Investition in diese Technik führt dazu, dass die TGA den größten Kostenfaktor beim Bau eines Rechenzentrums ausmacht. Auf Grundstück und Gebäudehülle entfallen in der Regel nur 20 bis 25 Prozent des Investments“, erklärt Petzold. Ein weiterer Unterschied liegt darin, dass die Betreiber der Rechenzentren oft auch die Grundstücke und Immobilien selbst besitzen möchten oder



ÄUSSERLICH gleichen Data Center herkömmlichen Industriebauten, oft machen nur die fehlenden Fenster den Unterschied erkennbar.





müssen, da die meisten der großen Player selbst als REITs strukturiert sind. So hat etwa der Colocation-Anbieter Interxion im Mai dieses Jahres das 43.000 Quadratmeter große Grundstück unweit des IT- und Gewerbeparks „Osthafen“ erworben, in dem Interxion selbst seit 20 Jahren der Hauptmieter ist.

DATA CENTER – EIN SICHERES INVESTMENT?

„Für Investoren werden Rechenzentren immer interessanter. Hier gibt es noch die langfristigen Mietverträge, die von vielen Anlegern so gerne gesehen werden. In den vergangenen fünf Jahren hat sich diese Assetklasse von einem reinen Nischenprodukt hin zu einem etablierten Asset entwickelt. Covid-19 hat zudem gezeigt, wie krisensicher Rechenzentren als Assetklasse sind“, berichtet Stephan Gubi, Niederlassungsleiter Frankfurt bei der BEOS AG.

Arno Petzold fügt hinzu: „Betreiber wie Amazons AWS kümmern sich selbst um die technische Ausstattung, die, wie bereits erwähnt, die meisten Kosten verursacht. Das führt zu einer langjährigen Mietdauer, meist 20 Jahre und mehr. Denn wenn man erst viel Geld in die TGA investiert hat, bleibt man auch lange im Gebäude.“ Das einzige Problem: Es fehlen die Produkte, also die Bestandsobjekte mit Triple-Net-Mietverträgen, die man frei erwerben kann. Und auch bei der Standortwahl muss einiges beachtet werden, denn hier haben Rechenzentren besondere Ansprüche: „Zum einen muss eine redundante Stromversorgung und ein geringes Risiko vor (Umwelt-)Katastrophen gewährleistet werden. Ebenso müssen Themen wie Wärme- und Lärm-Emissionen beachtet werden, die ein Rechenzentrum das ganze Jahr über im Betrieb produziert. Ein Neubau an ein angrenzendes Wohngebiet ist somit ausgeschlossen“, erklärt Petzold.

FRANKFURT AM MAIN: DIE INTERNET-HAUPTSTADT DEUTSCHLANDS

Und hier kommt Frankfurt am Main ins Spiel: Der Frankfurter Internet-Knoten „Deutsche Commercial Internet Exchange (DE-CIX)“ ist gemessen am Datendurchsatz der größte der Welt. Im März 2020 wurde nach Angaben der Betreiber ein Transfer von mehr als neun Terabit pro Sekunde gemessen – ein absoluter Rekord. Gerade für Banken, Börsen und weitere (Finanz-)Dienstleistungen sind diese Sekunden entscheidend, weswegen sich die Mainmetropole auch weiter zum Top-Standort Europas für Data Center entwickeln wird. „Will die Stadt diese Position auch langfristig behaupten, gilt es, nicht nur dem Flächenmangel mit der Neuausweisung geeigneter Grundstücke zu begegnen. Vielmehr müssen auch neue Stromkapazitäten geschaffen werden“, so Gubi.

Petzold ergänzt: „Es wird schwieriger werden, Rechenzentren in oder in der Nähe von Frankfurt anzusiedeln. Daher ist auch das Umland bereits im Fokus. So hat sich der Radius um 50 bis 100 Kilometer erweitert, was dazu führt, dass eigentlich das gesamte Rhein-Main-Gebiet als Hotspot für Data Center gilt.“



Ein „Hyperscale“ Data Center benötigt so viel Strom wie eine Kommune mit **30.000 Einwohnern**.

mindestens **10.000 Euro**

Baukosten pro Quadratmeter



4-7 %

Renditepotenzial

Fotos: Jens Küsters

// BÜRO //



SMART & WELL-BEING

DSTRCT.BERLIN FÜR MEHR WOHLBEFINDEN AM ARBEITSPLATZ

Per Spracherkennung Musik abspielen, mit Kameras die Sicherheit im Auge behalten und via App die Temperatur der Heizung steuern: In unserem Zuhause setzen wir vermehrt auf Digitalisierung. Doch wie gestaltet sich die intelligente Vernetzung von Büroimmobilien? Und wie ermöglichen die neuen Technologien, dass das Wohlbefinden der Gebäudenutzer gesteigert wird? Wir gehen der Sache am Beispiel eines spannenden Projekts in Berlin nach: DSTRCT von HB Reavis.

„Industrieller Vintage-Stil trifft auf New Work.“



MATTHIAS GOßMANN

setzt mit dem ersten deutschen Projekt auf Digitalisierung und Well-being.

Im Büroneubau und in Teilen der außergewöhnlichen historischen Hallen wird es moderne und flexible Arbeitsplätze geben. Bei diesen werden Smart Building-Technologien eingesetzt, um das Wohlbefinden der Gebäudenutzer zu verbessern und deren Gesundheit zu fördern.

SYMBIOSY – DAS DIGITALE HERZSTÜCK

Das digitale Herzstück des DSTRCT bildet Symbiosy. Die künstliche Intelligenz analysiert die genaue Nutzung des Gebäudes durch die Mieter, um darauf intuitiv zu reagieren, sodass Gesundheit und Produktivität gefördert werden. So erhalten Mitarbeitende Zugang zu den Arbeitsplätzen per Keyless Go und können via App die Belegung und Buchung der Räume prüfen und vornehmen. Auch die Luftqualität in den Büros kann durch die Symbiosy-Technologie gesteuert werden. Einfach gesagt: Es soll ein produktiver und gesunder Arbeitsbereich geschaffen werden, der die tägliche Routine erleichtert und zum Wohlbefinden beiträgt. ➤

[I] Im beliebten Kiez Prenzlauer Berg – zwischen Berlin Mitte und Friedrichshain – entsteht ein moderner Bürocampus, das DSTRCT.BERLIN. Hier treffen einige scheinbare Gegensätze aufeinander: digital, gesund & nachhaltig sowie alt & neu – oder wie die Projektentwickler von HB Reavis es nennen: „Industrieller Vintage-Stil trifft auf New Work.“ Das Areal kann auf eine ereignisreiche Geschichte zurückblicken: Einst der zentrale städtische Vieh- und Schlachthof Berlins, der im Zweiten Weltkrieg zu 80 Prozent zerstört und in der Nachkriegszeit zum führenden Fleischverarbeitungsbetrieb in Ost-Berlin wiederaufgebaut wurde, wird jetzt einer neuen, modernen Nutzung zugeführt, bei der der Nutzer im Vordergrund steht.

Matthias Goßmann, Head of Leasing von HB Reavis Germany dazu: „Das Gelände ist Teil der Berliner Geschichte. Die denkmalgeschützten Hallen erzählen die Historie des Zentralvieh- und Schlachthofs in besonderer Weise. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, modernes Arbeiten von heute mit der Geschichte des Areals zu verbinden und so besondere Arbeitswelten zu schaffen“. Ben Barthel, Director National Office Advisory bei BNP Paribas Real Estate, fügt hinzu: „Das DSTRCT ist nicht nur ein Bürogebäude, es ist eine Destination, die den Beginn der Transformation der Region einleitet. Sie vereint vieles und spiegelt damit perfekt die Berliner Mischung wider“.

Visualisierungen/Fotos: HB Reavis



Symbiosy ist eine Technologie- und Sensorenplattform, die entwickelt wurde, um HB Reavis' nutzerzentrierte Philosophie bei der Schaffung von Arbeitswelten zu unterstützen. Über Sensoren werden Raumnutzung, Umweltqualität in Innenräumen und unternehmensinterne Kooperationsnetzwerke erfasst und professionell bewertet, um beispielsweise automatische Energieeinsparungsmöglichkeiten und alternative Arbeitsroutinen zu empfehlen sowie Büroflächen zu optimieren. Weiterhin erlernt das System die Komfort-Präferenzen im Büro.



WORK. EAT. MEET

Offene Innenhöfe mit viel Licht, intensive Begrünung sowie die Kunstinstallationen in den Eingangsbereichen tragen zum WELL Building Konzept bei.

► „Das Arbeiten im Büro hat viele Vorteile zu bieten. Bei HB Reavis betrachten wir eine zuverlässige und leistungsstarke Konnektivätsinfrastruktur als integralen Bestandteil moderner Arbeitsräume“ erklärt Marcel Sedlák, CEO von HB Reavis Germany. DSTRCT.BERLIN wurde so konzipiert, dass es den höchsten Standards von WiredScore, dem internationalen Bewertungssystem für die digitale Infrastruktur von Gewerbecommunities, entspricht und wurde mit dem WiredScore Platin-Zertifikat ausgezeichnet. Die Konnektivität entsteht aufgrund zahlreicher Sensoren und Technologien,

die an den richtigen Stellen installiert sind, und mit der DSTRCT-Gebäude-App.

WORK. EAT. MEET.

Die digitalen Technologien des DSTRCT.BERLIN ermöglichen es, das Wohlbefinden der Gebäudenutzer zu steigern und in den Mittelpunkt zu stellen. Der Campus folgt dabei dem WELL Building Standard, bei dem sieben Kategorien berücksichtigt werden: Wasser, Licht, Ernährung, Luft, Fitness, Komfort und Geist. So wird beispielsweise durch Aktivkohlefilter und Luftionisation die Wasser- und Luftqualität automatisch sichergestellt, neue Lichtkonzepte wie biodynamisches Licht unterstützen den Biorhythmus des Körpers, und Räume werden so konzipiert, dass sie Bewegung und Kreativität fördern. Auch Gesundheitskonzepte wie Physiotherapien und Ärzte sollen am Standort etabliert werden.

Doch nicht nur gearbeitet wird auf dem Areal, das Motto des Projekts „Work. Eat. Meet.“ macht deutlich, was Besucher und Mieter erwarten können: Neben modernen Arbeitsplätzen wird es auch diverse Angebote und Möglichkeiten in den Bereichen Gastronomie und Nahversorgung in der ehemaligen Auktionshalle geben. Ebenso sollen hier Ausstellungs- und Eventflächen geschaffen werden. Dieses vielseitige Angebot rundet das Gesamtfeeling des Quartiers ab, fasst Marcel Sedlák abschließend zusammen: „Die Gebäude, in denen wir arbeiten, lernen und uns entspannen, prägen unser Leben, unsere Gesundheit, unser Wohlbefinden und unsere Produktivität. Aus diesem Grund haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Projekte so zu entwerfen, dass sie den hohen Kriterien des WELL Building Standards entsprechen und den Nutzer in den Fokus stellen. Für uns muss ein wirklich funktionierender Arbeitsplatz aber auch qualitativ hochwertige Gastronomieoptionen bieten, da Auswahl und Vielfalt das Wohlbefinden der Mitarbeiter positiv beeinflussen.“

DSTRCT-APP - LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK



Zugang zum Arbeitsbereich (Keyless Go)



Buchung und Zugang zu Konferenzräumen



Nutzung zur Campusnavigation



Infos über Speisekarten der Cafés und Restaurants im Quartier



Dashboard für Wetterdaten & Gebäudeinfos



Übersicht zu News Feeds, Veranstaltungen auf dem Gelände und in der Umgebung



Z8, LEIPZIG

Das Wohn- und Geschäftshaus beweist durch seine markante Form, dass sich auch Gebäude der höchsten Brandschutzklasse architektonisch überzeugend und nachhaltig in Holz errichten lassen.

 **LISA BECHMANN**, Consultant
Regional Residential Investment, Leipzig

BIBLIOTHEK, FREIBURG

Das historische Stadttheater spiegelt sich optimal in der modernen Glasfassade der Universitätsbibliothek.

 [MARINA VOGT](#), Social Media Content Specialist, Frankfurt





CINNAMON TOWER HAFEN- CITY HAMBURG

Von innen und außen ein super (An-)Blick – aus allen Etagen des leuchtend roten Wohnturms genießt man die Sicht auf die HafenCity.

 **JONAS KLEIN**, Media
Designer, Hamburg





CUBE, BERLIN

Mehr eine moderne Skulptur als ein Smart Building – das cube am Berliner Hauptbahnhof beeindruckt neben seiner imposanten Glasfassade auch mit modernster Technik: Rund 3.000 Sensoren analysieren und interpretieren das Verhalten der Gebäudenutzer.

 **STEPHANIE HEINRICHS**, Team Manager
Brand & Events, Frankfurt

KRANHÄUSER, KÖLN

Mal ein anderer Blickwinkel als die ikonische Außenansicht der Kranhäuser im Rheinauhafen.

 **MANNY ANTIPORDA**, Media Designer, Köln

ALLIANZ ARENA, MÜNCHEN

An Heimspieltagen erstrahlt das architektonische Wahrzeichen in Rot, aber auch vor der leuchtenden Abendsonne lohnt sich ein Besuch.

 **DAVID KLABISCH**, IT Support Specialist, Düsseldorf

// EINZELHANDEL //

RETAIL UND DER LOCKDOWN

DIGITALISIERUNG IM FOKUS?

Der Handel hatte schon vor der Corona-Krise mit vielen Herausforderungen zu kämpfen, jetzt hat sich die Lage für einzelne Segmente des Retailmarkts weiter verschärft. Kann die Digitalisierung hier Abhilfe schaffen? Zum Gespräch am runden Tisch trafen sich die Retail-Experten von BNP Paribas Real Estate, Claudia Reischl, Olga Sieczewicz und Daniel Schuh. Sie berichten über den Status quo und die Zukunftspläne der Textil- und Lebensmittelhändler sowie der Gastronomen.

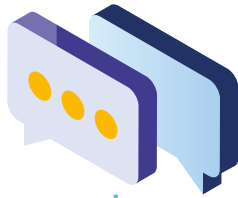
Stichwort Digitalisierung: Können Sie zunächst den Status quo auf dem Retailmarkt aufzeigen?

[Claudia Reischl: Im Textilhandel kommen verschiedene digitale Technologien zum Einsatz. Natürlich wird hier stark auf Social Media gesetzt, vor allem auf Instagram und Influencer, die die potenziellen Kunden in einen Store locken oder Produkte vorstellen. Außerdem gewinnen virtuelle Warenpräsentationen mehr an Bedeutung. Die Funktion der Augmented Reality – also die Verknüpfung von virtueller und realer Welt – kommt in vielen Läden neu hinzu. Hier wird Kunden das Produkt direkt im Laden virtuell vorgestellt, um die Kaufentscheidung zu erleichtern. Auch Lieferroboter und Drohnen werden vermehrt weltweit im Einzelhandel getestet.]

[Daniel Schuh: Im Gegensatz zum Textilhandel sind die Food-Retailer aus Kundensicht nicht so stark digitalisiert. Gerade im Laden vor Ort ist für Kunden von der Digitalisierung kaum etwas zu sehen. Natürlich haben viele Lebensmittelhändler mittlerweile einen Online-Shop für ihre Non-Food-Produkte, und auch im Bereich Social Media sind die Food-Retailer sehr präsent. Nur im Versand von Lebensmitteln sind noch nicht alle Betreiber aktiv. Hier haben Rewe und Amazon Fresh mit ihren Delivery-Konzepten sicherlich eine Vorreiterrolle.]



REWE ONLINE – von der Bestell-App über Einkaufslisten bis hin zu leckeren Rezeptvorschlägen und exklusiven Online-Produkten



OLGA SICZEWICZ

Senior Consultant National Retail
Advisory, F&B Specialist



CLAUDIA REISCHL

Director Retail Advisory

„Die große Sensation fehlt noch auf dem deutschen Retailmarkt.“

Claudia Reischl



DANIEL SCHUH

Director National Retail Investment



➤ Das ist ja schon Einiges. Wie sieht das in der Gastronomie aus?

[Olga Siczewicz: Auch hier tut sich eine Menge. Als erstes fällt mir da der digitale Bestellvorgang zwischen Gast und Restaurant sowie zwischen Restaurant und Lieferant ein. Außerdem ermöglichen digitalisierte Waren- und Küchenplanung, dass Abfälle reduziert und der Ertrag optimiert werden kann. Natürlich wird aber auch in der Gastronomie vermehrt auf die sozialen Medien gesetzt. Wobei auch Service Apps und solche für Tischreservierungen immer mehr an Bedeutung gewinnen.]

Gibt es eine Service App, die Sie für besonders gut gelungen halten, Frau Siczewicz?

[Olga Siczewicz: Die Restaurantkette „The Ash“ des Bonner Unternehmens apeiron macht das schon recht gut. Die App der Steakhouse-Kette liefert dem Gast nicht nur Informationen zu den Restaurants,



LERNENDER STORE – das Einkaufskonzept des bonprix Fashion Connect Stores wird ständig optimiert, Kunden liefern durch kontinuierliches Feedback wichtige Erkenntnisse über den Einzelhandel der Zukunft.

sondern ermöglicht Tischbuchungen, Bestellungen sowie ein Abhol- und Liefersystem. Auch Subway wäre hierbei positiv hervorzuheben. Der Systemgastonom hat seine Subcard mithilfe einer App abgelöst. Gäste sammeln via App bei jedem Kauf Punkte, die sie gegen Gratis-Produkte eintauschen können. Neben exklusiven Inhalten gibt es außerdem Sonderangebote, Neuigkeiten und Coupons zum Sparen sowie ein Online-Bestell-Tool.]

Gibt es sonstige Best Practices aus dem Einzelhandel?

[**Claudia Reischl:** Seit drei oder vier Jahren gibt es immer mehr Shops, die durch gewisse Aktionen versuchen, die Kunden wieder zu sich in den Laden zu locken, um ihnen ein unvergessliches Einkaufserlebnis zu bieten. Die Aufenthaltsqualität wird in vielen Beispielen durch coffee shops oder ähnliches erhöht. Doch die große Sensation fehlt noch auf dem deutschen Retailmarkt. Vielleicht könnte man den bonprix Store in Hamburg an dieser Stelle nennen, hier wird via App ein digitales Einkaufserlebnis im Laden geboten, von der Suche bis hin zum Bezahlvorgang via PayPal.]

Wird Corona den Druck zur Digitalisierung erhöhen, oder werden momentan andere Prioritäten gesetzt?

[**Daniel Schuh:** Food-Retailer spüren auch trotz Corona keinen unmittelbaren Druck, noch stärker zu digitalisieren, um Kundenerlebnisse zu verbessern. Die Geschäfte sind ja auch in Corona-Zeiten offen, mit sehr guten Umsätzen. Während des Lockdowns im Frühjahr wurden zwar mehr Lebensmittel online eingekauft, aber eher in Ballungszentren, da nur dort Delivery-Angebote zur Verfügung stehen. Hinzu kommt, dass in Deutschland flächendeckend Drogerien und Lebensmittelmärkte vorhanden sind, sodass der Einkauf im Laden immer noch schneller und einfacher ist, als sich Waren nach Hause liefern zu lassen.]

[**Claudia Reischl:** Nur, wer weiterhin Einkaufserlebnisse schafft und die Verknüpfung von Online und Offline beherrscht, wird sich in der Krise positiv hervorheben, daher muss der Einzelhandel auf die Digitalisierung setzen. Wobei online nicht in Konkurrenz zu offline stehen muss, sondern am besten die perfekte Ergänzung bieten sollte. Generell wollen und sollen Einzelhändler mehr in digitale Technologien wie Big Data



„Gerade in der heutigen Zeit mit all ihren Herausforderungen spielt die Digitalisierung eine entscheidende Rolle, um „nah am Gast“ und transparent zu sein. Darüber hinaus möchten wir unsere Gäste stets mit aktuellen News versorgen, es ihnen so leicht wie möglich machen, das Restaurant in ihrer Nähe zu finden, einen Tisch zu reservieren oder auch auf die Möglichkeit der Lieferung oder des kontaktlosen Curbside Pickup zurückzugreifen.“

KENT HAHNE, CEO & Founder,
apeiron restaurant & retail
management GmbH

oder die sozialen Medien investieren, damit die Kunden wieder einen Grund mehr haben, in den Flagship Store zu gehen. Denn einen Vorteil hat der Handel gegenüber dem Netz: Die Produkte sind greif- und fühlbar. Und diese Stärke muss ausgenutzt werden.]

Werden auch die Gastronomen weiter auf die digitale Transformation setzen?

[**Olga Siczewicz:** Die Krise hat nochmal verstärkt gezeigt, dass diejenigen, die in Sachen Digitalisierung nicht geschlafen haben, klar im Vorteil sind. Spätestens jetzt ist jedem Gastronom die Wichtigkeit der Digitalisierung bewusst. Es wird viel in die Transformation gesetzt, und das Thema hat hohe Priorität. Auch durch das stark wachsende Delivery- und Take-Out-Segment der Gastronomie wird dieser Trend verstärkt. Hier laufen ja ohnehin schon alle Prozesse online und mobil. Die Möglichkeiten und Benutzerfreundlichkeit werden dabei weiter ausgebaut.]

// BÜRO //

BIM & HOLZBAU

DIE PERFEKTE SYMBIOSE AUS DIGITAL & NACHHALTIG

In einer der begehrtesten Gegenden Hamburgs entsteht bis 2022 ein modernes, flexibles und nachhaltiges Bürogebäude: Das Timber Office verspricht die perfekte Work-Life-Balance für Mitarbeitende. Die Bauzeit beträgt dank Building Information Modeling und dem Modul-Holzbau nur etwa 15 Monate. Wir schauen uns die Besonderheiten des Projekts genauer an.



Immer mehr Menschen haben den Wunsch, ihr Leben nachhaltiger zu gestalten und Ressourcen verantwortungsvoll zu nutzen. Diese Entwicklung macht auch vor dem Büromarkt nicht halt. Aus diesem Grund setzt die AVW Immobilien AG bei ihrem Timber Office in Hamburg auf Holz-Hybrid. Diese Bauweise kombiniert die Materialien Holz und Stahlbeton und ermöglicht, dass 1.200 Tonnen Gewicht eingespart und 467 Tonnen CO₂ gespeichert werden können.

„Nachhaltiges Bauen ist zwar grundsätzlich seit Jahren in Hamburg präsent. Das in diesem Zusammenhang wichtige Thema des Holzbaus ist in den vergangenen Jahrzehnten aber etwas vernachlässigt worden“, berichtet Timotheus Werner, Senior Consultant Office Advisory bei BNPPRE. Erfreut führt er fort: „Nun versucht man, im Zuge der aktuellen Klimadiskussionen wieder verstärkt zum Holzbau zurückzukehren. Das Hamburger Holzbauforum findet beispielsweise jährlich statt, und wer beim Wohnungsneubau auf Holz setzt, wird zusätzlich von der Stadt gefördert.“ Zudem darf der nachwachsende Rohstoff seit Kurzem in der Hansestadt auch für Bauvorhaben mit größeren Gesamthöhen genutzt werden. So wird in Hamburg mit der „Wildspitze“ Deutschlands höchstes Holzgebäude mit 19 Etagen und einer Höhe von 65 Metern erbaut.

DAS BÜRO – EIN ORT FÜR DEN AUSTAUSCH

„Das Timber Office ist in Hamburg das erste Bürogebäude in dieser speziellen Hybrid-Bauweise und somit ein Stück Pionierarbeit. Dieses Projekt sollte als positives Beispiel auch für weitere Projektentwicklungen dienen“, so Werner. Zudem wird ein Mobilitätskonzept für nachhaltiges Pendeln integriert. Die besten Stell-

plätze des Timber Office sollen dabei den Radfahrern gehören, wobei es auch 11 Parkplätze mit E-Ladestationen geben wird.

„Well-being bleibt der zentrale Entwurfsgedanke in diesem Gebäude. Hochwertige, natürliche Materialien innerhalb der Büroflächen und Arbeitsräume im Außenbereich sollen den Mitarbeitenden eine positive Grundstimmung gegenüber ihrem Arbeitsplatz ermöglichen.“ So beschreibt Edward Martens, Vorstand der AVW AG, das Konzept der Büroimmobilie. Auf die Frage, ob Büroflächen in Zukunft noch benötigt werden, antwortet Martens lächelnd: „Wie sich Arbeitswelten verändern werden, kann man nicht vorhersehen. Daher haben wir ein Büro konzipiert, das möglichst flexibel an neue Entwicklungen angepasst werden kann. Wichtig bleibt das Büro als Ort für den Austausch von Informationen, da bin ich mir sicher. Auch für die Bindung der Mitarbeitenden zum Unternehmen wird es immer die zentrale Anlaufstelle bleiben.“

MIT BUILDING INFORMATION MODELING PLANUNGSSICHER BAUEN

Auf circa 3.500 Quadratmetern bietet das Timber Office Platz für bis zu 250 Arbeitsplätze. Und das bei luftigen Deckenhöhen von drei Metern. Verzichtet wird auf überflüssige Haustechnik, was nicht nur Wartungskosten einspart, sondern den Energieverbrauch langfristig senkt.

Bei der Planung und beim Bau wurde jedoch nicht technologisch gespart. So setzt die AVW auf Building Information Modeling, kurz BIM. „Generell erhoffen wir uns durch den Einsatz von BIM eine präzisere Planung. Präziser im Hinblick auf Fehlervermeidung, Kalkulation von Massen, und Kollision, beispielsweise mit der Hau-



DIE IMMOBILIE wird großzügig begrünt. So laden fünf Terrassen zum Durchatmen, Denken oder sogar Gärtnern ein.



stechnik. Beim Holzbau speziell geht es um ein hohes Maß an Vorfertigung in der Werkhalle, um schnellere Montagen vor Ort zu ermöglichen. Ein abgestimmtes BIM-Modell kann hier in einem sehr frühen Stadium zu verbindlichen Angaben – beispielsweise zu Durchbrüchen und Einbauteilen – führen. Generell führt diese Technologie zu einem transparenten und archivierbaren Planungsprozess“, so Martens. Den konkreten Einsatz von BIM im Timber Office erklärt er so: „Im Modell sind die Zuständigkeiten (z. B. Holzhybridhersteller, Rohbau oder Ausbau) hinterlegt, sodass die Leistungsschnitt-

stellen klar abgelesen werden können. Besonders die Abstimmung mit den TGA-Gewerken konnte in Form von diversen Fachmodellen durchgeführt werden. Bei zum Teil sichtbar installierten Versorgungsmedien hat uns dieses Vorgehen sehr geholfen.“ Der Aufwand, BIM einzusetzen, ist zurzeit noch recht hoch, da die AWW erst seit Kurzem auf diese Technologie setzt. Dennoch ist sich Martens sicher, dass BIM zukunftsfähig ist: „Unsere Planungsteams lernen immer mehr dazu. Für eine saubere, kostenoptimierte und fehlerfreie Planung ist BIM die Zukunft, davon bin ich überzeugt.“

// HOTEL //

SMART HOTELS

DAS HOTEL-ERLEBNIS DER ZUKUNFT?

[D] Die Digitalisierung im Hotelbereich steht noch am Anfang. Doch gerade in Corona-Zeiten wird sie immer wichtiger. Digitale Tools helfen dabei, geforderte Hygienestandards sicherzustellen und Abstandsregeln im Hotel einzuhalten. Aber auch unabhängig von Krisenzeiten kann die Digitalisierung zahlreiche Vorteile für die Hotellerie bieten.

Die Hotel-Digitalisierung lässt sich dabei in zwei Kategorien einteilen: in die Prozess-Digitalisierung, die im Hintergrund abläuft und das durch den Gast direkt erlebbare Smart Hotel. Zusammen schauen wir uns mit Thorsten Faasch, Director National Hotel Services, in Auszügen an, wie eine digitale Customer Journey in der Hotellerie aussehen kann.



DIE DIGITALE CUSTOMER JOURNEY

1

RECHERCHE

Die heutige Hotelsuche erfolgt online mithilfe von Suchmaschinen und Social Media. Natürlich werden auch gerne Empfehlungen von Freunden und Familie wahrgenommen. Dennoch sollten sich Hoteliers mit Themen wie Suchmaschinenoptimierung und neuen Medien wie Instagram beschäftigen, um den Anschluss nicht zu verlieren.

2

BUCHUNG

Wenn bei der Online-Recherche das passende Hotel gefunden wurde, buchen Kunden direkt über Computer oder Smartphone. Ein nutzerfreundlicher Buchungsvorgang ist hierbei entscheidend. Einige Hotels ermöglichen sogar die konkrete Zimmerauswahl von zu Hause aus: egal ob mit Ausblick auf den Park, direkt im Erdgeschoss oder neben der Rooftop-Bar.

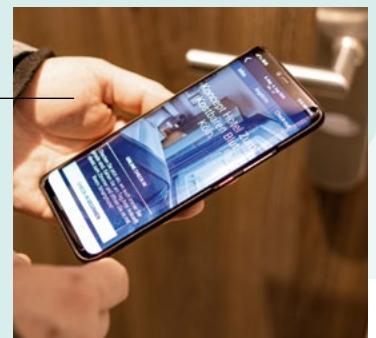
3

CHECK-IN

Wie am Flughafen wird sich auch der Online-Check-in im Hotel langsam etablieren. Gerade zu Stoßzeiten oder bei großen Messen und Veranstaltungen können lange Wartezeiten vermieden werden, wenn Hotelbesucher über das eigene Smartphone einchecken. Auch wegen der Hygiene- und Abstandsregeln ergibt ein digitaler Check-in viel Sinn.

EXTREM SMART

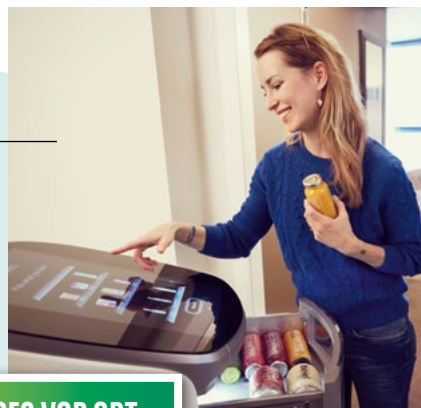
Vom kontaktlosen Check-in über Türöffnen per App bis zum digitalen Check-out: Die Konzept Hotels haben seit 2017 eine neue Digitalisierungsstrategie.





ROBOTER JEEVES

Im The Rilano Hotel München Schwabing werden Snacks oder Produkte wie Zahnpasta und Co. von einem Roboter an die Zimmertür gebracht.



5 SERVICES VOR ORT

Hotelmappe, Reiseführer, Room-Service oder hoteleigener Shop – all das lässt sich komplett digitalisieren.

6 RESTAURANTBESUCH

Ein digitaler Restaurantbesuch könnte wie folgt aussehen: Der Kellner bringt die Gäste zum Tisch und erklärt, wie die Bestellung mit dem Tablet funktioniert. Der Gast kann seine Getränke und sein Essen selbst bestellen und am Ende die Rechnung kontaktlos über das Tablet begleichen. Der Kellner bringt lediglich die Getränke und Speisen.

4 HOTELZIMMER

Das Smartphone kann in einem Smart Hotel auch direkt zum Hotelschlüssel werden: Barcode einscannen und eintreten. Auch innerhalb des Hotelzimmers sind via App zahlreiche Vorgänge digitalisierbar, wie das Einstellen der Raumtemperatur, die Bedienung der Klimaanlage oder das Herunterfahren der Rollläden.

7 CHECK-OUT

Natürlich muss in einem Smart Hotel auch der Check-out digital über das Smartphone erfolgen. Schon jetzt gibt es viele Hotels, in denen der Hotelschlüssel ohne Kontakt zum Hotelpersonal abgegeben werden kann. Digital geht das Ganze noch einfacher – und kontaktloser.

PLUG & PLAY

Natürlich darf für ein komplett digitales Hotel-Erlebnis ein Smart-TV wie im "me and all hotel" in Düsseldorf nicht fehlen.



Illustration: Shutterstock / Fotos: Konzept Hotels, TKon photo (me and all hotels), Robotise GmbH

Klingt für Sie nach Zukunftsmusik? „Mitnichten, in Japan gibt es bereits einige Hotels, die komplett ohne Personal auskommen, und auch in Deutschland gibt es erste Beispiele für Smart Hotels, was das Kölner „Konzept Hotel Zum Kostbaren Blut“ beweist“, erklärt Faasch. Sorgt für Personalabbau? Schon jetzt fehlt es der Hotellerie an

Fachkräften, sodass Stellen nicht besetzt werden können. Daher löst die Digitalisierung eher ein Problem, als ein neues zu schaffen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Digitalisierung zu einem Service-Gewinn für den Gast führen, zu Kostensenkungen beitragen und bestenfalls sogar neue Einnahmequellen generieren kann.

// INDUSTRIE //

WELL BUILDING STANDARD

AUCH DIE LOGISTIK SETZT AUF NACHHALTIGKEIT & WELL-BEING

Im nördlichen Ruhrgebiet, in Datteln, erwarb Prologis im Herbst 2019 ein sechs Hektar großes Grundstück. Aufgrund der hervorragenden Zusammenarbeit mit der Stadt konnte der spekulative Bau der 27.800 Quadratmeter großen Logistikimmobilie im Februar beginnen. Acht Monate später war das Objekt fertiggestellt und ein Mieter gefunden. Das liegt neben der guten Lage und Anbindung auch an den Themen Nachhaltigkeit und Well-being.

[N] Nachhaltigkeit spielt bei dem Projekt in Datteln eine wichtige Rolle. Das spiegelt sich auch im angestrebten Goldzertifikat der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) wider. „Bei der Entwicklung handelt es sich um ein Brownfield Development“, erklärt Christina Deuß, Capital Deployment Manager Germany bei Prologis. „Die Fläche wurde in der Vergangenheit von der Ruhr Zink zur Herstellung von Metalllegierungen genutzt. Aufgrund der jahrzehntelangen Belastung musste das

Grundstück daher aufwändig saniert werden.“ Zusätzlich werden auch Artenschutzmaßnahmen umgesetzt.

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT DANK WELL BUILDING STANDARD®

Auch das Thema Mitarbeiterzufriedenheit wird in Datteln großgeschrieben. In Zusammenarbeit mit dem WELL Building Institut wurde der WELL Building Standard® auf Logistikimmobilien angepasst. Dieser basiert auf Erkenntnissen der medizinischen Forschung, die



VERTIKALBEGRÜNUNG: Erhöhte Luftfeuchtigkeit wirkt kühlend durch Verdunstungskälte und ausgleichend gegen Trockenheit. Außerdem wird durch die Schallreduzierung die Akustik verbessert.

den Einfluss von Gebäuden auf die Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer Nutzer untersucht. Ziel des Standards ist es, ein angenehmes und gesundes Arbeitsumfeld für Mitarbeitende zu schaffen und das Wohlbefinden dauerhaft zu steigern. Das Well-being soll auch dabei helfen, qualifizierte Mitarbeitende zu finden und langfristig an das Unternehmen zu binden.

Doch was hat die Logistikimmobilie, die als erste in Deutschland eine WELL Building Standard®-Zertifizierung anstrebt, konkret zu bieten? „Das Objekt in Datteln verfügt über eine 4.500 Quadratmeter große Living Zone, eine Art Zwischenraum im Gebäude, der sich über die komplette Breite erstreckt und den typischen Hallencharakter reduziert. Die Zone bietet mehr Licht- und Luftqualität in den verschiedenen Hallen sowie gekühltes und gefiltertes Trinkwasser aus 6 Trinkwasserspendern“, verrät Deuß.

Auch eine Smart Wall, die Einblicke in die Nutzung der Anlage und Effizienz der Energieeinsparungen gewährt, soll es geben. „Ein Highlight ist sicherlich auch die Vertikalbegrünung“, so Deuß. „170 Quadratmeter Begrünung sorgen innerhalb der Logistikimmobilie für ein gesundes Raumklima, die Pflanzen verbessern die Akustik, reduzieren das Risiko von Müdigkeit und Stress und steigern das Wohlbefinden allgemein.“



Visualisierung/Fotos: Prologis Germany Management GmbH

IDEALE VORAUSSETZUNGEN

Noch vor der Fertigstellung wurde die gesamte Fläche der Logistikimmobilie an den Online Retailer EUZIEL International GmbH vermietet. Neben weiteren Flächen im Ruhrgebiet wird EUZIEL zukünftig sein Europa-Geschäft aus seinem neuen Logistikzentrum in Datteln abwickeln. „In den letzten zwei Jahren ist unser Unternehmen stark gewachsen“, sagt Yi Kong, Geschäftsführer EUZIEL International GmbH. „Auch während der Pandemie haben wir einen durchgehend hohen Umsatz verzeichnet. Deswegen haben wir uns auf die Suche nach weiteren Logistikflächen im Ruhrgebiet begeben. Beim Prologis Park Datteln haben uns vor allem die hohen Nachhaltigkeitsstandards und das WELL Building Konzept überzeugt. Zudem bietet er ideale Voraussetzungen für uns: Durch die Nähe zur A2, die von den Niederlanden bis nach Osteuropa verläuft, können wir von Datteln aus ganz Europa beliefern.“



// WISSENSWERTES //

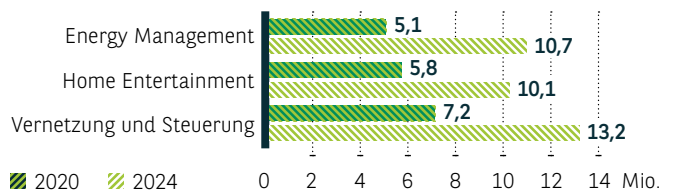
FACTS & FIGURES

DIGITALISIERUNG

WOHNEN



Geschätzte Anzahl der Haushalte, die über die jeweiligen Smart Home-Anwendungen verfügen



Ausblick: Deutschlands Haushalte werden smarter – diese Top 3 Trends sind bis 2024 zu erwarten:

13,2 Mio. Haushalte

Die Anzahl der Haushalte mit einer Smart Home-Anwendung wie Amazon Echo oder Google Home wird sich voraussichtlich fast verdoppeln.

100%iger Anstieg

Über 10 Millionen Haushalte werden Energie-Management-Systeme nutzen und somit nicht nur Kosten, sondern auch Ressourcen sparen.

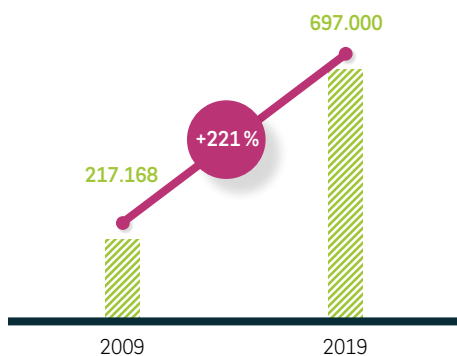
Platz 3: Home Entertainment

Ca. 10,1 Millionen Haushalte werden diese smarte Art von Unterhaltung in ihrem Zuhause einsetzen.

Quelle: de.statista.com/infografik/3105/anzahl-der-smart-home-haushalte-in-deutschland/

BÜRO

Flächenumsatz IuK-Technologien in den Big 6* in m²



Alleine im IuK-Bereich beläuft sich die Anzahl der Beschäftigten auf über 1,2 Mio. Personen. Hierin noch nicht enthalten sind Arbeitsplätze im Internethandel sowie in Unternehmen, die ihr Geschäftsmodell ausschließlich online betreiben.

Shooting-Star der Digitalszene ist unbestritten Berlin – mitverantwortlich ist nicht zuletzt die sehr aktive Start-up-Landschaft der Hauptstadt.

*Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München



EINZELHANDEL

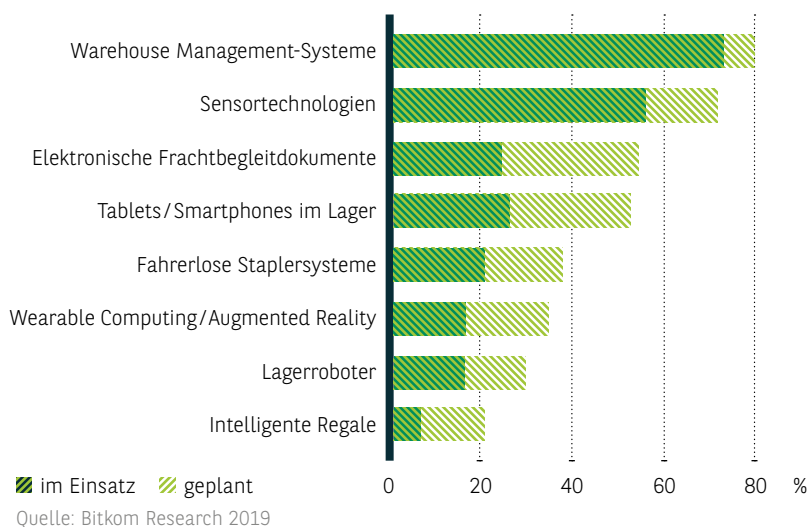
Die E-Commerce-Umsätze in Deutschland sind im ersten Halbjahr 2020 um rund 9 % gestiegen. Der Einfluss der Corona-Pandemie zeigte sich hierbei vor allem im Bereich des täglichen Bedarfs – und das, obwohl diese Warengruppe nicht vom stationären Shutdown betroffen war. Insgesamt ist der Online-Handel in diesem Segment zur Jahresmitte um 36 % gewachsen. Als bedeutendste Akteure im digitalen Foodsegment sind in diesem Zusammenhang u.a. hellofresh.de, amazon oder shop.rewe.de zu nennen.



H1 2020: 36,7 Mrd. €
H1 2019: 33,6 Mrd. € } + 9%

- +5 %** Unterhaltung
- +5 %** Bekleidung
- +11 %** Einrichtung
- +10 %** Freizeit
- +36 %** täglicher Bedarf

Einsatz digitaler Technologien in der Lagerlogistik



LOGISTIK

Keine Zukunftsmusik, sondern Alltag

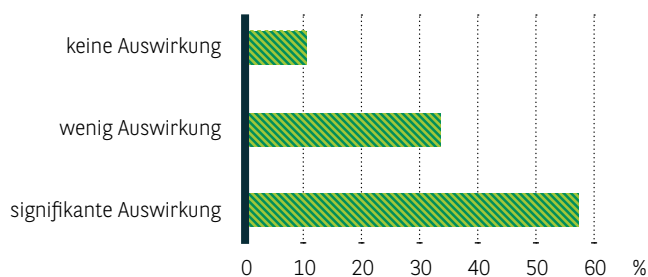
Die Digitalisierung in der Logistik wird oft mit Dingen wie Same-Day-Delivery mittels Drohnen, selbstfahrenden LKW oder autonomen Lagerrobotern assoziiert. Die sind bisher – zumindest im großen Stil – noch Zukunftsmusik. Auf den ersten Blick weitaus weniger spektakulär wirkende Technologien sind aber schon heute ein unverzichtbarer Bestandteil der Lagerlogistik.

HOTEL



Die Hotellerie befindet sich im Wandel: Themen wie Smart Services und Smart Building bestimmen zunehmend das Geschehen. Vom kontaktlosen Check-in über das Smartphone als Zimmerkarte bis zum digitalen Concierge Service, die Möglichkeiten der Prozessoptimierung sind von essenzieller Bedeutung. Klar ist, die Herausforderungen der Corona-Pandemie fungieren als Treiber für verschiedenste Innovationen, welche wesentlich schneller Einzug in die Herbergen dieser Welt finden werden.

Wie wird sich die COVID-19-Krise kurzfristig (in den nächsten 2 bis 3 Monaten) auf Ihre Pläne zur Digitalisierung auswirken?



Quelle: The 2020 Digital Transformation Report / skift + AMAZON WEB SERVICES

// BÜRO //

SAFE WORKING SPACES

ARBEITSWELTEN VON MORGEN

Wie nutze ich meine Flächen optimal? Welcher Schallschutz ist notwendig? Und wie steigert man das Wohlbefinden, um die Unternehmenskultur zu stärken? Diese Fragen haben das Project Solutions-Team von BNP Paribas Real Estate bis Anfang des Jahres täglich beschäftigt. Durch die Corona-Pandemie kamen dann jedoch viele weitere Fragen hinzu. Wir begleiten das Team einen Tag lang und schauen uns an, wie die Arbeitswelten von morgen aussehen könnten.



[M] „Momentan ist unser wichtigstes Ziel, Arbeitsräume und -abläufe so zu gestalten, dass sich Mitarbeitende sicher und wohl fühlen“, berichtet Irene Drude, Director Project Solutions in NRW, als sie uns – mit gebührendem Abstand und Maske – durch die umgestalteten Flächen eines Büros in Düsseldorf führt. Hier wurden Tische auseinandergeschoben, Einbahnstraßen eingeführt und neue Regeln implementiert. In einem Meetingraum, in dem einst zehn Personen Platz nehmen konnten, sitzen wir nun zu fünft – also voll besetzt.

„Mobile Working wird verstärkt genutzt werden, vor allem für Tätigkeiten, die keine großen Interaktionen erfordern“, berichtet Krunoslav Antosovic, Senior Consultant Project Solutions. Seine Kollegin aus Hamburg, Sandra Berlinghoff, fügt hinzu: „Wir müssen im Büro der Zukunft Möglichkeiten vorfinden, die wir zu Hause vermissen: einen Rückzugsort für ungestörtes Arbeiten, eine Kreativ-Area oder einen Gemeinschaftsbereich, der mit Abstand lockere Gespräche mit Kollegen ermöglicht.“

BÜRO BLEIBT WEITERHIN IM MITTELPUNKT

Denn das Mobile Working wird von vielen bereits als der neue Konkurrent des Büroarbeitsplatzes gehandelt. Ob dieses sich aber flächendeckend durchsetzen wird, ist zu bezweifeln, meint Fabian Mottl, Manager Brand Communications bei Steelcase, der virtuell an unserem Meeting teilnimmt: „Das Büro als Ort der Zusammenarbeit steht unserer Meinung nach weiterhin im Mittelpunkt. Das bestätigt auch unsere aktuelle Mitarbeiterbefragung, die ergab, dass der Austausch vor Ort enorm wichtig und ausdrücklich gewünscht ist – auch in Zukunft.“

IRENE DRUDE

und das Team von Project Solutions stehen täglich vor neuen Herausforderungen, um die Arbeitswelten von morgen für viele Unternehmen möglich zu machen.



Daher analysiert das Team rund um Irene Drude, wie sich Büros jetzt und zukünftig sicher und flexibel aufstellen lassen. Anhand einer Belegungsgrafik zeigt sie, wie Unternehmen adaptiv auf Veränderungen reagieren können. Sie erklärt daraufhin, wie das Team bei der Umsetzung der neuen Maßnahmen in drei Schritten vorgeht:

1. Analyse des Ist-Zustands und Identifikation von „Hotspots“, um Büroräume an die sich verändernden Richtlinien anzupassen, indem beispielsweise die Dichte der Mitarbeitenden reduziert oder die räumliche Anordnung und Möblierung verändert wird.
2. Erstellung einer effizienten Gebäudenutzung, indem neue Regeln und Prozesse erarbeitet werden, die den Mitarbeitenden dabei helfen, sich sicher zu fühlen.
3. Optimierung der Gebäudetechnik, indem in Kooperation mit Fachplanern neue technische Maßnahmen implementiert werden. Möglich sind hier ein digitaler Belegungsplan oder neue Luftfilter im Büro.

TECHNIK IM FOKUS?

Nach der Präsentation wird klar, dass die Digitalisierung immer wichtiger wird. Auf die Frage, ob der Arbeitsplatz der Zukunft vor allem aus Technik besteht, antwortet Mottl: „Der moderne Arbeitsplatz von heute ist schon smart und vernetzt. Doch es geht primär eher darum, wie man sich bei der Arbeit fühlt. Technologie tritt als digitaler bzw. hilfsbereiter Assistent auf, der uns mit Informationen versorgt, wenn wir sie brauchen. Beispielsweise durch die Erinnerung, sich mehr zu bewegen.“

Auch der Büromöbelhersteller arbeitet zurzeit an neuen Arbeitsplatzkonzepten und hat fünf Wege zur Gestaltung von ansprechenden und sicheren Arbeitsplätzen konzipiert:

1. **Ausweitung des Raum-Ökosystems:** Den Mitarbeitenden muss mehr Auswahl und mehr Kontrolle über die Arbeitsplatzwahl gegeben werden.
2. **Flexibilität:** Unternehmen müssen Flächen so gestalten, dass sie im Falle zukünftiger Extremsituationen schnell angepasst werden können.
3. **Identifikation:** Der Arbeitsplatz sollte den Teambedürfnissen, aber auch den Ansprüchen des einzelnen Mitarbeiters gerecht werden.
4. **Ausstattung:** Angebot an Möglichkeiten zur Zusammenarbeit wie Whiteboards, mobile Stromversorgung etc.
5. **Analog & digital verbinden:** Kombination von analogen und digitalen Tools, um ein kontaktfreies, inklusives Arbeitsumfeld zu erschaffen, zum Beispiel mit einer digitalen Raumbelegung.

Nach dem Meeting verabschiedet sich Irene Drude – selbstverständlich ohne Handschütteln – von uns mit dem Fazit: „Wir haben das Glück, dass wir auf die Erfahrungen unseres internationalen Teams zugreifen können. Innerhalb der BNP Paribas-Gruppe haben wir bereits mehr als 4.000 Mitarbeitende sicher an ihren Arbeitsplatz zurückkehren lassen. Dennoch ist es auch für uns eine aufregende Zeit mit täglichen Veränderungen, auf die wir ad hoc reagieren müssen. Ich glaube, es war noch nie spannender, zum Project Solutions-Team zu gehören.“



KUNDENBINDUNG IN CORONA-ZEITEN

SOCIAL MEDIA IM ÜBERSEEQUARTIER NORD

Inmitten des Hamburger Stadtviertels HafenCity liegt das Überseequartier, das als zentraler Treffpunkt und Herz des Areals angelegt ist. Normalerweise herrscht hier viel Trubel: Menschen und Emotionen gehören zum Tagesgeschäft des Quartiers. Doch die Corona-Pandemie hat einiges verändert. Wie Emotionen und Kundenbindung in Zeiten von Social Distancing dennoch im Überseequartier gelebt werden können, erzählt Dr. Claudia Weise, Head of Center & Quarter Management.

[D] „Das Überseequartier war immer lebendig, hier pulsierte das Leben. Doch ab Mitte März war es beinahe verwaist“, erzählt Dr. Weise bedauernd. „In schwierigen Zeiten muss man kreativ werden, und da wir schon vorher gute Erfahrungen mit den sozialen Medien gemacht hatten, beschloßen wir, in der Krise noch mehr auf die digitalen Kanäle zu

setzen.“ Das Überseequartier kommuniziert über Facebook, Instagram und seit Mitte April 2020 auch über YouTube mit seinen Fans. Während des Lockdowns im Frühjahr und auch danach wurden einige Aktionen durchgeführt, die bei den Followern, den Ladeninhabern und dem Personal gut ankamen. Zwei davon schauen wir uns gemeinsam mit der Quartiersmanagerin im Detail an:

Open Art-Ausstellung

Das Überseequartier lädt zweimal im Jahr zur Open Art-Ausstellung. Hier können verschiedene Fotografen ihre Arbeiten im Herzen der HafenCity im Freien präsentieren. „Dieses Jahr war alles anders. Im April haben wir die Ausstellung „Fernweh“ erstmals ohne Vernissage dafür aber mit digitaler Begleitung per YouTube-Video eröffnet“, berichtet Dr. Claudia Weise. Bis zum 21. September nahm die Ausstellung die Besucher mit auf eine Reise durch die Lüfte. Der norddeutsche Luftfahrtfotograf Dietmar Plath stellte 50 großformatige Fotografien aus. Die Aufnahmen zeigten Flugzeuge, Lost Places und spektakuläre Momente aus Nah und Fern. Auch die kommende Open Art-Ausstellung wird digital begleitet. „Trotz der Lockerung wollen wir an unserer digitalen Strategie festhalten, da digitale Kommunikationsmedien unverzichtbar für den Erfolg der Marke Überseequartier geworden sind“, so Dr. Weise.



Aufgrund der aktuellen Situation sind die Fotografien auch digital auf dem neuen YouTube-Kanal erlebbar.



Schätze aus Übersee

Durch die Video-Aktion „Schätze aus Übersee“ werden auf Facebook Neuigkeiten der Geschäfte und Spannendes aus der Historie des Quartiers gezeigt sowie einmalige Einblicke in das Leben der Boulevardbewohner gewährt. „Unter anderem konnte man bei der Speiseeis-Herstellung dabei sein“, berichtet die Quartiersmanagerin begeistert. Zu jedem Video gibt es eine knifflige Schätzfrage, die dem Gewinner einen Schatz einbringt – daher der Name der Aktion. „Ziel ist es, mit Online-Aktionen den Handel zu unterstützen und Kunden zu binden beziehungsweise neue zu gewinnen. Das gilt besonders in Corona-Zeiten, aber auch generell“, erklärt Dr. Claudia Weise. „Händler wie auch Besucher mögen die Aktion. Das „Übersee-Eis“, das wir zusammen mit Orogelato für das Video kreiert haben, ist gut angenommen worden. Auch IRIS PHOTO berichtete, dass Kunden nach dem Video über die Galerie direkt vorbeigekommen seien“, berichtet sie stolz. „Insgesamt sind wir zufrieden mit dem Engagement unserer Follower bei dieser Aktion, in der Postings überdurchschnittlich oft kommentiert oder geliked wurden. Sie können sich also auf weitere Aktionen auf unseren Social Media-Kanälen freuen“, verrät Dr. Claudia Weise zum Abschluss.



// MIXED REALITY //

HOLOMEETINGS – DIE NEUE ART DER KOMMUNIKATION

Mit ihrem Ursprung im Gaming Bereich haben Technologien, die die Realität erweitern oder eine eigene virtuelle Realität erzeugen, inzwischen auch im Unternehmensbereich Anwendung gefunden. Einer der neuesten Trends: virtuelle Meetings mit Mixed-Reality-Technologie.

[S] Spätestens seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie und der flächendeckenden Akzeptanz, im Homeoffice zu arbeiten, nutzen die meisten von uns regelmäßig Webkonferenzen und Videocalls. Bis auf das Teilen des eigenen Bildschirms gibt es bei dieser Technik jedoch nur wenig Interaktionsmöglichkeiten. Ganz anders sieht es dagegen bei Webkonferenzen aus, welche die Mixed-Reality-Technologie nutzen. Dort hat jeder Teilnehmer einen Avatar als digitales Abbild. Hat man seinen Avatar erzeugt, ist es möglich, sich mit anderen, ebenfalls virtuell dargestellten Teilnehmern, in einem Meetingraum zu treffen und auszutauschen. Dadurch entsteht das Gefühl, alle Teilnehmer wären physisch anwesend. Vor allem bieten Mixed-Reality-Konferenzen die Möglichkeit, 3D-Objekte gemeinsam betrachten oder auch bearbeiten zu können. Kunde und Berater können so Gebäude und deren Umgebung in fast realer Anmutung besichtigen. Digitale Informationen wie Grafiken oder eine PowerPoint-Präsentation können ebenfalls virtuell

in die reale Umgebung eingebettet werden. Als mögliche Präsentationsfläche steht in der Mixed Reality der gesamte reale Meetingraum zur Verfügung.

WIE UNTERSCHIEDET SICH MIXED REALITY VON ANDEREN VIRTUELLEN TECHNIKEN?

Mixed Reality bedeutet übersetzt „vermischte Realität“ und bezeichnet die Kombination der Wirklichkeit mit künstlichen, computererzeugten 2D- oder 3D-Objekten. Während sich der Nutzer bei der Virtual Reality vollständig in einer künstlichen Welt befindet, werden ihm bei der Augmented Reality virtuelle Inhalte in die Realität projiziert. Bei der Mixed Reality können dagegen die Objekte der realen und virtuellen Welt miteinander interagieren. Der technische Aufwand für ein solches Meeting ist überschaubar: Man braucht nur eine moderne Mixed-Reality-Brille, zum Beispiel die Magic Leap, und einen Online-Zugang zu der Meeting-Plattform. Das reicht, um seinen realen Arbeitsplatz in einen 3D-Workspace zu verwandeln. ————— ●



BEST PRACTICE

Holomeetings bei BNP Paribas Real Estate

Bereits vor zwei Jahren begann BNP Paribas Real Estate, mit der neuen Technologie zu experimentieren. Was man sich theoretisch erhofft hatte, hat sich in der Praxis schnell bewährt: Dank der Hologramm-Technik war es möglich, Kunden und Investoren an ihren internationalen Standorten und ohne Reiseaufwand, Immobilien-Anlagemöglichkeiten nahezu real und in Echtzeit zu präsentieren. An den fünf Standorten Dubai, Frankfurt, Hongkong, London und Paris werden seither regelmäßig Holomeetings für interne sowie Kunden-Meetings eingesetzt.

Im Frankfurter Team hat Alexander Jostes, Leiter Vertrieb Wholesale bei BNP Paribas Real Estate Investment Management, die neue Technologie und ihre Möglichkeiten von Anfang an mit begleitet und sie bei der Markteinführung des neuen offenen Immobilienfonds BNP Paribas MacStone eingesetzt: „In Gesprächen mit unseren Partnern wecken Holomeetings große Neugier.“ Alexander Jostes und sein Team haben ihren Vertriebspartnern das Anlagekonzept des neuen Fonds, der entlang von Zukunftstrends investiert, in der Mixed-Reality-Umgebung anschaulich und lebendig vermitteln können.



ALEXANDER JOSTES

weiß: Kunden sind fasziniert von der Möglichkeit, Immobilienprojekte wie in einer Eisenbahnlandschaft anschauen und erleben zu können.

WELCHE HARD- UND SOFTWARE BRAUCHEN HOLOMEETINGS?

Magic Leap One

Die Magic Leap One ist eine tragbare Mixed-Reality-Brille, die über mehrere Sensoren die räumliche Umgebung erfasst und virtuelle Inhalte passend zu Oberflächen und Möbeln projiziert. Die Berechnung der computergenerierten Objekte erfolgt dabei über einen leistungsstarken Mini-Computer, den der Anwender zusammen mit der Brille mit sich führen muss.

Spatial

Spatial ist eine moderne Kollaborations-Plattform, die vor allem auf realitätserweiternde Endgeräte ausgelegt ist. Unter der Verwendung von VR/AR-Headsets sowie der Magic Leap One können Nutzer ihren realen Workplace zu einem virtuellen Monitor werden lassen und zusammen mit Kollegen und Kunden mit den digitalen Inhalten und Objekte interagieren.



HOFFNUNGSTRÄGER HOMEOFFICE?

Die aus der Not heraus geborene Homeoffice-Phase während des Lockdowns im Frühjahr hat in den meisten Fällen gut funktioniert. Vielerorts wird daher die Ausweitung der Telearbeit postuliert – und damit einhergehend das Aussterben der Büros. Ob sich Homeoffice als Dauerlösung durchsetzen wird, verraten unsere Research-Experten Inga Schwarz und Wolfgang Schneider.

KURZ & GUT:

Spontane Gespräche in der Teeküche fördern den Wissenstransfer und sind bedeutend für unternehmerischen Erfolg.

Frau Schwarz, Homeoffice hat für alle Seiten große Vorteile, oder etwa nicht?

[Inga Schwarz: Auf den ersten Blick ja. Die Flexibilität, die mit dem Remote Working verbunden ist, hat große Vorteile für die Mitarbeitenden. Die scheinbar erfreuliche Konsequenz für Unternehmen ist, dass sie spürbar weniger Bürofläche benötigen und damit Kosten reduzieren. So könnte der Flächenbedarfsschlüssel beispielsweise von 1 auf 0,7 oder 0,8 pro Mitarbeitenden gesenkt werden. Umsetzbar ist das aber nur, wenn die Unternehmen „Desk Sharing-“ oder „Hot Desking“-Konzepte einführen, bei dem jeder Mitarbeitende einen ständig wechselnden Arbeitsplatz zugewiesen bekommt, wenn er oder sie im Büro erscheint.]

Auf diese Konzepte setzen bereits viele Unternehmen, wo genau liegt hier das Problem, Herr Schneider?

[Wolfgang Schneider: Ob Mitarbeitende ein permanent wechselndes Arbeitsplatzumfeld im Büro wirklich begrüßen, ist nicht eindeutig belegt. Oft wird nur die gestiegene Zufriedenheit der Mitarbeitenden hervorgehoben. Doch in vielen persönlichen und informellen Gesprächen kommt auch eine erhebliche Unzufriedenheit und vor allem ein Bindungsverlust zum Unternehmen sowie zu Kolleginnen und Kollegen zum Ausdruck.]

[Inga Schwarz: Losgelöst von der „Glaubensfrage“, ob alle Mitarbeitende mit dem Hot-Desking-Ansatz glücklich sind, müssen weitere Aspekte berücksichtigt werden, die zu schwer kalkulierbaren Belastungen für Unternehmen führen können.]

Welche genau wären das?

[Inga Schwarz: Dazu gehören die noch nicht abschließend geklärten rechtlichen Fragen im Zusammenhang mit Homeoffice: Wann und in welchem Umfang muss der Arbeitgeber beispielsweise die Büroausstattung bezahlen? Und wie garantiert er, dass der Home-Arbeitsplatz den Anforderungen der Arbeitsstättenverordnung entspricht, wenn Homeoffice im Arbeitsvertrag geregelt ist?]

[Wolfgang Schneider: Den Aspekt der Gleichbehandlung darf man hierbei auch nicht außer Acht lassen! Nicht jeder Mitarbeitende verfügt über ausreichend Platz, um sich einen den gesetzlichen Anforderungen entsprechenden Arbeitsplatz zu Hause einzurichten. Wer entscheidet also, welcher Mitarbeitende im Homeoffice arbeiten kann und darf? Auch versicherungstechnische Fragen sind ein schwieriges Thema: Die Abgrenzung, wann es sich um einen Arbeitsunfall im häuslichen Umfeld handelt, ist zum Beispiel immens schwierig. Der Gang zur Kaffeemaschine zählt vermutlich zur Arbeit, die Annahme der Post wahrscheinlich nicht. Gerade für kleine und mittlere Unternehmen kann die Organisation von umfangreichem Homeoffice daher eine erhebliche administrative Belastung und zusätzliche Kosten mit sich bringen.]

Wir sind bis jetzt nur auf die organisatorischen Gründe eingegangen, wie steht es aber mit der Arbeit an sich – läuft diese nicht besser im ruhigen, häuslichen Umfeld?

[Inga Schwarz: Heutzutage sind Informationsaustausch und kontinuierliches Lernen elementare Bestandteile für unternehmerischen Erfolg. Studien belegen, dass diese überwiegend in informellen Gesprächen, sei es in der Teeküche, auf dem Flur oder in der Mittagspause stattfinden. Die spontanen, für den Unternehmenserfolg aber unerlässlichen Situationen, sind im Homeoffice nicht gegeben.

Noch deutlicher wird dies beim Onboarding von neuen Kolleginnen und Kollegen. Wie soll bei großem Homeoffice-Anteil ein echtes Wir- und Teamgefühl erzielt werden? Und wie schafft man es, das Potenzial von talentierten, aber eher introvertierten Mitarbeitenden zu wecken, die sich schwertun, in Online-Konferenzen oder nur noch sporadischen persönlichen Treffen die Initiative zu ergreifen?]

[Wolfgang Schneider: Und last but not least sollte berücksichtigt werden, dass bestimmte Arbeitsabläufe durch verstärkte Homeoffice-Tätigkeit möglicherweise an Effektivität verlieren und Kreativpotenziale verloren gehen können. Eine Reihe großer Rechtsanwaltskanzleien, mit denen wir uns regelmäßig im engen Austausch befinden, haben in diesem Jahr festgestellt, dass sich viele Prozesse ihrer Kunden

spürbar verlängern und zu signifikanten Kostensteigerungen führen. Steigerungen um bis zu plus 15 Prozent sind dabei keine Seltenheit. Und auch die Vorstellung, dass Büros zukünftig nur noch Orte des kreativen Austauschs sein könnten, hat so ihre Tücken. Dass alle Teammitglieder beispielsweise regelmäßig an bestimmten Tagen auf Knopfdruck gemeinsam kreativ sind, entspricht nicht der gefühlten Lebenserfahrung.]

Zusammenfassend lässt sich daher sagen, dass eine starke Ausweitung von Homeoffice weitaus komplexer ist als vielfach dargestellt.

„Nicht jeder Mitarbeitende verfügt über ausreichend Platz, um sich einen den gesetzlichen Anforderungen entsprechenden Arbeitsplatz zu Hause einzurichten.“



// BÜRO //

DAS HEADQUARTER VON MORGEN

IMMER NOCH EIN MUST-HAVE?

Die Corona-Krise führte auch dazu, dass die Rolle eines Headquartiers vielfach hinterfragt wird: Braucht man einen zentralen Firmensitz in Zeiten von Remote Working überhaupt noch? Kevin Cardona, Chief Innovation Officer bei BNP Paribas Real Estate, ist sich sicher, dass Unternehmen weiterhin einen Hauptsitz haben werden, nur die Rolle des Gebäudes wird sich stark verändern.



DER FLAGGSCHIFF-ASPEKT eines Headquarters kann durch seine Ästhetik vermittelt werden – durch ein klares und einzigartiges Design, das in der Lage ist, eine Identität zu transportieren.

[M] Mitarbeitende eines Unternehmens verbringen täglich viel Zeit in Besprechungen oder bei Außer-Haus-Terminen. Wenn wir die Abende, Nächte, Wochenenden und Feiertage mit einbeziehen, liegt die Belegungsrate eines ganzen Bürogebäudes bei etwa 30 Prozent. Mit anderen Worten: Das Büro ist ein ungenügend genutzter Raum. Dennoch ist das kein Grund, das Office oder gar das Headquarter abzuschreiben, denn gerade der Firmensitz stärkt Kreativität, Interaktion sowie Gemeinschaftsgefühl und fördert gleichzeitig die Unternehmenskultur. Vielmehr müssen wir die Unternehmenszentrale von morgen neu denken.

„Wenn ich gefragt werde, wie das zukünftige Headquarter aussehen wird, antworte ich, dass es kein Büro mehr ist. Es ist ein produktives Ökosystem.“ Wie sich der Unternehmenssitz von morgen in dieses produktive Ökosystem einfügt, zeigt Kevin Cardona anhand des neuen HQ von BNP Paribas Real Estate in Frankreich: Zurzeit entsteht das Métal 57 in Boulogne am Rande von Paris. Hier sollen traditionelle Büros gegen kooperative und flexible Optionen getauscht werden. Das Ziel ist es, verschiedene Räume miteinander interagieren zu lassen, sie zu optimieren und sie bei Bedarf für andere Aktivitäten zur Verfügung zu stellen.

Nach der Eröffnung, die für 2022 geplant ist, wird Métal 57 längere Öffnungszeiten haben, und die Flächen werden intensiver genutzt werden als bei üblichen Bürogebäuden. Konkret bedeutet das, dass die umgewandelten Büroräume mit anderen Unternehmen geteilt werden. Außerdem wird eine Passage mit Gastronomie und Handel für die Öffentlichkeit zugänglich sein.

IN EINER WELT IM WANDEL
**ÄNDERN SICH DIE REGELN,
SOBALD SIE DAS SPIEL BEHERRSCHEN.**



© "3 man chess"

WIR KENNEN DIE SPIELREGELN

Egal, welche Anforderungen Sie haben, mit uns sind Sie bereits heute optimal auf die Immobilienwelt von morgen vorbereitet. Dank unserer Erfahrung der letzten 60 Jahre erkennen wir zukünftige Entwicklungen und handeln vorausschauend – zu Ihrem Vorteil.

www.realestate.bnpparibas.de



**BNP PARIBAS
REAL ESTATE**

Immobilienberatung
für eine Welt
im Wandel

[CHANGE]

Das Magazin von
BNP Paribas Real Estate Deutschland



#BEYONDBUILDINGS

www.realestate.bnpparibas.de

Diese Broschüre ist einschließlich aller ihrer Teile urheberrechtlich geschützt. Eine Verwertung ist im Einzelfall mit schriftlicher Zustimmung der BNP Paribas Real Estate Holding GmbH möglich. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. BNP Paribas Real Estate übernimmt keine Gewähr und keine Haftung für die enthaltenen Informationen und getroffenen Aussagen.

Stand: November 2020, Auflage: 1.800