

Reinigungsservice.

Legen Sie die Füße hoch und entspannen Sie sich. Während wir Ihr Zuhause reinigen und in neuem Glanz erstrahlen lassen, können Sie Ihre Freizeit genießen.

Jetzt buchen

Anmelden

DAS DIGITALE GEBÄUDE: VERNETZTES WOHNEN ALS TÜRÖFFNER FÜR NEUE GESCHÄFTS- MODELLE IN DER WOHNUNGSWIRT- SCHAFT.

Die Wohnungswirtschaft in Deutschland ist gut aufgestellt. Sie hat mit ihren Mietern einen einzigartigen und enorm wertvollen Kundenzugang, um Produkte und Services zu platzieren. Dies erkennen inzwischen auch andere Branchen. Nicht nur Energieversorger, Versicherer und Serviceanbieter versuchen den „Kundenkanal“ Wohnungswirtschaft zu nutzen, um ihre Produkte zu platzieren. Auch die großen Mainstream-Plattformen wie Amazon, Google oder Alibaba positionieren sich mit ersten Home-Service-Modellen.

VON YÜKSEL SIRMASAC UND LUKAS SCHILLING – ROCKETHOME GMBH, KÖLN

Am Anfang steht ein Stück Technik, das Türöffner für eine ganz neue Servicewelt sein kann. Richtig vernetzt und eingebettet in eine digitale Plattform, die den Kunden und seine Bedürfnisse in den Fokus stellt, wird das intelligente

Messsystem zu einem wichtigen Bestandteil des neuen, digitalen Produktportfolios: bestehend aus Smarten Tarifen, Submetering, Fotovoltaik, Energiemanagement, Smart Home, E-Mobilität, Telekommunikation und so weiter. So bietet sich



für Energieversorger die einmalige Chance, die Wohnungswirtschaft mit attraktiven Services „aus einer Hand“ zu überzeugen.

Ein Großteil der Wohnungsbauunternehmen will in Internet-of-Things-Technologien investieren

Potenziale für Investitionen in der Wohnungswirtschaft gibt es viele. In Deutschland wächst der Bedarf an altersgerechten Wohnungen, schwindender Platz in Großstädten erfordert Sharing-Konzepte und Convenience-Services werden immer relevanter – gerade für Berufstätige oder Alleinstehende. Auch die Herausforderungen zur Energieeinsparung sind erheblich. Auf Wohngebäude entfallen rund 40 Prozent der Heizenergie und 30 Prozent der CO₂-Emissionen. Studien zufolge wollen daher 40 Prozent der Wohnungsunternehmen in den Bereich IoT investieren. Wie eigentlich alle Branchen befin-

det sich die Wohnungswirtschaft damit auf dem Weg in die digitale Zukunft.

Disruption im digitalen Wohnraum von Morgen

In der Vergangenheit waren die Ansätze der Unternehmen zwar digital, aber selten innovativ: Sie reichen von der betrieblichen Optimierung durch Digitalisierung der Prozesse bis hin zur neuen Kundenansprache durch Social Media und Mieter-Apps. Aktuell steht die Digitalisierung des Angebots an die Mieter im Fokus: Der digitale Wohnraum. Smart-Home-Technologie wird flächendeckend Verbreitung finden. Über kurz oder lang wird eine grundlegende Steuerungsmöglichkeit von Licht, Rollläden oder Heizungen zur Standardausstattung gehören.

Gleichzeitig platzieren sich verschiedenste Service-Anbieter mit wohnungsnahen Dienstleistungen



Wir sind Ihr Partner für Grüne Gase!

Seit mehr als 10 Jahren unterstützen wir Unternehmen bei der Umstellung auf regenerative Gase: von der Beratung, der reibungslosen Bilanzierung über die ausfallsichere Lieferung bis zur Herkunftsnachweisführung und Zertifizierung.



Wir beraten Sie, ob Bio-CNG, Bio-LNG, Bio-SNG oder Grüner Wasserstoff: Unsere Experten finden für jede Anforderung eine saubere Lösung.



Wir liefern Ihnen Biomethan für den Einsatz in der KWK, der thermischen oder stofflichen Nutzung oder im Bereich der Mobilität.



Wir vermitteln die THG-Quote für Erdgastankstellen an quotenverpflichtete Unternehmen wie Mineralölkonzerne.

Wir handeln, damit unser Klima eine Zukunft hat. Machen Sie mit.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

☎ +49 (0)89 30 90 587-410

✉ sales@bmp-greengas.de

www.bmp-greengas.de

gen: vom Carsharing über den Wäsche-Service bis hin zum Pflegedienst. Die Wohnungswirtschaft hat die Wahl. Sie kann dieses Feld dem Wettbewerb überlassen und Mieter eigenständig Systeme installieren lassen. Oder: Sie positioniert sich als zentrales Bindeglied, behält die Hoheit und nutzt die sich bietenden Chancen in einem neu entstehenden Geschäftsfeld. Immerhin hat die Wohnungswirtschaft einen einzigartigen Marktzugang. In verschiedenen Bereichen, von Komfort bis hin zu Sicherheit oder Ambient Assisted Living (AAL), lassen sich in Kooperation mit Partnern Lösungen platzieren, die einerseits den Wert des Wohnraums als Ganzes steigern („Wohnen-as-a-Service“) und andererseits neue Erlöse ermöglichen.

Das neue Service-Angebot auf der Plattform sorgt für längerfristige Mietverhältnisse mit sicheren Einnahmen („einen gewohnten Lebensstandard gebe ich ungern auf“) und führt schlussendlich zur Vermeidung von Leerstand. Der Einbau von Smart-Home-Technologie und das Angebot einer Plattform zur Steuerung über unterschiedliche Interfaces wie Web, Apps oder Sprache schafft eine regelmäßige Nutzung durch den Mieter. Und das ist der enorme Mehrwert für das Wohnungsunternehmen: Der Traffic und die Verweildauer auf den eigenen digitalen Produkten des Anbieters steigt. Damit kann ein Wohnungsunternehmen das bisherige Dilemma seiner Mieterportale eliminieren, bei denen der Kunde sich aktuell durchschnittlich nur etwa ein- bis zweimal im Jahr einloggt. Die regelmäßige Nutzung und eine längere Verweildauer machen es lohnenswert, Angebote (Eigen- oder Fremdleistungen) auf der Plattform zu platzieren. Die Nutzerzahlen des eigenen Angebots erhöhen sich und das Wohnungsunternehmen kann als Gate-Keeper entscheiden, wer sich auf der eigenen Plattform positioniert und am Umsatz beteiligt wird.

Die Antwort auf Mainstream-Plattformen wie Google, Amazon und Alibaba

Auch die großen Mainstream-Plattformen wie Amazon, Google oder Alibaba positionieren sich mit ersten Home-Service-Modellen. Ihnen geht es im Kern um die Kontrolle des digitalen Raums, um darüber verschiedene Geschäftsmodelle zu realisieren.

Aufgrund der Marktmacht der Internetgiganten ist es fraglich, ob man sich dagegen positionieren sollte. Wir glauben: Nein! Vielmehr sollte man die Chancen nutzen, die sich aus der Etablierung einer eigenen digitalen Plattform ergeben und gleichzeitig die Vorteile der Mainstream-Plattformen nutzen:

- den eigenen Hoheitsbereich im digitalen Zuhause aufbauen und kontrollieren,
- Gate-Keeper für Service Provider werden und davon profitieren, wenn Dritte den eigenen Kanal nutzen,
- entstehende Daten für sich nutzen (data driven business models),
- große Mainstream-Plattformen integrieren und sich komplementär zu diesen positionieren und schlussendlich,
- diese neuen digitalen non-Commodity-Produkte mit dem eigenen Unternehmen und dem Commodity-Bereich in Einklang und Symbiose bringen.

Big Data – Alle Daten auf einer Plattform

Wie wichtig die neuen Datenströme für zukünftige Geschäftsmodelle, Produkte und Services sein werden, machen die Internetgiganten gerade vor – doch zahlreiche Rockethome-Projekte mit unterschiedlichsten Branchen zeigen: Auch die meisten Unternehmen aus Energie-, Wohnungs- und Versicherungswirtschaft haben die Chancen erkannt. Rockethome vernetzt für seine Partner nicht nur das Smart Building (Prozessoptimierung) und das Smart Home (Endkundennutzen), sondern auch Nutzer, Anwendungen, Services und Daten auf einer Plattform – und hilft ihnen so, das NEXT BIG THING von morgen ins Rollen zu bringen. ❖

KONTAKT

➔ **Yüksel Sirmasac**
CEO
Rockethome GmbH, Köln
www.rockethome.de

