

Drei Aspekte für den Erfolg

Smart Buildings Kundenerlebnis, Geschäftsmodell, Technologie: Diese Ebenen, gut verwoben, machen Digitalisierungsprojekte erfolgreich.

NICOLAS DURVILLE

Lange Zeit wurden in der Immobilienbranche Innovationen relativ zurückhaltend vorwärtsgetrieben. Auch wegen einer gewissen Skepsis der Endnutzer, sprich der Mieter, Besucher, Betreiber und Käufer. Nun werden zunehmend auch Gebäude bereits von Beginn an digital konzipiert und neue Technologien halten verstärkt Einzug in die Büro-, Wohn- und Gewerbeflächen.

Dies auch aufgrund von verändertem Nutzerverhalten und neuen Geschäftsmodellen. Als sinnvoll erweisen sich allerdings nur jene Lösungen, die den Endnutzern einen echten Mehrwert bieten und nicht bloss eine technische Spielerei darstellen. Die Technologie darf niemals Selbstzweck sein, sondern muss stets mit einem Fokus auf Einfachheit und Nutzen eingesetzt werden.

Neue Nutzererlebnisse

Im Zusammenhang mit Smart Buildings existieren mehrere mögliche Anwendungsfälle: So steht beispielsweise bei Smart Living das Endnutzererlebnis im Vordergrund, während der Schwerpunkt im Bereich des Facility Management bei der Prozessoptimierung und somit bei

einer erwünschten Effizienzsteigerung liegt. Bei Retail- und Infrastrukturprojekten verbinden sich diese Ebenen.

Im Feld des Smart Living werden bereits heute innovative Raumkonzepte für flexibleres Wohnen umgesetzt – auch in der Schweiz. Diese Ansätze tragen gesellschaftlichen Trends wie der Zunahme von Einpersonenhaushalten, der demografischen Entwicklung und dem knappen Angebot an Wohnraum verstärkt Rechnung. Im Gebiet des Facility Management sorgen intelligent vernetzte Systeme für optimierte Prozesse, Energieeffizienz und bessere Abläufe. Dies kann eine signifikante Einsparung von Zeit und Geld bedeuten.

Im Retail-Bereich wiederum treffen sich die Anwendungsbereiche. Hier geht es sowohl um ein neues Shopperlebnis – beispielsweise in Form von personalisierten Angeboten in Echtzeit auf dem Smartphone oder digitalen Panels – als auch um die datenbasierte Analyse von Besucherströmen zwecks Verbesserung von Prozessen und Infrastruktur.

Spannende Konzepte entstehen an der Schnittstelle zwischen Wohn- und Retailsegment: Beispielsweise digitale Shops in

Überbauungen, die via App rund um die Uhr für die Bewohner zugänglich sind. Kunden scannen die Barcodes der Produkte selbstständig oder diese werden durch Bilderkennung erfasst.

Retrofit als Herausforderung

Die Abrechnung findet automatisiert beim Verlassen des Ladens via Kreditkarte statt. So stehen den Endnutzern jederzeit bequem Lebensmittel und Güter des täglichen Gebrauchs zur Verfügung. Auch für kleine Anbieter können solche Konzepte durchaus interessant sein, da sie dort ihre Waren platzieren können und so weitere Abnehmer finden. Das Inventar wird automatisch verwaltet, sodass die Händler jederzeit wissen, wann sie etwas nachfüllen müssen. Bei Neubauten können diese verschiedenen Systeme in der Konzeptphase mit eingeplant werden.

Schwieriger ist die Nachrüstung an den bestehenden Gebäuden. Denn der sogenannte Retrofit, also die nachträgliche Vernetzung von bestehender Infrastruktur, stellt eine grosse Herausforderung dar – sowohl bezüglich Installation als auch hinsichtlich Wirtschaftlichkeit.

Nachträgliche Vernetzung bestehender Infrastruktur ist herausfordernd.

Eine weitere Knacknuss liegt in der Monetarisierung von Investitionen in Smart-Building-Dienste. Gerade im Wohnbereich werden viele Lösungen von den Endnutzern noch als Ergänzung betrachtet und man ist nicht immer bereit, dafür mehr zu bezahlen.

Neue Software-Ansätze sind gefragt

Gebäude weisen einen äusserst langen Lebenszyklus auf. In seltenen Fällen stehen sie sogar für mehrere Jahrhunderte. Wenn nun vermehrt digitale Technologie verbaut wird, muss darauf geachtet werden, dass die Software weiterentwickelt wird und einfach auf die häufig fix montierte Hardware installiert werden kann. Nur wenn laufend Updates möglich bleiben, kann sichergestellt werden, dass die Funktionalitäten im Laufe der Jahre erweitert werden können und so der Gesamtnutzen hochgehalten wird. Die Evolution einer Lösung muss also von Beginn weg mit eingeplant werden. Ein guter Weg stellt dabei beispielsweise die Auslagerung der Bedienung auf mobile Drittgeräte wie etwa Smartphones oder durch Sprachsteuerung dar. Ein Plattformansatz hilft, die Kosten der Weiterentwicklung zu

optimieren sowie neue Anwendungsfälle schneller zu erschliessen.

Berücksichtigung aller Perspektiven

In der Schweiz werden in den nächsten Jahren vermehrt volldigitalisierte Bauprojekte umgesetzt. Besonders im Retailbereich und bei Infrastrukturprojekten wird der Fortschritt am rasantesten voranschreiten. Bei aller Faszination für neue Technologien und smarte Lösungen sollten die Verantwortlichen dabei jedoch nie die Business- und Benutzerperspektive aus den Augen verlieren. Nur was einen echten Mehrwert für die Nutzer liefert und sich wirtschaftlich rechnet, wird sich auch nachhaltig durchsetzen. Ebenso werden Themen wie

Nur was echten Mehrwert für die Nutzer liefert, wird sich durchsetzen.

Datenschutz und Cybersicherheit in diesem Zusammenhang nochmals an Bedeutung gewinnen, da es oft auch um Personen-, Zutritts- und Gebäudedaten geht. Zu guter Letzt muss auch stets die Frage nach dem Benutzererlebnis gestellt werden: Wird hier für die Endnutzer ein konkreter Mehrwert erzielt und begeistert die Lösung durch Einfachheit in der Anwendung?

Nicolas Durville, CEO, Zühlke Schweiz, Schlieren.