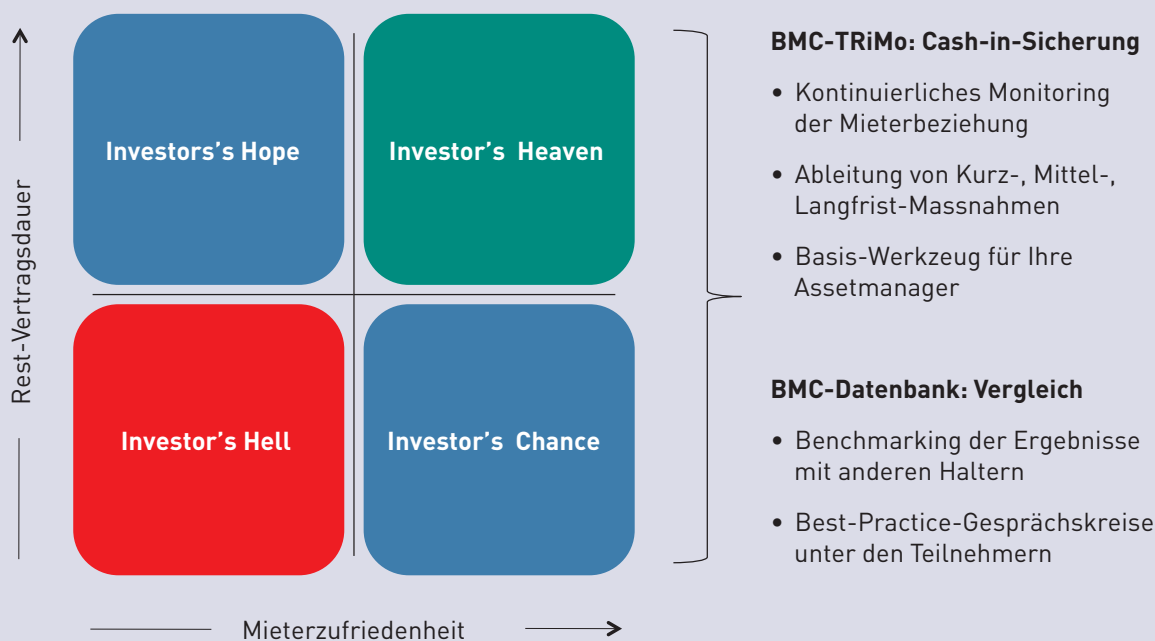


Paradigmenwechsel bei der Credit Suisse

Assetmanagement – Mit dem Tenant Risk Monitor oder TRiMo ermittelt BMC die Mieterzufriedenheit. Das nützliche Tool kam bei Credit Suisse Real Estate Asset Management erstmals in der Schweiz zum Einsatz.

Von Birgitt Wüst

Tenant Risk Monitor – Basis für Cash-in-Sicherung



TRiMo – Tenant Risk Monitor, © Bell Management Consultants

Manchmal lohnt die Lektüre auch von ausländischen Fachmedien. So wurde etwa Silvio Preisig, Head Property Asset Management bei der Credit Suisse Real Estate Asset Management, durch einen Artikel des deutschen Magazins «Immobilienmanager» auf ein neu entwickeltes Tool der BMC Bell Management Consultants mit Sitz in Köln aufmerksam. Der Beitrag befasste sich mit dem Tenant Risk Monitor, kurz TRiMo, der in den Beständen von deutschen Immobilienunternehmen schon seit 2010 zum Einsatz kommt. Zu den Nutzern zählen etwa Deutsche Asset- & Wealth Management (ehemals RREEF), IVG, Union Investment Real Estate, Bayerische Hausbau Immobilien, SEB Asset

Management, Deko Immobilien, Allianz Real Estate, Commerz Real, Talanx Immobilien Management, AXA Investment Managers oder WealthCap, um nur einige der Grössten zu nennen.

Die Hölle ist unten links

Der TRiMo hat zum Ziel, Immobilieneigentümer über die Zufriedenheit (oder Unzufriedenheit) ihrer Mieter in Kenntnis zu setzen. Der Monitor entsteht in zwei Phasen. In der ersten erfolgen eine Mieterbefragung und deren Auswertung bei einem (oder mehreren) Assetmanager; in einer zweiten werden die Ergebnisse zu Noten für die Mieterzufriedenheit zusammen-

gefasst. Der Vorteil: Das oder gegebenenfalls die Unternehmen bekommen einen detaillierten Einblick über die Zufriedenheit aus Mietersicht zu den Themen Asset- und Property Management, technischer und infrastruktureller Service, Miete und Nebenkosten, Objekt und Lage. Die Ergebnisse der Umfrage werden auch grafisch veranschaulicht. «Asset manager's hell» befindet sich im Quadrantensystem unten links und beschreibt folgende Ausgangslage: Der Mietvertrag läuft bald aus, der Mieter ist sehr unzufrieden. Das Signal für den Assetmanager: Hier besteht unmittelbar Handlungsbedarf, will man den Mieter nicht verlieren. Im Nachgang der Analyse bietet BMC in

Real Estate Software

Qualitätsoffensive

Mehrere bekannte Real-Estate-Software-Unternehmen – Bell Management Consultants, Control.IT, Flowfact, Immopac International, iMS Immobilien Management-Systeme und Nemetschek Crem Solutions – haben die Initiative RES-Q (Real Estate Software-Quality) gegründet. Ziel ist, die seit Jahren bestehenden Defizite beim Austausch von Portfoliodaten zwischen den Software-Systemen im Asset- und Property Management zu beheben.

RES-Q will einen von allen akzeptierten Qualitätsstandard implementieren, der eine Effizienzsteigerung und höhere Sicherheit im Zusammenspiel der verschiedenen Systeme sicherstellt. Die Vision: eine praktikable Standardlösung, die von allen gängigen Systemen am Markt zum Austausch von Portfoliodaten genutzt wird. Die Mitglieder des Kreises verpflichten sich untereinander auf die Nutzung des neuen Standards. Das Vorhaben ergänzt und entwickelt die Ideen anderer Initiativen (z.B. gif e.V.) zu einer anwendbaren Lösung weiter. Die bisher rein inhaltliche Beschreibung der Austauschdaten wird durch RES-Q um die erforderlichen technischen und organisatorischen Elemente erweitert. Die erarbeiteten Lösungen will die Initiative umsetzen und in der Praxis nutzen; die erste Version eines allgemein gültigen Austauschformates soll bereits Anfang 2015 einsetzbar sein. Weiterführende Themen der RES-Q Initiative sind u.a. die Analyse von Kundenbedarf und Branchentrends sowie die Erarbeitung eines Standard-Leistungskatalogs zum Vergleich von Software-Produkten im Rahmen von Ausschreibungen. Einer Ausweitung des Kreises und der konstruktiven Diskussion mit weiteren Software-Häusern steht RES-Q offen gegenüber. (bw)



«Die Resonanz auf die Umfrage war hoch. Die Rücklaufquote von 47 Prozent hat uns überrascht.»

Thomas Wenzel, Bell Management Consultants

einem weiteren Schritt an, die eigenen Ergebnisse mit den Ergebnissen des Wettbewerbs anonym zu vergleichen und darauf aufbauend Optimierungsansätze zu erarbeiten. Die Erfahrungen aus Deutschland zeigen: TRiMo ist ein nützliches Instrument – denn nicht umsonst dürften 80 Prozent der Nutzer die Analyse nach zwölf bis 24 Monaten wiederholt haben.

Erster Einsatz in der Schweiz

«Im Bereich der Wohnimmobilien hat das Real Estate Asset Management der Credit Suisse in der Vergangenheit schon öfter Befragungen bei den Mietern durchgeführt», berichtet CS-Manager Preisig. Ein ähnliches Vorgehen habe man auch für das Segment der Büroimmobilien angedacht. Bekanntermaßen wächst an den Schweizer Bürohochburgen der Leerstand – und auch wenn sich die Quote der nicht vermieteten Flächen im internationalen Vergleich in eher moderaten Grenzen hält, so lag doch nahe, nach der Lektüre des Berichts über TRiMo mit Bell Management Consultants in Kontakt zu treten und das Unternehmen mit einer ersten Mieterzufriedenheitsanalyse zu beauftragen. 1.200 der weltweit insgesamt 1.350 Liegenschaften, die zum Bestand der CS Real Estate Asset Management zählen, befinden sich in der Schweiz. Ein Grossteil davon sind Büroimmobilien; doch wie Preisig mitteilt, wurden nicht alle Mieter befragt. «Wir haben uns auf 275 Mieter beschränkt: die Gruppe von Mietern, die mehr als eine Million Franken Jahresmiete bezahlt.» Ein nahelie-

gender Schritt: Denn nicht nur die Mieter der «besten Kunden» ist am höchsten – das Gleiche gilt für den Ertragsausfall, wenn sie ausziehen; zu schweigen von den dann ebenfalls anstehenden Renovierungskosten und den Problemen, im anspruchsvollen Umfeld einen Nachmieter zu finden.

«Die Resonanz auf die Umfrage war ausgesprochen hoch», berichtet Thomas Wenzel, Senior Manager bei BMC. Zur Analyse führt BMC telefonische Befragungen wie persönliche Gespräche durch und verschickt Fragebögen. Befragt wurden die Mieter über ihre Zufriedenheit insgesamt, ferner über die Leistungen des Property und des Assetmanagements, über die des Facility Managements sowie über Detailthemen wie die Nebenkostenabrechnung. «Die Rücklaufquote je Befragungskanal zwischen 77 und 27 Prozent hat uns überrascht», so Wenzel. «Auch wir waren erstaunt über das positive Feedback», sekundiert Preisig. «Wir werten es als deutliches Signal dafür, dass die Mieter die Zufriedenheitsanalyse schätzen und begrüßen, dass wir die Umfrage durchgeführt haben.»

Konkrete Schwachstellen identifiziert

Und die Ergebnisse? «Die Auswertung brachte für uns keine wirklich grossen Überraschungen», sagt Preisig. «Dass die Mieter mit dem einen oder anderen Aspekt unzufrieden sind, hatten wir ohnehin – aus Einzelmeldungen – gewusst. Ob es sich allerdings nur um Einzelfälle oder um ein flächende-



«Die MBC-Mieterzufriedenheitsanalyse bietet die Möglichkeit, die Qualität des Mietverhältnisses und die Zufriedenheit der Mieter nachhaltig zu verbessern.»

Silvio Preisig, Credit Suisse Real Estate Asset Management

ckendes Problem handelt, das wussten wir vor der Umfrage nicht», betont der CS-Manager. In der Umfrage oft kritisiert wurden, wie Preisig weiter mitteilt, zum einen die Leistungen des Property Managements. «Moniert wurden etwa die Erreichbarkeit, die Reaktionszeit bei Problemmeldungen oder Anfragen sowie mangelnde Statusrückmeldungen.» Ferner hätten viele Mieter die unzureichende Transparenz bei Betriebskostenabrechnungen und mangelnde Qualität bei den Facility Managern beanstandet. Bei den festgestellten Schwächen handle es sich somit um Probleme, die sich durch konkrete Massnahmen relativ schnell beheben lassen, stellt Preisig fest. Dazu würden in den kommenden Monaten Massnahmen mit den Dienstleistern definiert.

Die Möglichkeit, konkrete Schwachstellen zu identifizieren, zählt er denn auch zu den wichtigsten Vorteilen der BMC-Mieterzufriedenheitsanalyse:

«Denn dies bietet die Chance und das Potenzial, die Qualität des Mietverhältnisses und die Zufriedenheit der Mieter nachhaltig zu verbessern.»

Mit der Detail-Auswertung der Befragungsergebnisse ist das Assetmanagement der Credit Suisse derzeit beschäftigt, doch erste Ergebnisse – oder vielleicht besser gesagt: Veränderungen – zeichnen sich Preisig zufolge schon jetzt ab. «Mit der Befragung hat bei uns ein Paradigmenwechsel eingesetzt», berichtet er. «Wurde die Kontaktpflege mit Grosskunden früher allein als Aufgabe des Bewirtschafters gesehen, wird sie bei uns im Konzern jetzt eher als Aufgabe der Eigentümerschaft wahrgenommen.» Heisst konkret: Statt wie früher mit dem Mieter nach dem Vertragsschluss erst dann wieder zu sprechen, wenn die Verhandlungen um die Verlängerungsoption anstanden, hält man nun regelmässig Kontakt. «Dazu haben wir bereits ein Key-Account-Management-Konzept

erarbeitet und implementiert», so Preisig. Eine weitere Befragung der Mieter sei vorerst nicht geplant, sicher aber in zwei bis drei Jahren: «Schon um festzustellen, ob die Massnahmen gegriffen haben.»

Gegenüber der Arbeit von BMC sei er zunächst etwas skeptisch («Verstehen die Deutschen den Schweizer Markt?») gewesen, räumt Preisig ein, doch dann sei er umso überraschter gewesen von dem «hoch professionellen, generalstabsmässigen und effizienten Vorgehen».

Bleibe die Frage nach den Kosten der recht aufwendigen Analyse. Konkrete Zahlen will man bei der Credit Suisse Real Estate Asset Management nicht nennen. Der durch die Massnahmen entstandene Nutzen, etwa der sich entwickelnde Dialog mit den Mietern, sei zwar hoch, doch monetär schwer messbar, sagt Preisig. «Nur so viel kann ich vielleicht sagen: Mit den Kosten der Umfrage pro Mieter liegen wir deutlich günstiger als bei einem Immobilieninserat.»

ANZEIGE

Return on Marketing Investment

Investitionen in gutes Marketing zahlen sich aus. Das gilt auch für Immobilien und Immobilienunternehmen. Wir haben uns auf Immobilienmarketing spezialisiert und können auf eine bald 20-jährige Erfahrung zurückgreifen. Darauf zählen nicht nur unsere Kunden, für die wir Konzepte entwickeln und umsetzen, sondern ebenso unsere über 120 Swiss Circle Member, denen wir eine einzigartige Netzwerkplattform zur Verfügung stellen.

www.swisscircle.ch

Swiss Circle
Marketing rund um Immobilien