



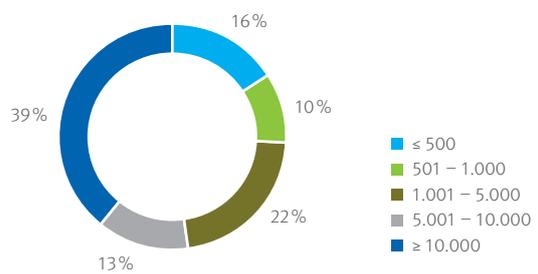
TRENDSTUDIE: REAL ESTATE IN DER INDUSTRIE

2023

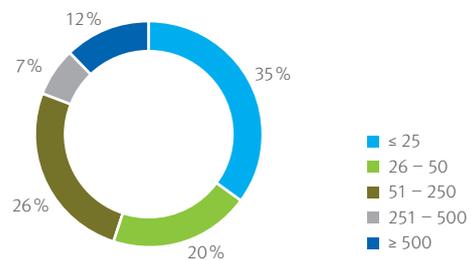
Über die Teilnehmenden

An der Studie haben 215 Immobilien-Verantwortliche aus Industrieunternehmen in Deutschland teilgenommen.

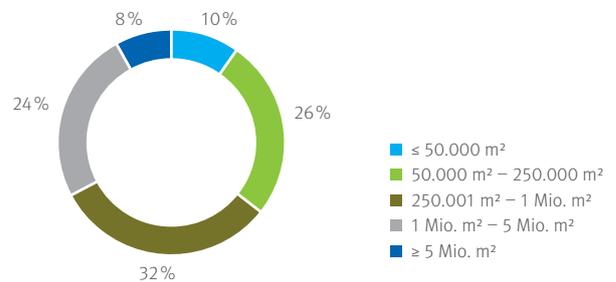
**GESAMTZAHL DER MITARBEITENDEN
IM UNTERNEHMEN**



**GESAMTZAHL DER MITARBEITENDEN IN DER
IMMOBILIENORGANISATION**



**IMMOBILIENPORTFOLIOS DER
BEFRAGTEN**



Aufbau Trendstudie Real Estate in der Industrie

-
- › **REAL-ESTATE-MANAGEMENT-ORGANISATION**
 - › **NEW WORK**
 - › **TRENDS IM REAL ESTATE MANAGEMENT**
 - › **NACHHALTIGKEIT UND ESG
(ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE)**
 - › **DIGITALISIERUNG**
-

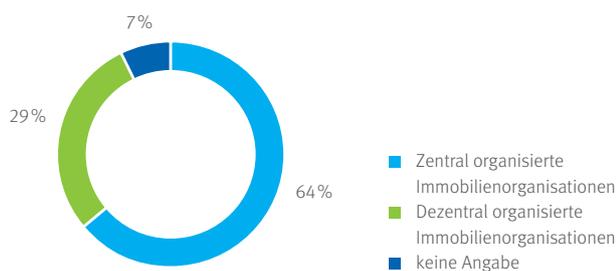
215 Immobilien-Verantwortliche aus Industrieunternehmen haben im Februar 2023 an der Trendstudie Real Estate in der Industrie teilgenommen. Der Online-Fragebogen enthielt Fragen zur Real-Estate-Management-Organisation, zu Real-Estate-Management-Trends, zu Nachhaltigkeit, zu ESG und zur Digitalisierung. Außerdem gab es neue Fragen zum Thema New Work. Ziel war es, ein aktuelles Stimmungsbild einzufangen und Entwicklungen im Vergleich zum Vorjahr zu erkennen.

ZENTRALE STUDIENERGEBNISSE

- › Die Mehrheit der Immobilienorganisationen versteht sich weiterhin als Eigentümervertreter der Immobilien und als Vertreter deren Managementprozesse. In dieser Rolle übernehmen sie die Verantwortung für alle relevanten Themen. Der Dialog mit den Verantwortlichen zeigt darüber hinaus, dass der verantwortliche Themenbereich im Real Estate Management im Laufe der vergangenen Jahre deutlich breiter geworden ist. Neben den reinen Immobilienthemen sind unter anderem New Work, der Kampf um Nachwuchs- und Fachkräfte, Gesundheit und Flächeneffizienz in den Fokus gerückt. Bei diesen Themen stehen die Verantwortlichen im Dialog mit dem HR-Ressort. Mit Nachhaltigkeit/ESG ist ein weiteres wichtiges Thema hinzugekommen. Hier arbeiten die Verantwortlichen mit den Stabstellen im Vorstandsbereich zusammen.
- › Immobilienverantwortliche beklagen weiterhin mangelnde Transparenz und fehlende Aufmerksamkeit des Managements. Folglich scheint die Unternehmensstrategie nicht immer direkt mit der jeweiligen Immobilienstrategie synchronisiert und abgestimmt zu sein. Darüber hinaus fehlt oft die Grundlage für relevante Entscheidungen. Informationen als Grundlage eines strategischen Handelns müssen oft noch mit großem Aufwand zusammengetragen und aufbereitet werden.
- › Betreiberrisiken nimmt mehr als jede:r Zweite bewusst in Kauf. Hintergründe sind unter anderem die nicht ausreichende Delegation der Verantwortung und Brüche in den jeweiligen Prozessen.
- › Der Druck, nachhaltig zu handeln, wächst weiterhin. In Bezug auf ESG gibt allerdings nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten an, das Thema im Detail zu kennen. Über ein Drittel der Befragten erkennt außerdem keine durchgängige ESG-Strategie in seiner Organisation.
- › Der Anteil der jährlichen Investitionen, den Unternehmen für Digitalisierung ausgeben, ist im Vergleich zu den Vorjahren nur geringfügig gestiegen.

Real-Estate-Management-Organisation

WAS TRIFFT AUF IHRE AKTUELLE IMMOBILIENORGANISATION AM EHESTEN ZU IN BEZUG AUF ZENTRALISIERUNG/ DEZENTRALISIERUNG?



ZENTRALE ORGANISATION IM TREND

im Vergleich zur Studie 2022 scheinen mehr Teilnehmer in zentral organisierten Immobilienorganisationen tätig zu sein, was den Trend in Richtung Zentralisierung weiterhin bestätigt. Der Anteil der globalen zu dezentralen Organisationen ist in Summe gleich geblieben.

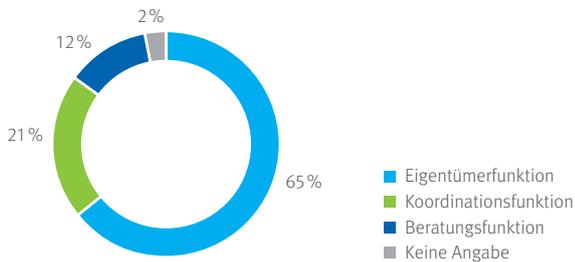
////

„Der Trend hin zu einer zentral organisierten Immobilienorganisation ist ungebrochen. Unsere Erfahrungen aus Beratungsmandaten und Dialogen mit Corporate-Vertretern bestätigen diese Entwicklung. Unternehmen mit professioneller CREM-Zentraleinheit (Corporate Real Estate Management) zeigen, welche Vorteile diese Organisation hat: Sie konzipieren schneller und effizienter Lösungen für aktuelle Herausforderungen und setzen sie um.“

DADURCH ERGEBEN SICH VIELE VORTEILE:

- › Unternehmensstrategie und daraus resultierende Immobilienstrategie lassen sich deutlich effizienter und stringenter ableiten und operativ umsetzen.
- › New Work – schneller Überblick zu vorhandenen Flächen, Arbeitsplätzen, Arbeitsplatzmodellen und Flächenauslastung sowie aktiver Beitrag rund um das Thema „War for talents“ durch die steigende Attraktivität der Arbeitgeber.
- › Kosten- und Immobilientransparenz und daraus abgeleitete Effizienzprogramme
- › Professionelleres und effizienteres Implementieren von ESG- und Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen.
- › Die richtigen Informationen für die richtigen Entscheidungen – zentrale Bereitstellung von relevanten Informationen und KPI sowie durchgängige IT- und Tool-Strategien lassen sich nur so erfolgreich umsetzen.

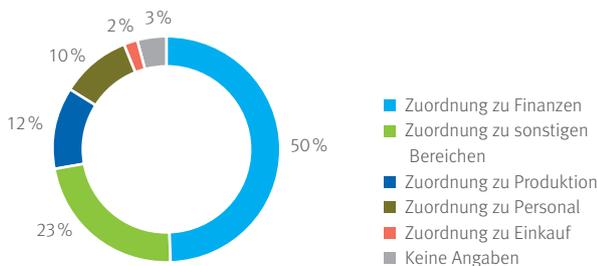
WELCHE FUNKTION NIMMT IHRE IMMOBILIENORGANISATION WAHR?



FUNKTIONEN DER IMMOBILIENORGANISATION

Immobilienorganisationen sehen sich mehrheitlich als Eigentümervertreter ihrer Immobilien.

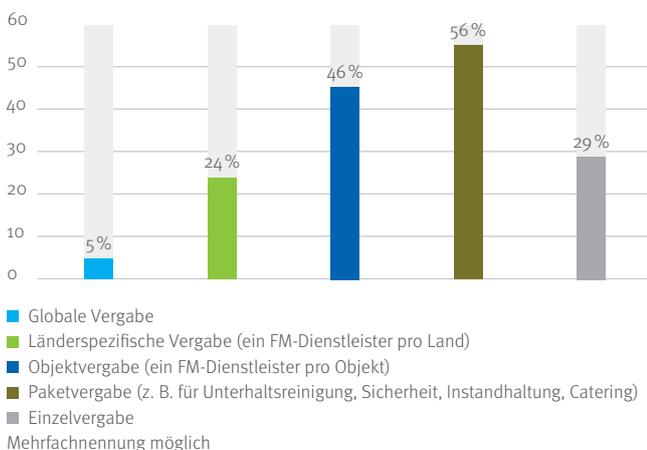
WELCHER ÜBERGEORDNETEN EINHEIT IST DIE IMMOBILIENORGANISATION ZUGEORDNET?



SINNHAFTE ZUORDNUNG ZU FINANZEN

Wie im Vorjahr gliedert sich die Hälfte der Befragten im Finanzbereich ein.

WELCHE VERGABEMODELLE GIBT ES BEI IHNEN IM UNTERNEHMEN FÜR DEN BEREICH FACILITY MANAGEMENT?



VORTEILE DER PAKETVERGABE ÜBERZEUGEN

Außerdem nutzt die Hälfte der Unternehmen die Objektvergabe von Leistungen als Vergabemodell.

////

„Das alte Verständnis vom Verwalter haben nur noch wenige Immobilienorganisationen. Stattdessen entwickeln sich die CREM-Organisation immer mehr zu strategischen Partnern rund um Standorte, Produktion und Arbeitsplätze. Auch für die Themen ESG, Nachhaltigkeit und Digitalisierung agieren sie als verlässliche interne Partner. Ihr Wirkung reicht bis ins jeweilige Kerngeschäft hinein.“

////

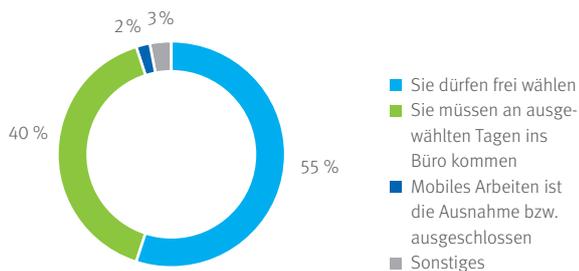
„Einer der größten Kostenblöcke in Unternehmen bleiben Immobilien und damit verknüpfte Themen wie Infrastruktur, Energie und alle CREM-relevanten Themenfelder bis hinein in den Produktionsprozess. Die Folge: Die Hälfte der befragten Immobilienorganisationen ist deshalb dem Verantwortungsbereich des/der CFO zugeordnet. Diese Zugehörigkeit zeigt auch: Die Unternehmen legen Wert auf Effizienz und Transparenz.“

////

„Kosten und Steuerkapazitäten motivieren viele Unternehmen, die Facility-Management-Leistungen zu bündeln und an Firmen mit ganzheitlichen Serviceangeboten zu vergeben. Einzelvergaben können aber sinnvoll sein, zum Beispiel bei Gewährleistungsthemen, Kostendruck und auch der Fachkräftemangel bringen Unternehmen oft dazu, auf kleine interne Steuerungsorganisationen mit wenigen strategischen, externen Partnern zu setzen.“

New Work

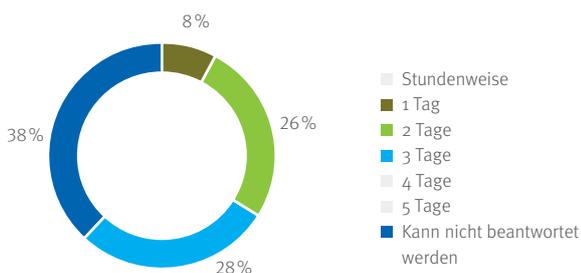
IN WELCHEM UMFANG BIETEN SIE IHREN MITARBEITENDEN AN, IHRE ARBEIT AUCH AUSSERHALB DES BÜROS ZU ERLEDIGEN?



EIGENE ENTSCHEIDUNG DER MITARBEITENDEN

Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen bietet ihren Mitarbeitenden ohne Wenn und Aber die komplette Wahlfreiheit, an welchem Ort sie arbeiten möchten. Nur bei einem verschwindend kleinen Teil ist Homeoffice die Ausnahme oder ausgeschlossen.

WIE VIELE TAGE ARBEITEN IHRE MITARBEITENDEN DURCHSCHNITTLICH PRO WOCHE MOBIL?



DIE GOLDENE MITTE

Die überwiegende Mehrheit nutzt das Angebot von Remote Working an zwei bis drei Tagen in der Woche – in keinem Unternehmen bleiben die Mitarbeitenden die ganze Woche zu Hause. Ein beachtlicher Teil der befragten Unternehmen (38 Prozent) hat allerdings keine Übersicht, von welchem Ort aus seine Mitarbeitenden die Arbeit erledigen.

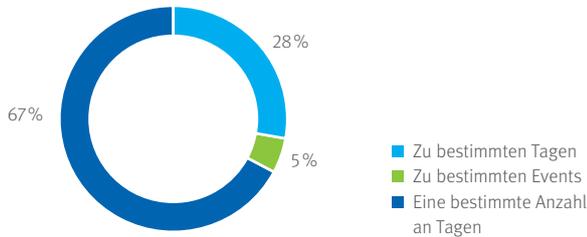
////

„Wer seinen Mitarbeitenden die freie Wahl lässt, wo sie arbeiten möchten, spricht ihnen damit einen Vertrauensbeweis aus. Die Zeiten von Kontrolle und Aufsicht sind für diese Unternehmen vorbei. Neben dem neuen Führungsstil ist eine technische Infrastruktur unabdingbar, die das mobile Arbeiten gleichberechtigt ermöglicht. Ein Trend, der in Zukunft zum Standard werden wird.“

////

„Allen Unkenrufen zum Trotz ist das Büro keineswegs ein Auslaufmodell. Es behält seine Attraktivität und bringt die Kolleginnen und Kollegen an einem physischen Ort zusammen, an dem Austausch und Zusammenarbeit, zufällige Begegnungen und Veranstaltungen ihren Platz bekommen. Moderne Arbeitswelten bieten deshalb über den Standardarbeitsplatz hinaus zahlreiche Alternativen an: von der Kaffeeküche über den Marktplatz, vom Kreativstudio bis zum Konferenzbereich.“

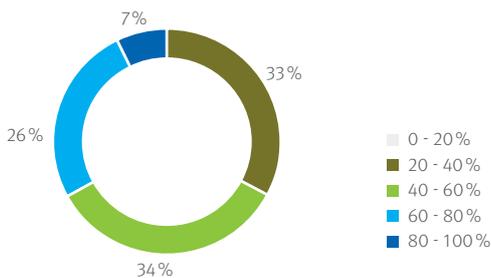
UNTER WELCHEN KRITERIEN SOLLEN IHRE MITARBEITENDEN „AN AUSGEWÄHLTEN TAGEN“ IN DAS BÜRO KOMMEN?



FLEXIBILITÄT FORDERT FLEXIBILITÄT

Lediglich eine leicht steigende Tendenz von zwei auf drei Tagen Arbeitszeit pro Woche im Büro lässt sich im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. Während die Vorjahreszahlen noch durch den Lockdown und die Homeoffice-Pflicht mitverursacht waren, ist jetzt die freiwillige Rückkehr ins Büro deutlich zu erkennen. Wer den Weg ins Büro findet, tut dies häufig mehrmals in der Woche. Entweder eine bestimmte Anzahl von Tagen, wobei An- und Abwesenheit im Büro von Woche zu Woche variieren können (67 Prozent), oder bei knapp einem Drittel (28 Prozent) immer an denselben Tagen.

WIE HOCH IST AKTUELL DIE DURCHSCHNITTLICHE AUSLASTUNG IHRER BÜROFLÄCHEN IN DER WOCHE?



VOLL BESETZTES BÜRO? UNGEWÖHNLICH!

Lediglich sieben Prozent der Unternehmen können von einer Flächenauslastung von 80 bis 100 Prozent berichten. Im Gegenzug meldet ein Drittel einen Leerstand von bis zu 40 Prozent und ein weiteres Drittel ungenutzte Fläche von bis zu 60 Prozent.

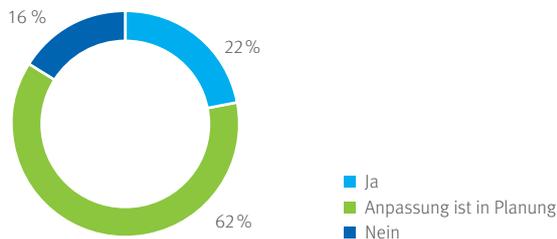


„Die Wahlfreiheit erschwert dem Flächenmanagement, vorausschauend planen zu können. Digitale Buchungs-Apps sind in vielen Unternehmen das Mittel zum Zweck, um mit der Flexibilisierung der jeweiligen Fläche umzugehen. Es bleibt eine offene Frage, wie viel Spontantät sich die Unternehmen leisten können – oder wie viel Planungssicherheit sie durch verbindliche Vorausbuchungen ihrer Mitarbeitenden in Zukunft erwarten wollen.“



„Der geringere Flächenbedarf ist Chance und Risiko zugleich: Die flexible Nutzung von Räumen mit einer qualitativen Ausstattung, in der sich Mitarbeitende wohlfühlen, ist ein Zeichen von Wertschätzung und zahlt positiv auf das Employer Branding ein. Temporären Leerstand gänzlich abzustößen nimmt die Aussicht, in Zukunft auf Veränderungen flexibel reagieren zu können. Den konkreten Kosten für die Fläche (Miete, Heizung etc.) stehen weiche Faktoren wie Wellbeing gegenüber, die sich eher langfristig – beispielsweise durch die Mitarbeiterbindung – auswirken werden.“

HABEN SIE IHR FLÄCHENANGEBOT AN AKTUELLE GEGEBENHEITEN ANGEPASST?



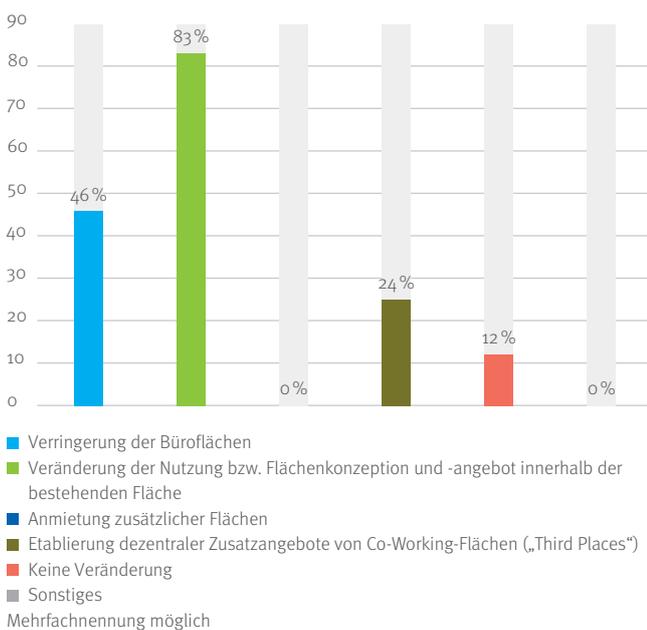
ÄNDERUNGEN NÖTIG

Eine deutliche Mehrheit an Unternehmen hat ihr Flächenangebot Umständen wie Homeoffice und Leerstand angepasst. 22 Prozent haben schon konkrete Maßnahmen vorgenommen. Bei 62 Prozent der Befragten sind Änderungen in Planung.

////

„Zwei Drittel der Unternehmen sind augenblicklich noch damit beschäftigt, räumlich und organisatorisch auf die neuen Arbeitsweisen – eine Mischung aus Arbeitszeit im Büro und Arbeitszeit im Homeoffice – zu reagieren. Tatsächlich brauchen Change- und Transformationsmaßnahmen Zeit, um die Bedürfnisse der Mitarbeitenden zu erkennen und den Richtungswechsel gemeinsam mit der Belegschaft zu stemmen.“

WIE HABEN SIE IHR FLÄCHENANGEBOT ANGEPASST ODER BEABSICHTIGEN, DIES ZUKÜNFTIG ZU TUN?



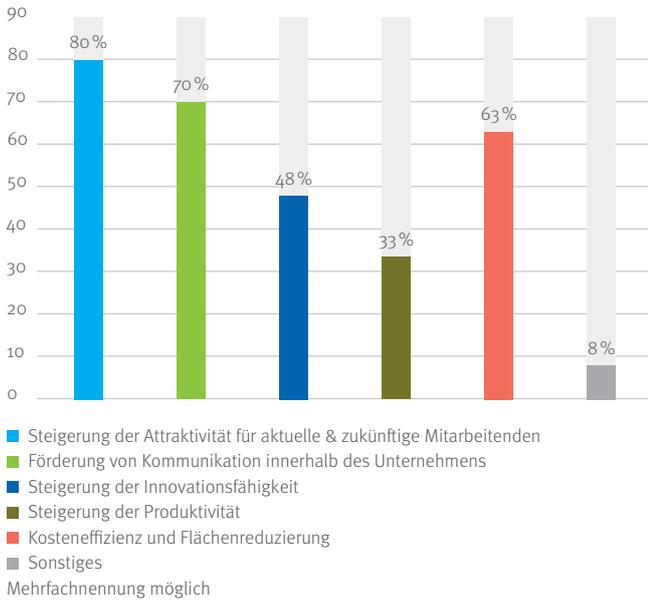
////

„Nicht nur die Mitarbeitenden zeigen sich flexibel bei der Wahl ihres Arbeitsplatzes: Innovative Unternehmen wie regionale Entwickler haben die Chance erkannt, die in dritten Arbeitsorten liegt: Mit wohnortnahen Büroräumen lassen sich Pendelzeiten verkürzen und gleichzeitig Privatleben und Arbeit voneinander abgrenzen.“

NEUE KONZEPTE FÜR BÜRORÄUME

Bei der Anpassung der Raumangebote an das veränderte Nutzerverhalten will lediglich ein geringer Teil der Befragten die Flächen verkleinern. Wer Veränderung will, plant mehrheitlich, das Raumangebot auf den bestehenden Flächen neu zu konzipieren. Die unterschiedlichen Maßnahmen im Bestand werden durch eine neue Tendenz flankiert: Die ersten Unternehmen wollen weitere Arbeitsorte als Ergänzung zum Unternehmenssitz und Homeoffice etablieren und ihren Mitarbeitenden als wohnortnahe Alternative anbieten bzw. haben diese Maßnahmen schon umgesetzt.

BITTE BESCHREIBEN SIE IHRE MOTIVATION, WARUM SIE IHR FLÄCHENKONZEPT ANPASSEN.



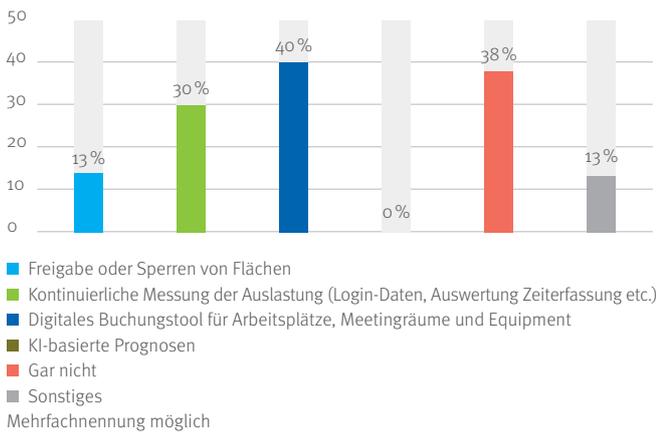
EMPLOYER BRANDING SPIELT SICH AUF DER BÜROFLÄCHE AB

Zu den wichtigsten Gründen, warum ein bestehendes Bürokonzept angepasst wird, zählt die Steigerung der Qualität der Räume und damit der Attraktivität. Des Weiteren soll das Bürokonzept die Kommunikation unter den Mitarbeitenden fördern. Kosteneffizienz durch Flächenreduzierung nennen die Teilnehmenden an dritter Stelle.



„Der Generationswechsel, die Mitarbeiterfluktuation und der Fachkräftemangel zwingen Unternehmen stärker als im vergangenen Jahr zum Handeln: Wenn die Konkurrenz groß ist, bieten moderne Arbeitswelten, in denen sich das Employer Branding widerspiegelt, einen Pluspunkt bei der Entscheidungsfindung für einen neuen Arbeitgeber.“

WIE STEUERT IHR UNTERNEHMEN DIE AUSLASTUNG DER FLÄCHE?



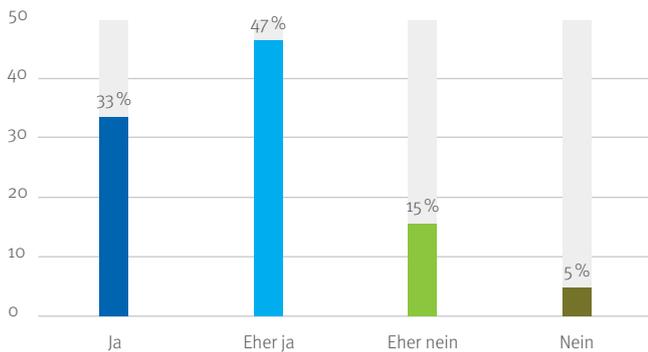
„Es kann nur eine Frage der Zeit sein, bis sich die Digitalisierung vollständig durchsetzt. Mit der großen Aufmerksamkeit, die KI-Anwendungen seit Anfang des Jahres in der breiten Masse erreicht haben, wird das Erfassen und Auswerten großer Datenmengen sicherlich auch für Prognosen zur Flächenauslastung eingesetzt werden.“

DIGITALE LÖSUNGEN

Um die Auslastung der Flächen zu steuern, setzt der Großteil der Unternehmen ein digitales Buchungstool zur Reservierung der Arbeitsplätze, Meetingräume und des Equipments ein – und/oder auf die anonyme und quantitative Messung der Auslastung über Login-Daten, Beacons etc. Demgegenüber steht mehr als ein Drittel der Befragten, die überhaupt keine Flächensteuerung verfolgen. KI wird bislang von keinem der Unternehmen genutzt.

Trends im Real Estate Management

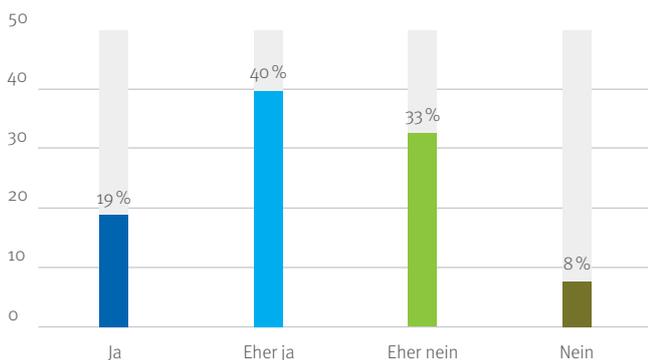
STIMMEN SIE FOLGENDER AUSSAGE ZU? „PROAKTIVES REAL ESTATE MANAGEMENT SCHEITERT IMMER NOCH AN FEHLENDER TRANSPARENZ!“



DIE MEHRHEIT WILL MEHR TRANSPARENZ

Bereits zum zweiten Mal in Folge, fehlt immer mehr Befragten die Transparenz (2021: 68 Prozent, 2022: 76 Prozent).

STIMMEN SIE FOLGENDER AUSSAGE ZU? „WIR HABEN LATENTE BETREIBERRISIKEN, KÖNNEN DIESE AKTUELL ABER NICHT LÖSEN.“



EIN RESTRISIKO BLEIBT

Wie im Vorjahr geben mehr als die Hälfte der Befragten an, mit gewissen Betreiber Risiken zu leben, die sie nicht lösen können. Jede:r Fünfte beantwortet die Frage klar mit Ja (Vorjahr: 27 Prozent).

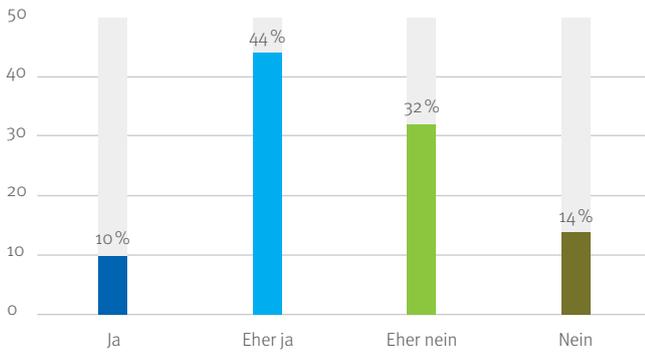
////

„Geht man etwas tiefer ins Detail, wird deutlich, dass die gewünschte Transparenz nach wie vor an einer durchgängigen Informations- und IT-Strategie scheitert. Zu viele Verantwortlichkeiten und zu viele System-Brüche sind oft die Grundlage für sehr aufwendige Datenerhebungsprozesse, um die Basis für strategische Entscheidungen zu erhalten.“

////

„Wir sehen in der Praxis, dass bei einigen Organisationen die gesetzliche ‚Betreiberverantwortung‘ vollständig transparent und intern durchgängig delegiert ist. Welche rechtlichen Folgen das haben kann, ist häufig nicht bekannt, nicht eindeutig geregelt oder dokumentiert. Das betrifft etwa die Zusammenarbeit der internen Immobilienorganisation in der Schnittstelle zur Produktion sowie zu externen Partnern und Dienstleistern.“

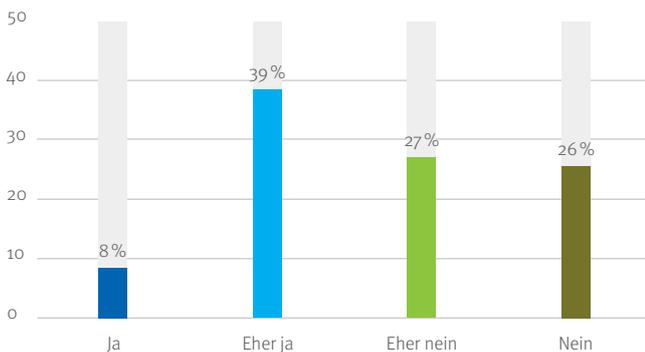
**STIMMEN SIE FOLGENDER AUSSAGE ZU? „EINE VORAUS-
SCHAUENDE UND BELASTBARE BUDGETPLANUNG IST NICHT
DIE REGEL!“**



ERFOLG IST PLANBAR

Bei etwas mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen ist eine vorausschauende und belastbare Budgetplanung rund um die immobilienrelevanten Kosten nicht die Regel.

**STIMMEN SIE FOLGENDER AUSSAGE ZU? „IM REAL ESTATE
MANAGEMENT GEHT ES NUR UM DAS GENERIEREN VON
EINSPARUNGEN – DIE BEWERTUNG DER QUALITÄT BLEIBT
MEIST AUF DER STRECKE!“**



QUALITÄTBEWUSSTSEIN STEIGT

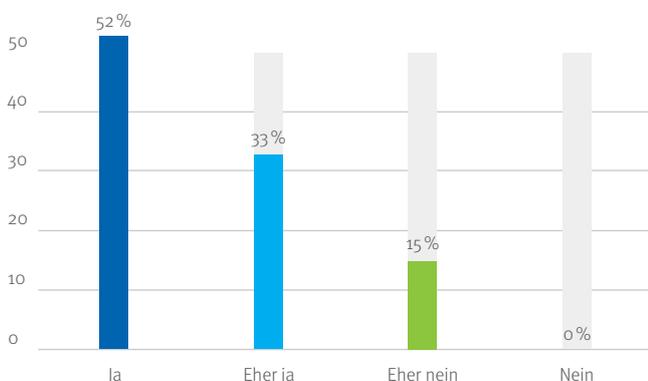
Der Stellenwert von Qualität im Vergleich zum Einsparen von Kosten steigt im Real Estate Management. Nur noch 47 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer geben an, dass die Bewertung der Qualität eher auf der Strecke bleibt. Im Vorjahr waren es noch 63 Prozent.



„Für eine solch transparente Entscheidungsgrundlage fehlt in vielen Unternehmen die Kapazität. Unterschiedliche Verantwortlichkeiten, eine fehlende Kompatibilität in den IT-Systemen und eine mangelhafte Stringenz in den Prozessen erschweren die Bemühungen nach mehr Transparenz zusätzlich. Außerdem verhindern sie neue Ansätze, die sich in der Praxis ergeben könnten.“

Nachhaltigkeit

IN GESELLSCHAFT, MEDIEN UND POLITIK STIEG DAS BEWUSSTSEIN FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT IN DEN VERGANGENEN JAHREN DEUTLICH AN. HIERDURCH WIRD AUCH DRUCK AUF UNTERNEHMEN AUSGEÜBT, UM DIE ZUKUNFT NACHFOLGENDER GENERATIONEN ZU SICHERN. SPÜREN SIE DIESEN DRUCK BEREITS IN IHREM UNTERNEHMEN?



NICHT MEHR ZU IGNORIEREN: DER DRUCK AUF UNTERNEHMEN STEIGT

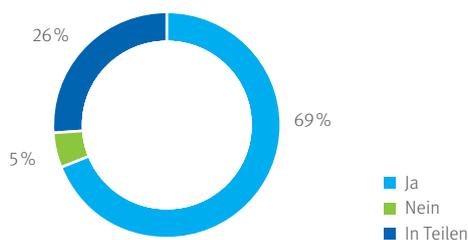
Der Druck auf Real-Estate-Unternehmen bleibt. Wie im Vorjahr gaben mehr als vier von fünf Befragten an, Druck zum nachhaltigen Handeln aus Gesellschaft, Medien und Politik zu spüren.

////

„Die Zeiten von oberflächlichen Nachhaltigkeitsmaßnahmen sind vorbei. Ohne eine ESG-Strategie, die sich durch alle Teile eines Unternehmens zieht, folgen künftig ernsthafte wirtschaftliche Konsequenzen. Investoren und Stakeholder sind motiviert, Anlageentscheidungen nach ESG-Kriterien zu treffen. Kunden und Geschäftspartner erwarten Transparenz und Offenlegung. Die Nachfrage nach echten umwelt- und sozialverträglichen Produkten steigt kontinuierlich an, um diesen Forderungen gerecht zu werden. Unternehmen der Immobilienbranche entwickeln daher nachhaltige Geschäftsmodelle, denn sie verursachen zusammen mit Infrastrukturen den größten ökologischen Fußabdruck. Deshalb sind auch CREM-Abteilungen gefragt, sich aktiv mit der Nachhaltigkeit ihres Unternehmens auseinanderzusetzen und Lösungen aufzuzeigen. Nur so können unternehmerische Chancen genutzt werden.“

Environmental Social Governance (ESG)

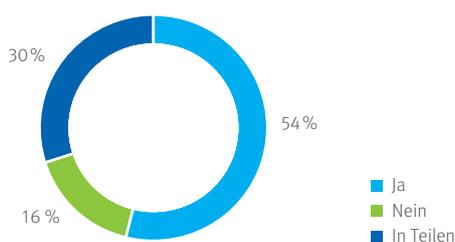
SIND IHNEN DAS THEMA ESG SOWIE DIE DAMIT VERBUNDENEN AUFLAGEN FÜR UNTERNEHMEN BEKANNT?



BEWUSSTSEIN WÄCHST

Nur noch ein Drittel der Befragten gab an, ESG und die damit verbundenen Auflagen nicht – oder nur in Teilen – zu kennen. Im Vorjahr war es noch fast die Hälfte. Auf der anderen Seite stehen dieses Jahr mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen, denen ihre ESG-Auflagen bekannt sind.

GIBT ES IN IHREM UNTERNEHMEN BEREITS EINE FÜR DAS UNTERNEHMEN AUFGESETZTE ESG-STRATEGIE?



AUF UNTERNEHMENSEBENE GIBT ES ESG-STRATEGIEN

Ein Großteil der Befragten hat bereits eine ESG-Strategie aufgestellt oder arbeitet zumindest daran. Damit halbiert sich fast der Anteil der Unternehmen, die sich dieser Aufgabe noch nicht gewidmet haben (Vorjahr: 29 Prozent).

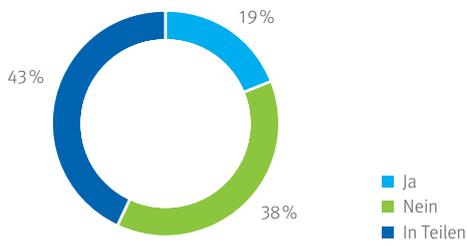
////

„Der Anteil der Unternehmen, die die für sie relevanten ESG-Auflagen nicht kennen, ist nur noch gering. Diese Befragten und ihre CREM-Abteilungen sollten handeln, sonst wird die Ausrichtung der Organisation, der Prozesse und somit des kompletten Unternehmens- sowie des Immobilienportfolios zukünftig schwer.“

////

„Damit sich CREM-Abteilungen effektiv mit den ESG-Regularien befassen können, muss das Thema vom gesamten Unternehmen stringent und durchgängig angegangen werden. Das beginnt mit der Unternehmensstrategie und zieht sich über die Organisation und Prozesse, das Kerngeschäft bzw. das Kernprodukt bis über die Produktion, die Standorte und somit auch in den gesamten Immobilienbereich.“

GIBT ES IN IHREM UNTERNEHMEN FÜR DIE REAL-ESTATE-ABTEILUNG BEREITS EINE DURCHGÄNGIGE ESG-STRATEGIE?



ESG DURCHDRINGT NOCH NICHT DIE CREM-ABTEILUNGEN

Die Mehrheit der Teilnehmenden sieht zumindest in Teilen eine Übersetzung der ESG-Unternehmensstrategie in ihren CREM-Bereich. Allerdings können nur 19 Prozent mit einer CREM-ESG-Strategie aufwarten, die der Gesamtunternehmensstrategie folgt.

Digitalisierung

WAS SIND DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN DER DIGITALISIERUNG?

- 73 % Investitionskosten für die Implementierung von digitalen Tools und Systemen
- 35 % Datensicherheit und Datenschutz
- 45 % fehlende digitale Kompetenzen bei Mitarbeitenden
- 53 % fehlende Standardisierung und Interoperabilität von digitalen Tools
- 43 % fehlendes Bewusstsein für die Vorteile und Möglichkeiten der Digitalisierung

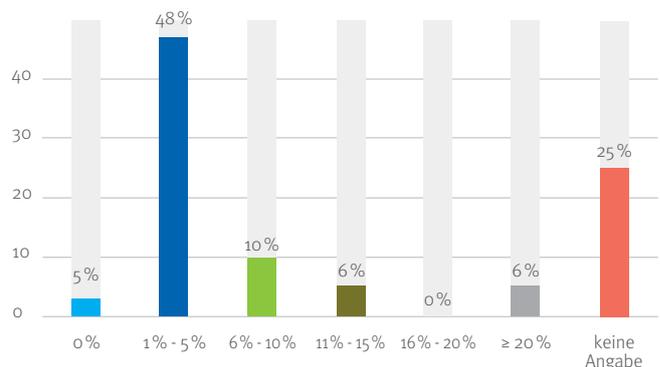
Mehrfachantworten möglich

WAS SIND DIE GRÖSSTEN CHANCEN DER DIGITALISIERUNG?

- 63 % Steigerung der Dienstleistungsqualität
- 83 % Effizienzsteigerung/Kostensenkung im Betrieb
- 85 % Optimierung von Prozessen durch Digitalisierung
- 22 % Neue Geschäftsmodelle (z. B. zusätzliche Vermietung der Büro- oder Parkflächen abends)
- 37 % Arbeitgeberattraktivität für Young Professionals als neue Kolleg:Innen
- 71 % Erhöhung der Transparenz durch die Verfügbarkeit digitaler Dokumente

Mehrfachantworten möglich

WIE HOCH SIND DIE JÄHRLICHEN INVESTITIONEN IHRES UNTERNEHMENS IN DIE DIGITALISIERUNG (PROZENTUAL GEMESSEN AM UMSATZ)?



SOLIDES DIGITALISIERUNGS-BUDGET

Die Hälfte der befragten Unternehmen investiert jährlich bis zu fünf Prozent ihres Umsatzes in die Digitalisierung. Fünf Prozent geben hierfür keine Ressourcen aus.

////

„Viele Unternehmen sehen das Potenzial sowie die Notwendigkeit und investieren hohe Summen in die Digitalisierung. Sie spüren den Zeitdruck und wollen gegenüber dem Wettbewerb nicht den Anschluss verlieren – nicht nur was die Auftragslage angeht, sondern auch den Wettstreit um Fachkräfte.“

IHR KONTAKT IN DEUTSCHLAND

Bernd Fisel
bernd.fisel@dreso.com

Eike Christian Wenning
eike.wenning@dreso.com

Fabian Schultheiß
fabian.schultheiss@dreso.com

IHR KONTAKT IN DER SCHWEIZ

Jennifer Dali
jennifer.dali@dreso.com

Rico Ineichen
rico.ineichen@dreso.com

IHR KONTAKT IN ÖSTERREICH

Georg Stadlhofer
georg.stadlhofer@dreso.com

Gernot Bleier
gernot.bleier@dreso.com

IMPRESSUM

Drees & Sommer SE
Obere Waldplätze 13
70569 Stuttgart

Telefon +49 711 1317-0
info@dreso.com
www.dreso.com

© Drees & Sommer 2023

BILDNACHWEIS

Titel: © Dan Reynolds – gettyimages.com