



Newsletter Trendbarometer
Schwerpunkt Digitalisierung
Expertenbefragung der Berlin Hyp AG

> Editorial

Sascha Klaus

> Berlin Hyp investiert in BrickVest

Online-Immobilieninvestment-Plattform für gewerbliche Immobilieninvestments

> Digitalisierung ja, aber wie?

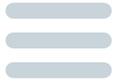
Drei Fragen an Matthias Arnheiter, Leiter Strategie der Berlin Hyp

> agil.vernetzt.creativ.

Digital Unit der Berlin Hyp erarbeitet digitale Optionen

> Digitalisierung auf dem Vormarsch

Immobilienbranche in Bewegung



Editorial



Liebe Leserinnen und Leser,

Digitalisierung ist das Thema unserer Zeit. Doch wie digitalisiert ist die Immobilienbranche tatsächlich? Und wie digital wünscht sich die Branche ihre Immobilienfinanzierer? All diese Fragen haben wir den Immobilienexperten in unserer aktuellen Ausgabe der Trendbarometer-Umfrage gestellt. Die Ergebnisse stellen wir Ihnen in diesem Newsletter vor.

Was unter digitaler Transformation zu verstehen ist, darüber gehen die Meinungen weit auseinander. Für einige ist es der Einsatz digitaler Technologien, andere reduzieren den Begriff auf Phänomene wie Webshops oder Social-Media-Kampagnen. Letztlich handelt es sich um einen durch die Digitalisierung ausgelösten Veränderungsprozess für Unternehmen. Ziel ist es immer, Kundennutzen und Performance zu steigern. Wie groß die Transformation dafür sein muss, hängt vom jeweiligen digitalen Unternehmensmodell ab. Und das ist für jedes Unternehmen anders.

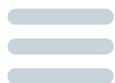
Digitale Unternehmen denken und handeln vom Kunden her. Entsprechend führen sie auch ihre Unternehmen: Sie investieren in Technologien, bauen digitale Kompetenzen in allen Funktionen auf und kooperieren mit externen Netzwerkpartnern. Digitalisierung zieht sich durch alle Bereiche des Unternehmens und durch alle Hierarchien. Daher müssen diese Unternehmen flach organisiert, hervorragend vernetzt und schnell sein. Es geht ums Tun, ums Adaptieren und Lernen in kürzester Zeit. Unternehmen, die das alles schaffen, sind flexibel und agil. Die Resonanz des Kunden wird zum Erfolgsmesser. Auch unser Haus stellt sich der Herausforderung. Digitalisierung.

Digitale Akte, elektronische Rechnungsbearbeitung und mobiles Arbeiten sollen jedoch nur der Anfang unserer digitalen Transformation sein. Weiterhin konzipieren wir unseren gesamten Kreditprozess von der Kundenschnittstelle bis zur Genehmigung unter der Anwendung der modernsten Digitalisierungstechnologien neu. Zudem führen wir SAP Hana als einheitliche Plattform entlang unserer Wertschöpfungskette von der Kundenschnittstelle bis zum Reporting ein. Dieses, um für die Zukunft der digitalen Welt mit ihren immer schneller zu bedienenden Anforderungen und Erwartungen unserer Kunden gerüstet zu sein.

Mit unserer Beteiligung an BrickVest, einer der führenden Online-Eigenkapital-Plattformen für gewerbliche Immobilieninvestments, sind wir bereits den nächsten großen Schritt gegangen. Daneben haben wir zusammen mit unserem strategischen Partner etventure eine Digitalisierungsinitiative ins Leben gerufen. Hierbei haben wir uns ganz bewusst für ein Unternehmen entschieden, das sowohl über Unternehmens- als auch Start-up-Expertise verfügt. Ein gemischtes Team aus Mitarbeitern der Bank und Mitarbeitern von etventure erarbeitet in einem sechsmonatigen Projekt digitale Optionen für die Bank. Gedankliche Schranken gibt es dabei nicht, denn Digitalisierung ist eine Chance – „Nichts-Tun“ ist keine Option.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre.

Sascha Klaus
Vorstandsvorsitzender der Berlin Hyp AG



Berlin Hyp erwirbt Anteil an Finanzierungsplattform BrickVest



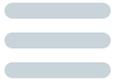
Die Berlin Hyp AG beteiligt sich im Rahmen einer strategischen Kooperation an BrickVest, einer in London/Berlin ansässigen, führenden Onlineplattform für gewerbliche Immobilieninvestments.

Im Rahmen dieser Kooperation engagiert sich die Berlin Hyp als strategischer Partner und wird in mehreren Schritten zum Lead Investor der Gesellschaft. „Diese Partnerschaft ist ein wichtiger Baustein, um unsere Digitalisierungsstrategie umzusetzen. Damit erweitern wir außerdem unsere Wertschöpfungskette und können unsere Erträge weiter diversifizieren“, so Sascha Klaus, Vorstandsvorsitzender der Berlin Hyp AG.

BrickVest ist die führende europäische Plattform für die Eigenkapital-Finanzierung gewerblicher Immobilien und zugleich die einzige durch die Finanzaufsicht regulierte Plattform ihrer Art in Europa. Durch die strategische Partnerschaft erhält die Berlin Hyp Zugang zu einer schlüsselfertigen Technologie mit hoher Skalierbarkeit. Die Plattform steht künftig auch der Berlin Hyp und deren Kunden zur Verfügung. Die Bank ist damit in der Lage, ihre Strukturierungsexpertise weiter auszubauen und ihre Kunden im Zusammenhang mit Immobilientransaktionen noch ganzheitlicher zu beraten.

„Wir haben Geschäftsmodell und Investment intensiv und sorgfältig geprüft. Wir wissen, dass manche in der Branche Plattformen skeptisch gegenüberstehen – aber wir sind zu der klaren Überzeugung gekommen, dass die gewerbliche Immobilienfinanzierung vor einem erheblichen Transformationsprozess steht. Die Beteiligung zum jetzigen Zeitpunkt ist daher ein richtiger und wichtiger Schritt für uns“, erläutert Klaus. Branchen- und Managementexpertise hätten bei der Entscheidung genauso überzeugt wie Technologie und Produkte. Die Bank plant, die eigene Produktpalette auf der Plattform um weitere Finanzierungsprodukte zu erweitern.

Thomas Schneider, CIO von BrickVest, sagt: „Wir freuen uns, dass wir mit der Berlin Hyp eine renommierte deutsche Pfandbriefbank als strategischen Partner für eine Zusammenarbeit gewinnen konnten, die im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie die Transformation der Immobilienfinanzierung und des Bankgeschäftes gemeinsam mit uns vorantreiben möchte.“



Interview



Die Berlin Hyp hat sich an einer der führenden Online-Eigenkapital-Plattformen beteiligt. Matthias Arnheiter, Leiter Strategie, nimmt Stellung.

Herr Arnheiter, Sie sind verantwortlich für die Digitalisierungsstrategie der Berlin Hyp. Warum ist Ihnen dieses Thema so wichtig?

M.A. Digitalisierung in der Bankenwelt – ein Thema, das mir persönlich sehr am Herzen liegt und dessen Entwicklung ich sehr spannend finde. Aus meiner Sicht wird die Digitalisierung den Bankensektor mit voller Wucht erreichen, auch wenn viele Institute diese Entwicklung noch nicht wahrhaben wollen. Finanzinstitute weltweit werden sich strategisch, organisatorisch sowie operativ neu aufstellen müssen, wenn sie die Chancen der Digitalisierung erfolgreich nutzen wollen. Der Vorstand der Berlin Hyp hat dies für sich erkannt und nimmt das Thema Digitalisierung als Herausforderung der Zukunft sehr ernst. Digitalisierung ist für uns weit mehr als nur Automatisierung. Für Banken bedeutet die Digitalisierung eine disruptive Veränderung ihrer bestehenden Geschäftsmodelle, die die gesamte Wertschöpfungskette betreffen kann, denn das Kundenverhalten ändert sich massiv. Kunden übertragen zunehmend ihre digitalen Erfahrungen als Nutzer anderer Industrien auf ihre Erwartungen an Banken. Wir sind davon überzeugt, dass dieser Wandel nicht nur Retail-Banken, sondern – wenn auch mit zeitlicher Verzögerung – auch B2B-Geschäftsfelder wie die gewerbliche Immobilienfinanzierung betreffen wird. Das bedeutet für unser Geschäft, dass wir uns umso mehr mit neuen Technologien und Geschäftsmodellen aus „fremden“ Branchen beschäftigen müssen. Es gilt, proaktiv über den „Tellerrand“ zu schauen.

Warum haben Sie sich für eine Beteiligung an BrickVest entschieden?

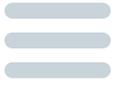
M.A. Wir haben das Geschäftsmodell von BrickVest und unsere Möglichkeiten einer Zusammenarbeit im Vorfeld umfassend geprüft

und analysiert. Die Beteiligung an BrickVest ist ein wichtiger Schritt zur Verbreiterung unserer Wertschöpfungskette. Wir haben nach Geschäftsmodellen gesucht, die unseren Kunden einen Mehrwert bieten können. Und mit BrickVest haben wir sie gefunden. BrickVest ist eine Plattform mit schlüsselfertiger Technologie und bietet durch die Regulierung als AIF („Alternative Investment Fund“) eine hohe Produktflexibilität. Dies bedeutet, dass das Geschäft schnell skaliert und weitere Produkte kurzfristig entwickelt werden können. Wir wollen unseren Kunden einen ganzheitlichen Beratungsansatz bieten und unsere Strukturierungsexpertise ausbauen. Wir bieten damit den Kunden zukünftig alle wichtigen Leistungen aus einer Hand: gewissermaßen One-Stop-Shop.

Und noch etwas spricht für BrickVest: BrickVest ist die einzige regulierte Plattform als Alternative Investment Fund (AIF) für gewerbliche Immobilien in Europa. Dies ist uns, auch mit Blick auf unsere Kunden, sehr wichtig. Zudem verfügt das Management von BrickVest bereits über einschlägige Managementenerfahrung, was für Start-ups eher untypisch ist. Dies sowie die schlüsselfertige Technologie sprechen in unseren Augen für eine Kooperation mit BrickVest.

Wie geht es mit der Digitalisierungsinitiative weiter? Was sind die nächsten Schritte?

M.A. Erst einmal muss klar sein: Digitalisierung ist kein „Sprint“, sondern ein „Marathon“, der nicht einfach von heute auf morgen erledigt ist. Insofern müssen wir weiter daran arbeiten, unsere Geschäftsprozesse zu optimieren. Hier haben wir bereits umfangreiche (IT-)Projekte initiiert, bei denen wir den Fokus auf die Wünsche des Kunden legen. Ziel ist, dass die Digitalisierung des gesamten Kreditprozesses beim Kunden deutlich spürbar wird: schneller und effektiver. Parallel hierzu wollen wir natürlich auch die Arbeit in der Digital Unit fortführen und neue Geschäftsmodelle entwickeln. Ganz wichtig ist aber auch, unsere Mitarbeiter mit ins Boot zu holen. Digitalisierung muss auch gelebt werden – und zwar von jedem Mitarbeiter. Hier wollen wir noch mehr Akzeptanz schaffen und die Kollegen aktiv einbinden. Sie sehen also, es bleibt spannend.



agil. vernetzt. creativ.

Ein Team der Digital-Beratung etventure und drei Mitarbeiter der Berlin Hyp hat als Digital Unit die Arbeit aufgenommen und erarbeitet in einem sechsmonatigen Projekt digitale Geschäftsmöglichkeiten für die Berlin Hyp.



Welche Ziele die Digital Unit verfolgt und wie sie diese erreichen will, erläutert Christian Reichmann, Senior Project Manager bei etventure, im Interview.

Berlin Hyp Sie haben Ihr „Büro“ im MindSpace an der Friedrichstraße. Warum ein Co-Working Space? Weil das gerade hip ist? Oder gibt es konkrete Gründe für diese Wahl?

Christian Reichmann „Hip“ ist ganz nett, aber natürlich nicht der ausschlaggebende Grund. Die Vernetzung in solchen Co-Working Spaces ist zum einen stark. Durch die hohe Dichte an kreativen Köpfen und die große Nähe kommt man leicht ins Gespräch. Auch wenn man in unterschiedlichen Bereichen aktiv ist, kann dieser interdisziplinäre Austausch ungemein bereichernd sein. Gerade bei der Entwicklung und Umsetzung von Ideen in einem bestimmten Marktumfeld empfiehlt es sich, einmal einen Blick in andere Branchen zu werfen. Ein Kundenproblem kann hier grundsätzlich sehr ähnlich sein, die Lösung jedoch eine völlig andere. Wir können von Erfahrungen und Sichtweisen anderer profitieren und daraus Inspiration für eigene Ideen schöpfen.

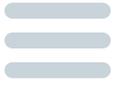
Zudem ist es auch wichtig, bei einem solchen Projekt einmal aus den „eigenen vier Wänden“ herauszukommen. Unsere Erfahrung lehrt, dass die Mitarbeiter einer solchen Digital Unit die Möglichkeit haben müssen, sich zu 100 Prozent auf diese Arbeit zu konzentrieren, statt zur Hälfte noch ihre bisherige Rolle auszufüllen. Zu neuen Wegen gehören eben auch neue Arbeitsformen

und Arbeitsräume. Und der Co-Working Space ist eben etwas völlig anderes als das Bankbüro.

Berlin Hyp Wie gehen Sie ganz konkret vor? Was ist Ihre Arbeitsmethodik?

Christian Reichmann Grundsätzlich arbeiten wir mit zwei Methoden, dem Lean-Start-up-Ansatz und dem Design Thinking. Unser Fokus ist hier jedoch nicht die reine Methodenvermittlung, wengleich der Know-how-Transfer an die Berlin Hyp-Mitarbeiter sehr wichtig ist. Neben vereinzelt Workshops zählt jedoch vor allem „learning by doing“. Wir wenden diese Methoden in gewisser Weise „opportunistisch“ an – was uns nützt, wenden wir an. Wir stellen in der Digital Unit eine Art „geschützten Raum“ her, in dem wir gemeinsam wie ein Start-up arbeiten können: Geschwindigkeit ist hier wichtiger als Kontrolle, Ausprobieren wichtiger als die ausführliche Diskussion.

Grundsätzlich steht natürlich immer die Frage im Raum: „Welche Produkte oder Services lösen die Probleme unserer Kunden?“ Hierzu muss man aber erst einmal die Probleme und Bedürfnisse der Kunden identifizieren und verstehen. Wir haben deshalb beispielsweise Interviews mit rund 50 Kunden der Berlin Hyp geführt und im gemeinsamen Dialog mögliche Fokusthemen und



> Viola Siedler:

Jeder Tag in der Digital Unit ist neu und inspirierend. Angefangen vom Arbeitsumfeld im Co-Working Space bis hin zur iterativen Arbeitsmethodik bin ich völlig in eine andere Welt abgetaucht. Wir arbeiten unheimlich schnell, kooperativ und ohne jedes Konkurrenzdenken. Ich bin wirklich froh, den Schritt in die Digital Unit gewagt zu haben und hoffe, die erlernten Fähigkeiten auch nach diesem Projekt nutzen zu können.



> Robert Lüth:

Die Arbeit in der Digital Unit ist „prägend“. Selbstreflexion tritt hier an erste Stelle, da Agilität und Kreativität jeden Tag aufs Neue gefragt sind und bisherige Arbeitsmethoden grundsätzlich hinterfragt werden. So werden Ideen geteilt, weiterentwickelt und auch losgelassen – alles in einer unglaublichen Geschwindigkeit. Das Loslassen ist dabei gefühlt die größte Herausforderung. Eine tolle Erfahrung, die beruflich und auch persönlich einen großen Mehrwert für mich hat.



> Aaron Israel:

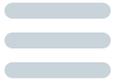
Die neue Aufgabe erfordert völlig neue Arbeitsmethoden und ist eine große Umstellung, ein permanenter Lernprozess. Die gewohnte Arbeitsweise komplett zu hinterfragen, fällt oft nicht leicht und erfordert ein hohes Maß an Flexibilität. Aber die tolle Zusammenarbeit im Team und die erzielten Ergebnisse sind es wert.

Pain Points ermittelt. Darauf basierend versuchen wir, Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln, diese permanent zu hinterfragen, zu verwerfen oder weiterzuentwickeln. Das Feedback hierzu bekommen wir dann vom Markt im Rahmen von prototypbasierten Markttests. Wir erarbeiten keine detaillierten Konzepte im klassischen Sinne, sondern sind schnell, agil und arbeiten iterativ.

Berlin Hyp Herr Reichmann, was ist das Ziel der Zusammenarbeit mit der Berlin Hyp? Was soll am Ende als Ergebnis herauskommen?

Christian Reichmann Am Ende wollen wir eine Reihe von Themen so weit getestet und ausgearbeitet haben, dass wir zusammen mit dem Vorstand der Berlin Hyp entscheiden können, welche Ideen im ersten Schritt in Form eines Minimal Viable Products, also einer ersten Produktversion mit eingeschränkten Funktionen, umgesetzt werden können.

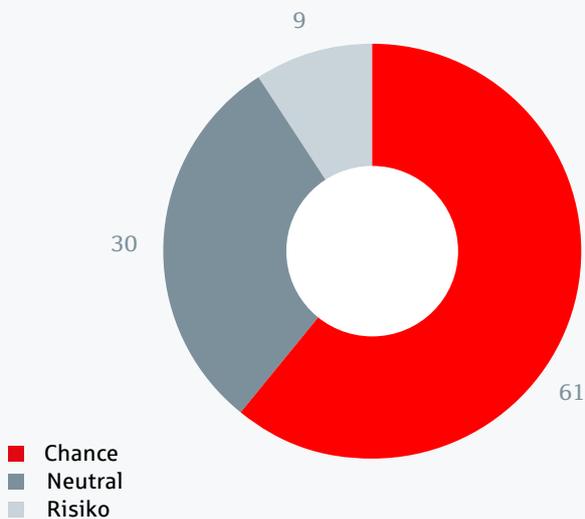
Wichtig hierbei ist, dass wir kleine Module und keine großen, vollständig ausgereiften Lösungen entwickeln wollen. Das Vorgehen hier entspricht dann dem bereits beschriebenen Ansatz: Die Weiterentwicklung erfolgt basierend auf dem Feedback des Marktes. Dinge, die Nutzerprobleme lösen, werden priorisiert und iterativ umgesetzt. Wir wollen Lösungen anbieten, die dazu in der Lage sind, Probleme des Kunden zu lösen bzw. zu vereinfachen. Schließlich geht es um den Kunden der Berlin Hyp!



Digitalisierung auf dem Vormarsch: Immobilienbranche in Bewegung

Generell stehen die deutschen Immobilienexperten der Digitalisierung positiv gegenüber: 91 Prozent der Umfrageteilnehmer sehen in der Digitalisierung eine Chance oder stehen ihr neutral gegenüber.

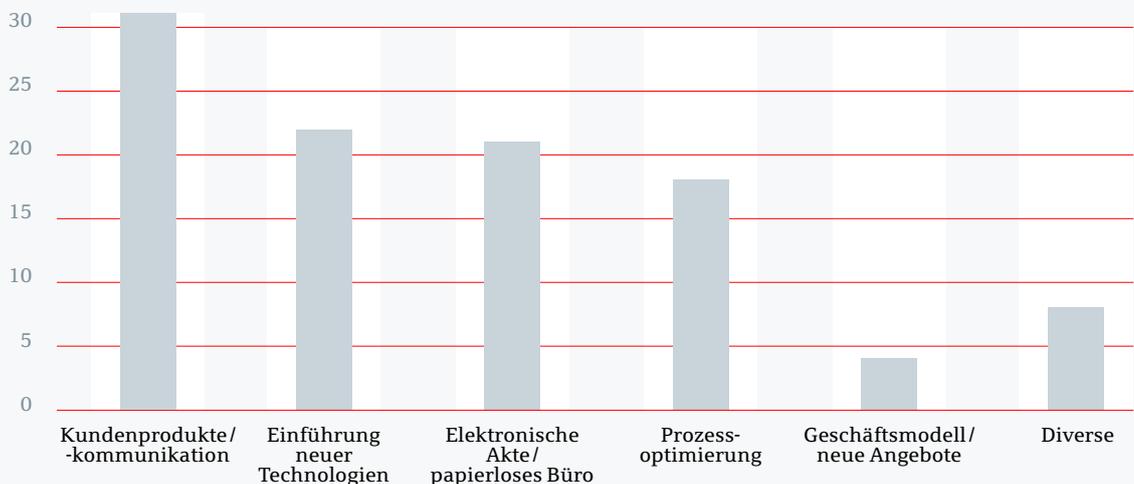
Sehen Sie in der zunehmenden Digitalisierung eher eine Chance oder ein Risiko für Ihr Unternehmen?
in %



74 Prozent der Befragten planen in ihrem Unternehmen in den kommenden zwei Jahren ein Digitalisierungsvorhaben und wollen die Digitalisierung vorantreiben. 26 Prozent der Umfrageteilnehmer gaben an, keine Digitalisierungsvorhaben geplant zu haben – weil sie diese bereits in den vergangenen Jahren initiiert haben oder weil sie die Digitalisierung noch nicht vorantreiben wollen.

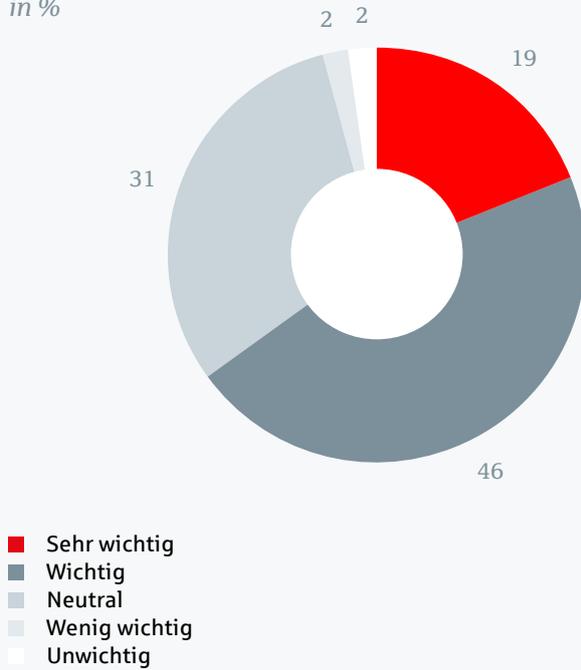
Eindeutiger Spitzenreiter bei den Digitalisierungsvorhaben sind Produkte, die sich um das Thema Kunde drehen. Insbesondere sollen Kundenprodukte und die -kommunikation digitalisiert werden. Zudem wollen viele Unternehmen neue Technologien und das papierlose Büro einführen. All diesen Punkten gemein ist, dass sie eine schnellere Abwicklung der Geschäftsabläufe zum Ziel haben. Hier wird also vom Kunden her gedacht!

Welche Projekte sind geplant?
in n





Wie wichtig ist Ihnen eine zunehmende Digitalisierung Ihres Finanzpartners?
in %



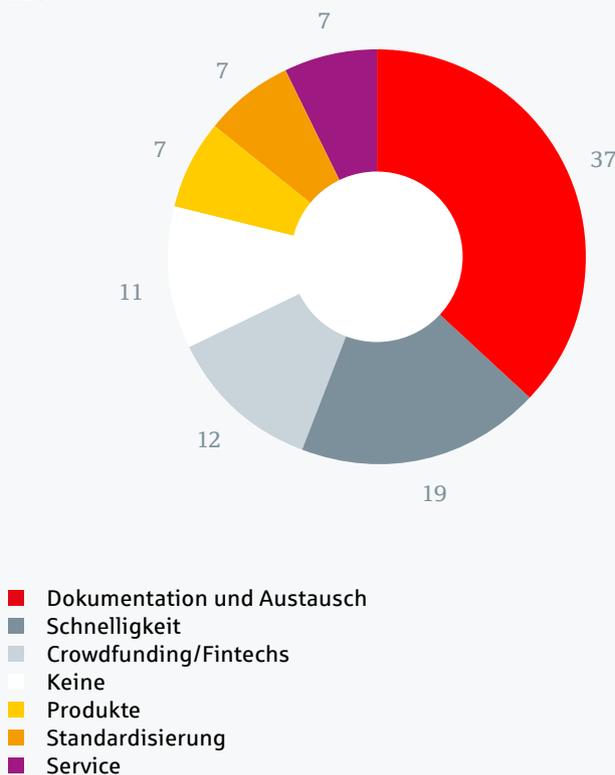
Auf die Frage, welche Gründe für Digitalisierungsvorhaben sprechen, wurden die Nutzung von Chancen, die sich aus den neuen Technologien ergeben, sowie Kostendruck und Effizienzsteigerung am häufigsten benannt.

Bei den Hemmnissen für die Digitalisierung stehen die Anforderungen an Datensicherheit bzw. Datenschutz ganz oben, gefolgt von den Schwierigkeiten bei der Umstellung bestehender IT-Systeme sowie Unsicherheiten über Technologien. Finanzierungsmittel für Digitalisierungsvorhaben sind vorhanden, denn der Mangel an Finanzierungsmöglichkeiten landet nur auf Platz acht der Hemmnisse.

Digitalisierung des Finanzpartners wichtig

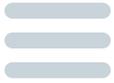
Rund 65 Prozent der Umfrageteilnehmer ist eine zunehmende Digitalisierung ihres Finanzpartners sehr wichtig bis wichtig. Lediglich vier Prozent sehen keine Ansatzpunkte für eine Digitalisierung der Finanzbranche.

Wo sehen Sie Anhaltspunkte für die Digitalisierung in der Immobilienfinanzierung?
in %



Die Wunschliste der Kunden ist sehr bodenständig. Sie wollen es vor allem bequem und schnell. Gewünscht sind daher vor allem ein digitaler Dokumenten- und Informationsaustausch sowie zunehmende Schnelligkeit bei der Bearbeitung. Aber auch Produkte wie Crowdfunding und die Kooperation mit Fintechs stehen auf der Wunschliste der befragten Immobilienexperten.

Die gesamte Auswertung der Trendbarometer-Umfrage 1/2017 finden Sie hier:
www.berlinhyp.de/uploads/media/BHYP_DIM_Trendbarometer_Auswertung_1_2017_DE.pdf



Impressum

Herausgeber/Redaktion

Berlin Hyp AG
Kommunikation & Marketing
Budapester Straße 1
10787 Berlin
T 49 30 2599 9133
F 49 30 2599 9989 133
jutta.kreuzinger@berlinhyp.de

Veröffentlichung

November 2017

Newsletter An-/Abmeldung

jutta.kreuzinger@berlinhyp.de

Bildnachweis

Titel: Berlin Hyp
Seite 2: Hoffotografen
Seite 3: fotolia, moofushi
Seite 4: Jens Komossa
Seite 5: etventure
Seite 6: Berlin Hyp

Gestaltung

–endash, Jörg Kammler
www.endash.de

Wichtige Hinweise

Dieser Newsletter ist durch die Berlin Hyp AG erstellt worden. Er dient allein Informationszwecken. Alle Inhalte beziehen sich ausschließlich auf den Zeitpunkt der Erstellung dieser Unterlagen. Eine Garantie für die Vollständigkeit, Aktualität und fortgeltende Richtigkeit kann daher nicht gegeben werden. Alle hier enthaltenen Angaben und getroffenen Aussagen basieren auf Quellen, die von uns für zuverlässig erachtet wurden. Die Informationen wurden sorgfältig recherchiert und gewissenhaft zusammengestellt.

Die in diesem Newsletter geäußerten Meinungen und Prognosen stellen unverbindliche Werturteile unseres Hauses dar, für deren Richtigkeit und Vollständigkeit keinerlei Gewähr übernommen werden kann. Wir hoffen, dass Ihnen unser Newsletter nützliche Informationen bietet. Bei Anregungen oder Anmerkungen laden wir Sie ein, uns diese gern weiterzugeben.