

10 Megatrends der Zukunft und ihre Auswirkung auf FM im Jahr 2020

Ing. Reinhard Poglitsch, MBA
Präsident, IFMA Austrian Chapter

IFMA Austria

Rudolf-Sallinger-Platz 1, Gewerbehäus
1030 Wien

T: +43 1 51450-2521
F: +43 1 51450-2522

office@ifma.at
www.ifma.at

Quellenhinweis

- Diese Präsentation basiert auf der Studie *Scenarios for the future of the Global Facility Management Industry* des *Copenhagen Institutes for Future Studies* und spiegelt nicht die persönliche Meinung des Präsentators.
- Sämtliche Inhalte sind dieser Studie entnommen und wurden lediglich durch den Präsentator bereichert (zB Fotos, etc).
- Sollten Zitate aus dieser Präsentation verwendet werden, ist als Quelle unbedingt oben angeführter Hinweis zu bedenken.



IFMA Chapter Austria

- IFMA International mit Sitz in Houston (USA) wurde 1980 gegründet und ist in 78 Ländern aktiv tätig
- IFMA Austria: seit 1998 bestehende österreichische Niederlassung
- des weltweiten personenbezogenen FM-Netzwerkes der "International Facility Management Association" (IFMA)



Vorstellung



Ing. Reinhard Poglitsch, MBA

**ISS Facility Services, Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Business Development & Integrierte Facility
Services, Österreich**



„Es ist nicht einfach, in die Zukunft zu schauen. Es ist aber möglich.“

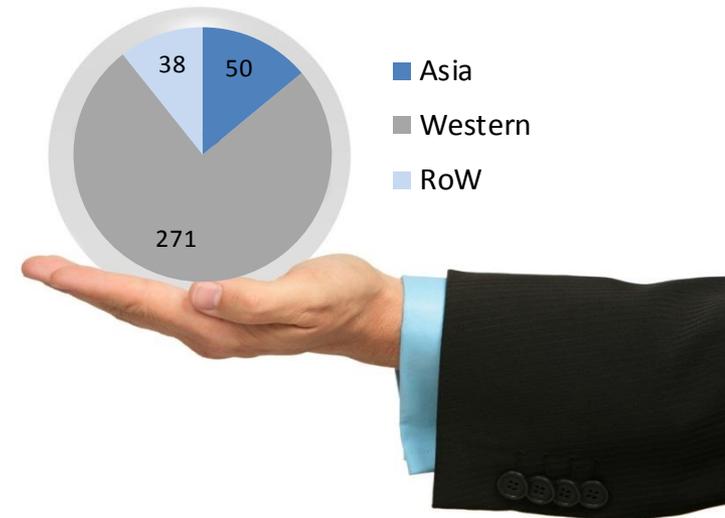
Andrei Linde, Physikprofessor



Zukunft der FM Branche – ein Blick in die Glaskugel

Die Sehhilfen waren...

- CIFS Megatrends
(Copenhagen Institute for Future Studies)
- Workshops mit Top FM Management
- Umfrage (361 Manager)
- Umfrage unter 50 int. FM und IFMA Experten
- Geschäftsberichte und Literatur



Asia - China, India, Indonesia, Japan, Malaysia, Singapore, Taiwan, Thailand
Western - Austria, Australia, Belgium, Croatia, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, Iceland, Ireland, Italy, Netherlands, New Zealand, Norway, Poland, Portugal, Romania, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, United Kingdom, United States ; **Rest of World**: Argentina, Brazil, Chile, Israel, Mexico, Russian Federation, Turkey, Uruguay

Einflussfaktoren auf den FM Markt



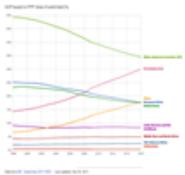
10 Megatrends



Globalisierung



Technologische
Entwicklung



Ökonomische
Entwicklung



Verfügbarkeit
von Wissen



Kommerzialisierung



Individualisierung



Demografische
Entwicklung



Gesundheits-
bewusstsein



Bewusstsein für
Nachhaltigkeit



Neue
Arbeitsweisen

WKo 5/2012

1. Globalisierung

Die Reise einer Jeans

Transportweg in km	Land	Prozessschritt
0	Indien	Ernte Baumwolle
4.800	Türkei	Baumwolle zu Garn spinnen
15.000	Taiwan	Baumwollgarn färben
27.000	Polen	Weben der Jeansstoffe
42.300	Philippinen	Zusammennähen
54.000	Griechenland	Endverarbeitung
56.300	Österreich	Verkauf & Entsorgung
57.000	Niederlande	Sortierung Altkleider
64.000	(Afrika)	Weiterverwendung



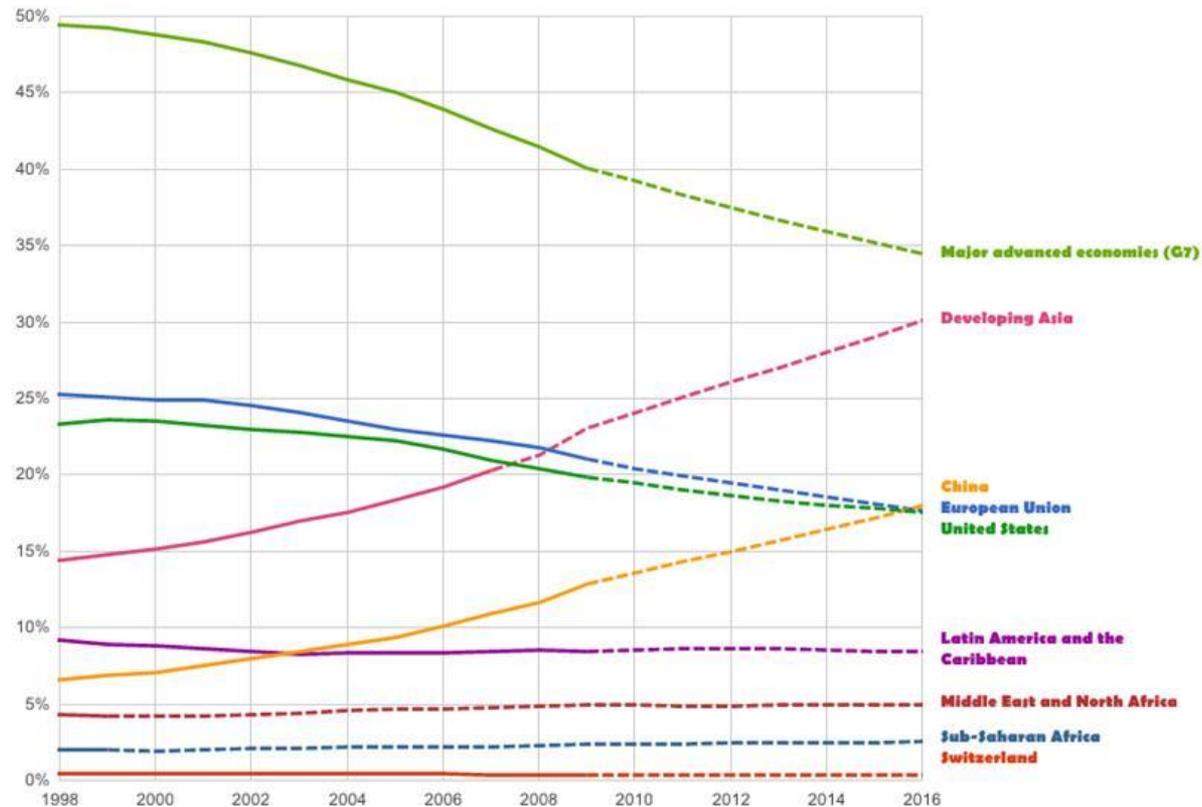
Globalisierung: Einfluss auf den FM Markt

- Kunden und Lieferanten werden zunehmend globalisieren
 - Globale Geschäfte werden «normal» und werden immer weniger zu einem Wettbewerbsvorteil (heute schon noch)
- Globalisierung wird neue FM Anbieter in lokale Märkte bringen – «Glocalisation»
 - Neue «Global Players» aus BRIC (Brasilien, Russland, India, China) & USA
- «One quality – worldwide»
- Steigende Herausforderungen in Bezug auf internationale Koordination von FM Initiativen und FM Standards (Dokumentation – CAFM)



2. Ökonomische Entwicklung

GDP based on PPP share of world total (%)



PPP= Purchasing Power Parity
...Kaufkraftparität

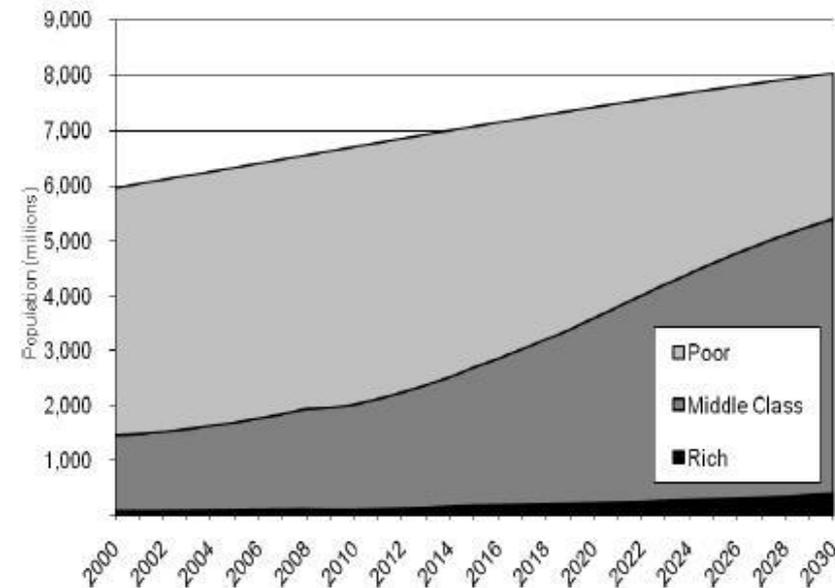
Data from IMF, September 2011 WEO Last updated: Nov 30, 2011



Ökonomische Entwicklung: Einfluss auf den FM Markt

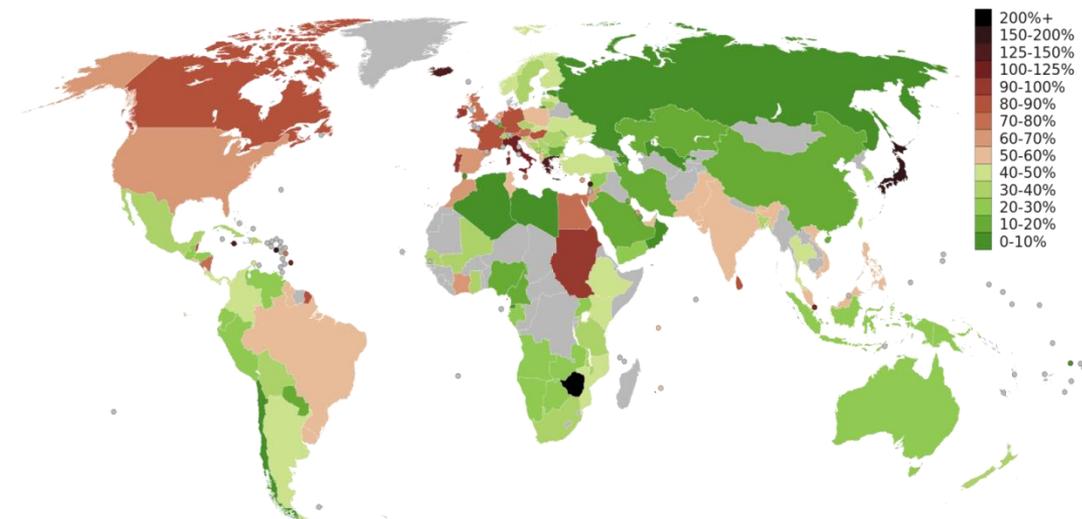
- Tripolare Welt: USA – Asien (v.a Indien, China) – Europa
- Stark wachsende Middle Class in Asien führt zu wachsendem Markt - auch für «higher-quality services»
 - Professionalisierung von FM (Vielfalt, Qualität, Flexibilität)
 - Professionalisierung von FM im Ausbildungsbereich (Berufsbild)
- Wachsende Middle Class: Rekrutierung im Facharbeiterbereich zunehmend schwieriger

Figure 1: A Surge in the Global Middle Class



3. Kommerzialisierung*

- Die öffentliche Hand wird Möglichkeiten suchen (müssen), um Kosten zu senken und effizienter zu werden.
- Um von Entwicklungen im privatwirtschaftlichen Bereich zu partizipieren, werden Privatisierungen, Outsourcing und Public Private Partnerships (PPPs) zunehmen.



Staatsverschuldung in
% vom BIP

**Der Begriff Kommerzialisierung
beschreibt die Ausbreitung des
Marktes und einer ökonomischen
Handlungslogik in andere
gesellschaftliche Bereiche*

Kommerzialisierung: Einfluss auf den FM Markt

- Mehr Outsourcing oder (Teil-) Privatisierung
- Neue Treiber für Outsourcing
 - Effizienzsteigerung (Wissen von außen)
 - Fix-Kosten müssen noch mehr variabilisiert werden
- Neue Felder für Outsourcing
 - Näher an das Kerngeschäft: HR, Produktionspersonal, Vertrieb,...
- Neue Integrationslevel im Outsourcing
 - Primär teilt sich wieder in Core/non-Core
 - Übernahme von Betriebsteilen (z.B. Lackieranlagen in Automobilbranche,...)



4. Demografische Entwicklung

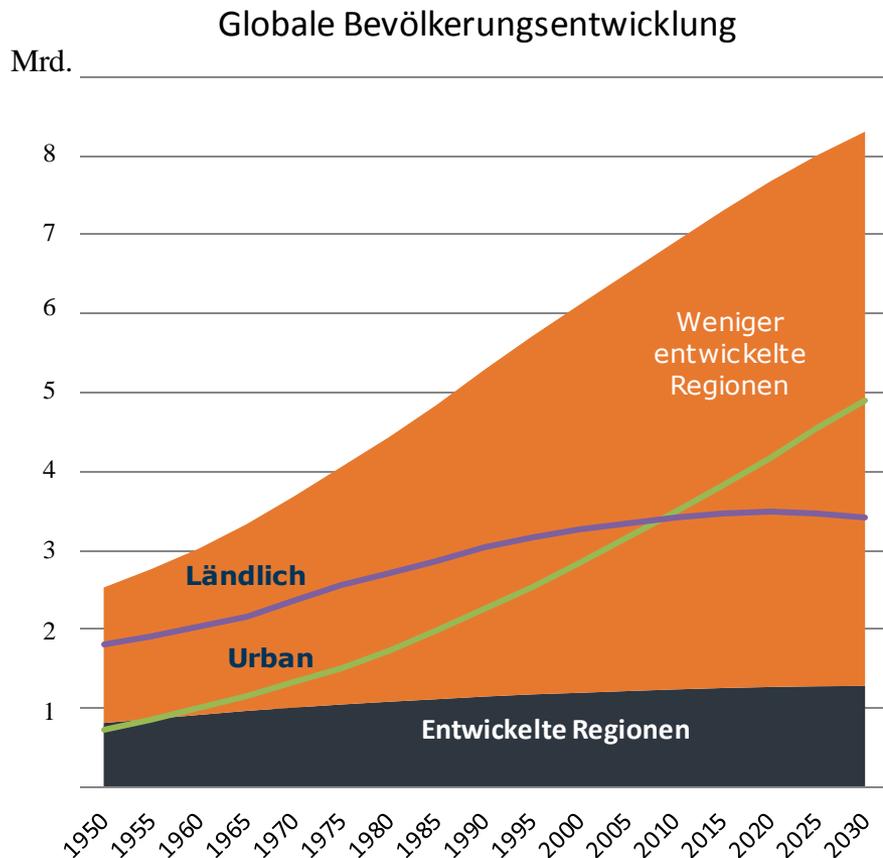
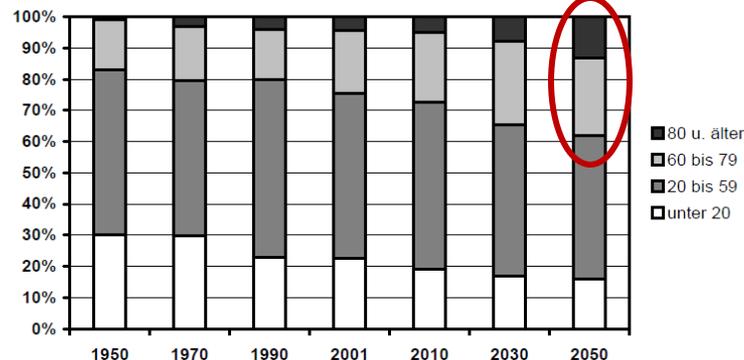


Abbildung 2: Altersgruppen in Prozent der Gesamtbevölkerung



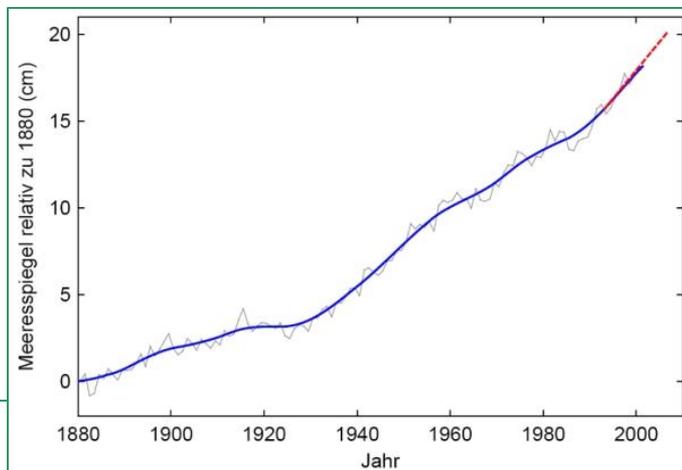
Quelle: Destatis 2003 (von 2010 an Prognose der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung – „mittlere Variante“).

Demografische Entwicklung: Einfluss auf den FM Markt

- Mangel an qualifizierten Arbeitskräften
- «Competition for Talents» – welcher «Brand» ist am attraktivsten und entspricht den eigenen Werten?
- Entwicklungsmöglichkeiten (Karriereplanung)
Verstärkter Fokus auf «Employee-Wellness»
 - Service für Mitarbeiter (Wäsche, Shopping, Fitnessraum)
 - NWOW (Microsoft)
 - Arbeitsplatzklima – physisch & psychisch



5. Bewusstsein für Nachhaltigkeit

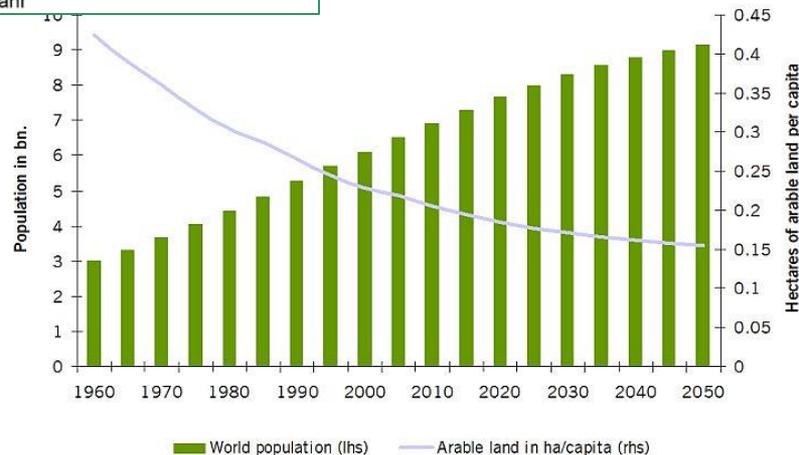


Globale Erwärmung



Quelle: Britischer Wetterdienst

AFP



Bewusstsein für Nachhaltigkeit: Einfluss auf den FM Markt

- Fokus auf umweltrelevante Konsequenzen
- Trend zu «grünen» FM Leistungen
- Betrieb von Gebäuden: Steigende Dokumentationsanforderungen des umweltrelevanten «footprints»
- Systemisches Design von Gebäuden (z.B. LEED Prinzipien) wird wichtiger
- BIM (Building Information Modeling) – Perspektive des Lebenszyklus von Gebäuden (black-box im Auto/Flugzeug)



6. Technologische Entwicklung

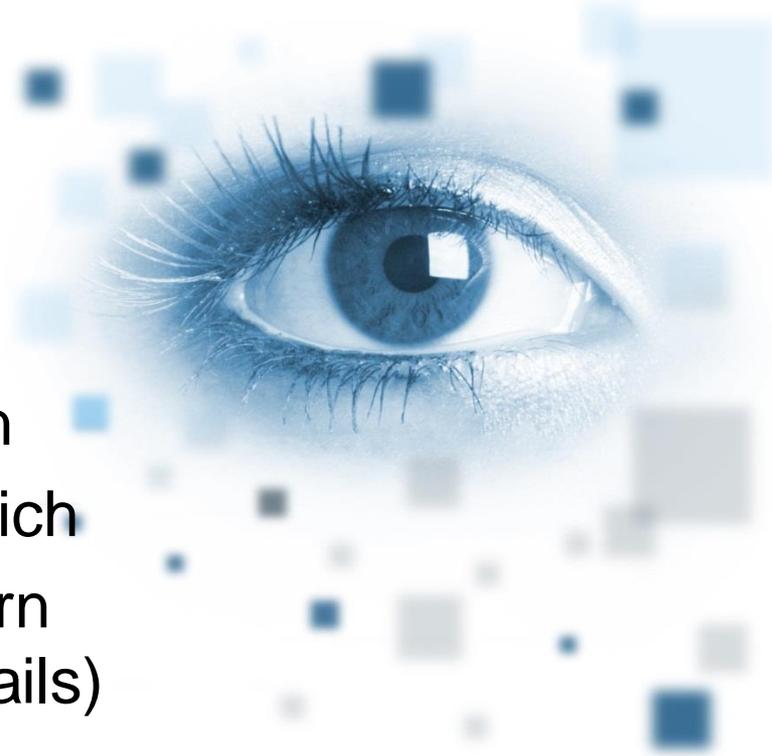
Technologische Entwicklungen bis 2020 in folgenden Bereichen:

- Informations- / Kommunikationstechnologie
- Neue Materialien (Textilien, Baustoffe, Kunststoffe)
- Nanotechnologie (Oberflächenversiegelung, Nanosensorik, Nanofiltration)



Technologische Entwicklung: Einfluss auf den FM Markt

- Intelligente Technologie verändert den Bedarf an Dienstleistungen
- Automatisierte Gebäude-/Raumnutzungsanalysen
- Robotersysteme
- FM Ausbildung wird sich neuen Technologien anpassen müssen
- Höhere Qualifikationen erforderlich
- Web 2.0 / Social Media verändern die Wissensverbreitung (vs e-Mails)



7. Verfügbarkeit von Wissen

- Datenmengen nehmen exponentiell zu
- Anforderungen steigen
 - Zeitnahes/Echtzeit-Reporting gewinnt an Bedeutung
 - «KPI-Web-Dashboards» mit drill-down Möglichkeiten werden Standard
- Firmen stützen strategische Entscheidungen vermehrt auf internen Daten-Benchmarks ab («informed decisions»)



Verfügbarkeit von Wissen

BUSINESS INTELLIGENCE EINFÜHRUNG

Rohdaten
Unternehmen finden relevante Informationen über ihr Business in verschiedenen Datenbanken, großteils in den Systemen für das Kundenmanagement (CRM) und das Beschaffungswesen (ERP). Aber auch andere Datenquellen werden immer bedeutender, wie Informationen aus Social-Media-Kanälen, von externen Marktforschern oder dem Verhalten der User auf Websites.

Datenwürfel
Um aus den oft sehr komplexen und ungeordneten Daten die richtigen Schlüsse ziehen zu können, ist es nötig, diese mit eigenen BI-Softwaretools in spezielle Datenbanken anzupflegen. Die Daten werden dabei sortiert und als Zellen eines mehrdimensionalen Würfels angeordnet, womit es erst möglich wird, verschiedene Aspekte (Dimensionen) der Daten zu analysieren.

Daten-Cockpit
Die Analysen werden nun – je nach Anforderung und Abteilung – in verschiedenen Formen dargestellt. Das können formatierte Listen für das Controlling sein, Alarmmeldungen für den Abteilungsleiter, ausführliche, interaktive Berichte für Marketing und Vertrieb oder so genannte Dashboards für das Management. Dashboards sind Daten-Cockpits, die wie ein Armaturenbrett die wichtigsten Kennzahlen und Entwicklungen übersichtlich darstellen.

Daten fürs Cockpit
Wie Manager durch den Einsatz von Business Intelligence aus komplexen Datenbanken wertvolle Erkenntnisse für die Unternehmenssteuerung gewinnen können.

Berndt, Obama überließ, nicht dem Zufall. Seine Wahlkampftruppe analysierte jede Sekunde für jeden Wahlkreis alle relevanten Daten. In jedem Wahlkreis wurden die wichtigsten Marktdaten in Auftrag gegeben, um ganz lokale und lokale Kanäle aufzubauen. Die Strategien waren: Wählen im letzten Moment zu gewinnen, was das entscheidendste war, um die richtigen Daten der Wahlentscheidung zu erhalten. Obama überließ, nicht dem Zufall, was zu messen ist, sondern die richtigen Kombinationen. Man muss die richtigen Daten neu bewerten. Es ist eine intellektuelle Aufgabe.

Man darf vor Zufall und Startkapital nicht verschleiern, dass die Quellen sind, die zur Verfügung, die in der Lage ist, zu denken, gelockert, weiter und weiter werden. Selbst Tweets oder Mails fließen in die Analysen und Analysen ein und tragen dazu bei, politische Aktionen, Reden, Postwahlen, Gossische oder Nomenklaturen, oder noch so kleine Details zu planen, ist zu überprüfen.

Acht der neun Partaground-Kontrakte Obama in der Wahlkraft auf diese Weise ist, es zu gewinnen, ist relevant, gleich ist ein Wert in der Wahlkraft Obama Analytics Chief Andrew Raslan, dann Technologie, man entscheidet den Unterschied ausmachen.

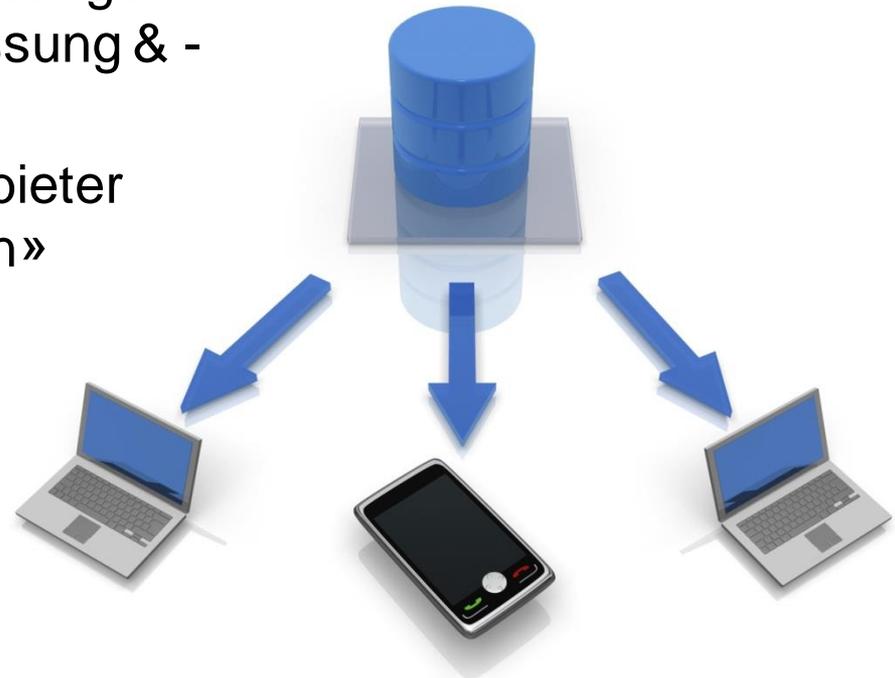
Business Intelligence (BI) ist längst keine Technologie mehr für Controlling.

Quelle: Der Trend, Dez. 2012



Verfügbarkeit von Wissen: Einfluss auf den FM Markt

- «Business Intelligence Spezialisten» werden in der FM-Branche gefragt sein
- Wettbewerbsvorteile durch IT Lösungen v.a. im Bereich Performancemessung & -reporting erzielen können
- International aufgestellte FM-Anbieter werden als «externe Integratoren» fungieren
 - Cross-Country Benchmarks
 - Best Practise Sharing



8. Individualisierung

- Individualisierung:
 - Anders als die anderen sein – sich unterscheiden (Tatoo)
 - Höhere Hierarchien sind «besser»
 - Besitz imageträchtiger Dinge versus Besitz bedarfsgerechter und funktioneller Dinge (iPhone)
 - Persönliche Interessen gehen vor kollektiven Interessen
- Bedarf an individualisierten/individualisierbaren Produkten und Leistungen steigt (zB Auto)



Individualisierung



stige
Erscheinung, selbst das Heck
schaut nicht üppig, sondern gut
proportioniert aus. So einen
Schneider würde unsereins auch
brauchen.
Apropos Fühlen: Natürlich
war es längst fällig, dass man den

stern zum Vorgänger ab-
speckte. Vorbildlich bleibt: die
Ruhe im Auto, die (Wind-)Ge-
räuschkämpfung, der Komfort.
Bei den Motoren (8-Stufen-Au-
tomatik) kann man am 6-Zylin-
der-Diesel (258 PS, 7,5 l/100 km)
schon viel Freude finden.

kos genauso wie im Atlasge-
gilt das Kommando der „T
Response 2“. Das ist eine
ware, die alle Fahrzeugre-
nen (Allrad, Regelsystem
auf den Untergrund ab
Dazu gibt es Spezialprog
(Schnee, Wüste etc.),
pro Sekunde werden d

18.000
Individualisierungsmög-
lichkeiten gibt es für den
Range Rover: 16 Innen-
raum-Farbkonzepte,
38 Lackfarben ...

RANGE R
Preise: 3-l-TDV6 (100 km/h 7,9 sek.)
ab 102.000 Euro
PS, 6,9 sek.; 8,7
Euro; 5-l-V8 Sup
PS, 5,4 sek., 13,

SEAT LEON

Quelle: Kleine Zeitung, Nov. 2012

Individualisierung: Einfluss auf den FM Markt

- IT wird wichtige Rolle in dieser Individualisierung spielen («myReports»)
- FM Leistungen müssen die individuellen Bedürfnisse abdecken, und belegbaren «added value» bringen (Nutzer!)
- Arbeitgeber werden dem Individualisierungs- und Imagebedürfnis ihrer Mitarbeiter Rechnung tragen müssen, um Fluktuationen zu minimieren



9. Gesundheitsbewusstsein

- Neben reiner Krankheitsprävention vermehrter Fokus auf «well-being»
- Dieser Trend wird vom «private life» auch ins «business life» gehen
- Gleichzeitig: Lifestyle-Krankheiten werden zunehmen
 - Burn-out
 - Hypochondrie
 - Paradiesdepression



Gesundheitsbewusstsein: Einfluss auf den FM Markt

- Gebäude und Arbeitsplätze werden vermehrt unter dem Aspekt von Gesundheit und «well-being» gebaut und betrieben (neue FM Beratungs- und Analyseleistungen möglich)
- Caterer werden vermehrt durch «healthy food» Value Propositions schaffen können
- Entwicklungschance FM vom Fokus «Gebäude» zum Fokus «Mensch»
- Erwartetes Outsourcing von FM Leistungen: 5-10% pro Jahr in Europa (Frost & Sullivan 2009)



10. Neue Arbeitsweisen

■ Neue Arbeitsweisen (Nutzer im Mittelpunkt!):

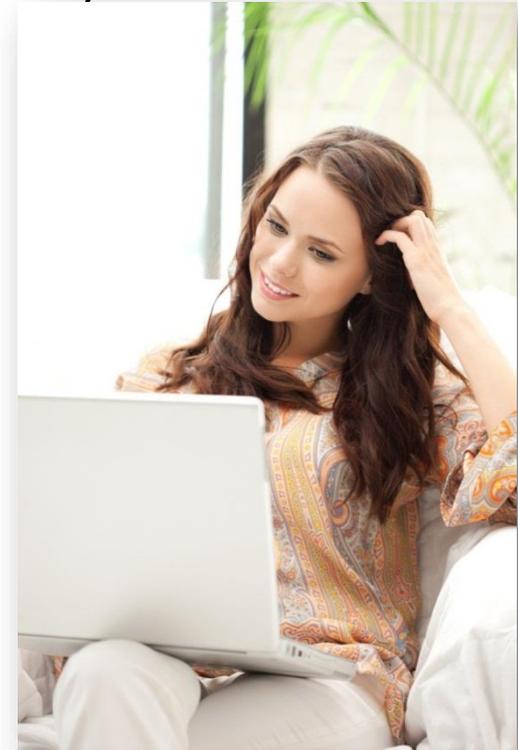
- FlexDesk (hoteling)
- Non-company locations (McDonald's,...)
- Home-Office

■ Motivatoren:

- Reduktion Fixkosten durch Flächenreduktion
- Work- & Life Balance der Mitarbeiter
- Attraktivität als Arbeitgeber

■ Hemmschuhe:

- Notwendiger Kulturwandel
- Eingeschränkte Kollaboration «face2face»
- Wenig Möglichkeiten zur Individualisierung bei FlexDesk



Neue Arbeitsweisen



Neue Arbeitsweisen: Einfluss auf den FM Markt

- Höhere Ansprüche an das Datenmanagement (Arbeitsplatz- und Flächennutzung)
- Steigender Bedarf an «Remote Service Ordering» (z.B. Raumreservierungen, Logistikleistungen)
- Nutzer sind immer weniger an Objekte & Räume gebunden
- Nutzerzufriedenheit ist abhängig von Servicequalität in wechselnder Umgebung



4 Zukunftsszenarien für den FM Markt 2020



Die Schwierigkeit mit der Glaskugel....



Welche Megatrends werden überwiegen?
Welche kompensieren sich?
Welche haben mehr/weniger Einfluss als erwartet?

4 Zukunftsszenarien:



**Kapitalismus
reloaded**



**Die große
Transformation**



**Nachhaltigkeit
everywhere**



**Fragmentierte
Welt**

Szenario 1: Kapitalismus «reloaded»

- Märkte und Geld dominieren
- Regierungen fördern Stabilität und freien Wirtschaftshandel
- Wettbewerbsvorteil in Bezug auf Preis und Effizienz wird gesucht
- Von Arbeitnehmern wird eine hohe Mobilität erwartet
- Sozialer Unfriede ist allgegenwärtig
- Viele Menschen kommen mit der rasanten Veränderung im Arbeitsumfeld nicht mehr zurecht



Szenario 1: Kapitalismus «reloaded»

Megatrends		2	3	4
Globalisierung	■			
Ökonomische Entwicklung	■			
Kommerzialisierung	■			
Demografische Entwicklung				
Bewusstsein für Nachhaltigkeit				
Technologische Entwicklung				
Verfügbarkeit von Wissen				
Individualisierung				
Gesundheitsbewusstsein				
Neue Arbeitsweisen				

Szenario 2 – Die große Transformation

- Eine Gesellschaft, die sich der ökologischen, sozialen und ökonomischen Herausforderungen sehr bewusst ist
- Die Herausforderungen werden mittels neuen, ressourcenschonenden Technologien angegangen
- Es gibt viele «Privat-Public-Partnerships», die das Ziel haben, nachhaltige Lösungen umzusetzen
- Nachhaltige Produkte und Lösungen sind gefragt
- Arbeitskräfte werden neu ausgebildet, um Arbeitsmöglichkeiten in einem veränderten Arbeitsmarkt zu finden



Szenario 2 – Die große Transformation

Megatrends	1		3	4
Globalisierung				
Ökonomische Entwicklung				
Kommerzialisierung				
Demografische Entwicklung				
Bewusstsein für Nachhaltigkeit				
Technologische Entwicklung				
Verfügbarkeit von Wissen				
Individualisierung				
Gesundheitsbewusstsein				
Neue Arbeitsweisen				

Szenario 3 – Nachhaltigkeit everywhere

- Nachhaltiges Handeln, welches vor allem auf die Lösung der komplexen Herausforderungen im Umweltschutz ausgerichtet ist
- Regierungen fördern eine Vielzahl von Nachhaltigkeitsinitiativen
- Innovationen resultieren vor allem aus der Bewältigung der Ressourcenknappheit
- Verbesserung der Qualität von Luft, Wasser und der Erhalt von fossilen Brennstoffvorräten wird angestrebt
- Neue Geschäftsmöglichkeiten ergeben sich auch im Zusammenhang mit ganzheitlicher Gesundheitsvorsorge und der Pflege älterer Menschen



Szenario 3 – Nachhaltigkeit everywhere

Megatrends	1	2		4
Globalisierung				
Ökonomische Entwicklung				
Kommerzialisierung				
Demografische Entwicklung				
Bewusstsein für Nachhaltigkeit				
Technologische Entwicklung				
Verfügbarkeit von Wissen				
Individualisierung				
Gesundheitsbewusstsein				
Neue Arbeitsweisen				

Szenario 4 – Fragmentierte Welt

- Globalisierung wird als Bedrohung abgelehnt
- Die Werte der Geschäftswelt fokussieren sich auf «Produktivität», «Umsatz» und nüchternen Methoden zur «Erfolgsmessung», wengleich viele Menschen den persönlichen «Touch» vorziehen würden
- Menschen sind in Bezug auf technische Lösungen skeptisch
- Firmen mit «People-focus» gewinnen die besseren Mitarbeiter
- Löhne sind auf tiefem Niveau
- Wohlstand & Reichtum liegt bei einer kleinen Elite

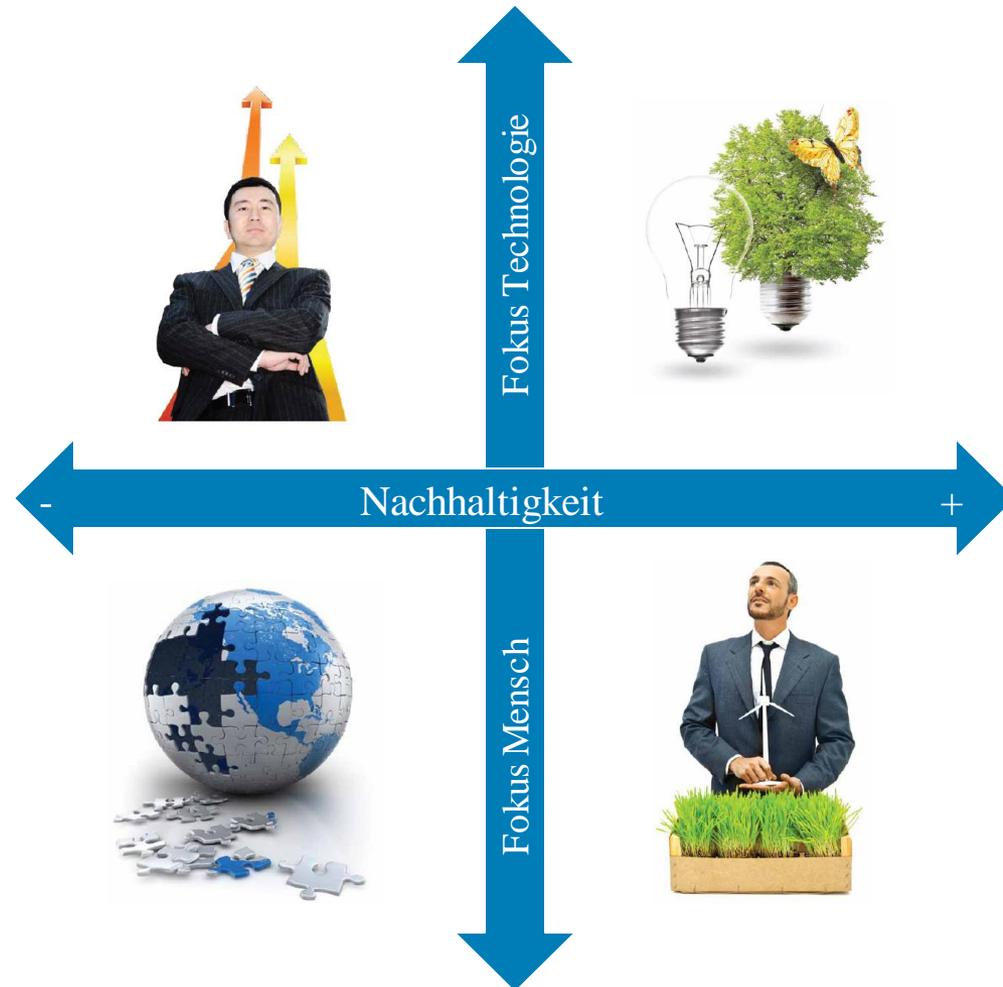


Szenario 4 – Fragmentierte Welt

Megatrends	1	2	3	
Globalisierung	Green	Light Blue	Light Blue	Light Blue
Ökonomische Entwicklung	Green	Light Blue	Light Blue	Green
Kommerzialisierung	Green	Light Blue	Light Blue	Green
Demografische Entwicklung	Light Blue	Light Blue	Green	Light Blue
Bewusstsein für Nachhaltigkeit	Light Blue	Green	Green	Light Blue
Technologische Entwicklung	Light Blue	Green	Green	Light Blue
Verfügbarkeit von Wissen	Light Blue	Green	Light Blue	Light Blue
Individualisierung	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Green
Gesundheitsbewusstsein	Light Blue	Light Blue	Green	Light Blue
Neue Arbeitsweisen	Light Blue	Green	Light Blue	Light Blue



Die 4 Szenarien im Überblick



Was sehen Sie in der Glaskugel?



Wo befindet sich der FM Markt heute und wohin wird er sich bis 2020 entwickeln?

Das wahrscheinlichste Szenario und die Megatrends

Wahrscheinlichstes Szenario aus der Studie:



Die grosse Transformation

4 Megatrends die für dieses Szenario bestimmend wären:

- Bewusstsein für Nachhaltigkeit
- Technologische Entwicklung
- Verfügbarkeit von Wissen
- Neue Arbeitsweisen - NWOW

Was würde das konkret für die FM Industrie bedeuten?

Megatrends:

Bewusstsein für Nachhaltigkeit
Technologische Entwicklung
Verfügbarkeit von Wissen
Neue Arbeitsweisen



FM Markt 2020 fordert:

1. Erfassung, Dokumentation und Reduktion des umweltrelevanten «footprints» in Zusammenhang mit dem Betrieb von Gebäuden (incl. Dienstleistungen)
2. CSR muss gesamtheitlich verstanden und nachweislich umgesetzt werden
3. Neue Gebäude müssen als «green buildings» designed und auch so betrieben werden können («green FM»)
4. Dienstleistungsbedarf wird durch Automatisierung gesenkt und durch intelligente Sensorik bedarfsgerecht angefordert
5. Informationstechnologie zur Performancemessung und -reporting wird zu wichtigem Wettbewerbskriterium für die FM Anbieter
6. Intelligente Datenerfassung zur Bestimmung des tatsächlichen Nutzungsgrads von Flächen und entsprechend flexibel ausgerichtete FM Vertragsmodelle

**„Veränderung ist das
Gesetz des Lebens.
Jene, die sich nur mit
der Vergangenheit
und der Gegenwart
beschäftigen, werden
ziemlich sicher die
Zukunft verpassen.“**

John F. Kennedy, US Präsident



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

