

PROPTech GERMANY 2022 STUDIE



**SARAH SCHLESINGER,
BLACKPRINTPARTNERS GMBH**

PropTechs entwickeln digitale, innovative Lösungen für den notwendigen Wandel der Bau- und Immobilienwelt, so dass diese ihrer gesamtgesellschaftlichen, ökologischen und gesamtwirtschaftlichen Verantwortung nachkommen kann. Der Grad der Branchendigitalisierung als Mittel zum Zweck für mehr Nachhaltigkeit und ESG lässt sich nirgends so deutlich ablesen wie an Reifegrad, Marktstatus und Perspektive der PropTech Treiber. Fest steht, die Veränderung beschleunigt sich, getrieben durch Regulatorik, Wagniskapital und wirtschaftlich erfolgreich geführte PropTechs.
– Sarah Schlesinger

**PHILIPP J. LIEBOLD,
BRICKALIZE GMBH**

Die Modernisierung der Immobilienbranche gelingt nicht ohne die Innovationskraft der PropTechs. Gleiches gilt für die großen Herausforderungen im Bereich ESG, wofür wir in dieses Mal einen besonderen Fokus legen. Nach den vorangegangenen Studien können wir nun erstmalig die Entwicklung der PropTechs im Laufe des letzten Jahres abbilden – mit ebenso spannenden wie erfreulichen Ergebnissen.
– Philipp Liebold

**PROF. DR. VERENA ROCK,
TH ASCHAFFENBURG**

Durch unseren PropTech Studien-Kanon schaffen wir Transparenz in dem bislang noch weitgehend unerforschten deutschen PropTech Markt, indem wir Daten umfassend und wiederkehrend erheben. Vor allem beleuchten wir praxisorientierte Themenfelder, die für die Weiterentwicklung der Digitalisierung in der deutschen Immobilienwirtschaft und eine intensivierte Zusammenarbeit von PropTechs und Immobilienunternehmen von hoher Relevanz sind.
– Verena Rock

IMPRESSUM

Autoren:

Prof. Dr. Verena Rock
Philipp J. Liebold
Sarah SchlesingerDatenauswertung &
Support:

Leander Schulz

Layout & Grafiken:

Marketing blackprint

ISSN:

2747-7649

Aschaffenburg/ Frankfurt/ Mainz, Juni 2022.

MANAGEMENT SUMMARY

PropTechs sind relevante Treiber der Transformation, der Digitalisierung und notwendiger Innovation in der Bau- und Immobilienwelt. Da sie eng mit der Immobilienwirtschaft verknüpft sind, hat ihr Reifegrad Aussagekraft über den Stand der Veränderungen in der Branche. Diese Studie trägt mit der Auswertung von 1.088.700 Datenpunkten qualifiziert zur Digitalisierungs- und Nachhaltigkeitsdebatte dieses Wirtschaftssektors bei, indem sie PropTechs zu unterschiedlichen Aspekten ihrer Marktwahrnehmung befragt. Durch die Spiegelstudie, in der die Digital Leaders in Real Estate (etablierte Immobilienunternehmen) nach ihrer Perspektive auf PropTech befragt wurden, ergibt sich ein breiter Blick auf die Treiber der Digitalisierung in der Bau- und Immobilienwirtschaft. Neu aufgenommen und intensiv untersucht in Gegenüberstellung zur Digital Leaders Studie ist hier erstmalig der Aspekt Nachhaltigkeit und explizit ESG als beschleunigender Faktor für den stattfindenden Wandel der Bau- und Immobilienwirtschaft.

1. DER REIFEGRAD DER PROPTechs NIMMT ZU

- Die durchschnittliche Mitarbeiteranzahl der PropTechs ist gestiegen von 1-5 Mitarbeitern im Vorjahr auf 6-15.
- Der Jahresumsatz ist deutlich gestiegen. Verzeichnete die Mehrheit im Vorjahr noch Umsätze bis 10.000 €, so kann die Mehrheit jetzt Jahresumsätze von bis zu 500.000 € bzw. bis 2 Mio. € verbuchen. Insgesamt rund 40% weisen einen Jahresumsatz von über 1 Mio. € aus.
- PropTechs sind mit ihren Lösungen in durchschnittlich 5 statt zuvor 4 Assetklassen aktiv, was den gestiegenen Nutzungsumfang und die Weiterentwicklung impliziert.

2. DIE STIMMUNG DER PROPTechs UND IHR BLICK IN DIE ZUKUNFT SIND OPTIMISTISCH

- 71,2% der PropTechs haben im abgelaufenen Geschäftsjahr 2021 mehr bzw. merklich mehr Neugeschäft generiert, insbesondere Grown Ups und Conquerer.
- 96,6% der PropTechs blicken optimistisch in die Zukunft und sehen positive Vorzeichen für die eigene Marktentwicklung.

3. DIE WESENTLICHEN ERFOLGSFAKTOREN FÜR PROPTechs SIND SALES & MARKETING

Die Erkenntnis ist gereift, dass ein tolles Tech-Produkt allein nicht ausreicht. Die TOP 5 der wichtigsten Erfolgsfaktoren, die je >90% der Befragten als relevant bezeichneten, umfassen die Relevanz guten Vertriebs und guter Kundenkommunikation in verschiedenen Aspekten:

- Strukturiertes, starker Vertrieb ist King: Es braucht ein gutes Netzwerk in der Immobilienbranche, den Zugang zum richtigen Ansprechpartner und die Durchdringung der Entscheidungsstrukturen beim Kunden durch ein gutes Vertriebsteam.
- Der Fokus auf das Erreichen des Kunden & Befriedigen seiner Bedürfnisse durch gute Kommunikation ist Queen: Die klare Positionierung der Produkt-Technologieeigenschaften meint, in der Sprache des Kunden dessen Vorteile zu kommunizieren. Sich selbst Wettbewerbsvorteile zu sichern durch ein gutes Go-To-Market-Modell setzt ein tiefes Marktverständnis voraus und nutzt dies für cleveres Marketing.

4. WAGNISKAPITAL BESCHLEUNIGT DIE SKALIERUNG DER PROPTechs

- Rund 80% aller PropTechs haben bisher Wagniskapital in Anspruch genommen.
- 41,5% der PropTechs haben in 2021 eine erfolgreiche Finanzierungsrunde durchlaufen.
- 50,7% aller PropTechs sehen eine leicht bis stark gestiegene Investitionsbereitschaft von Wagniskapitalgebern.
- Eine durchschnittliche Fundingrunde dauert 5,5 Monate.
- Ein attraktives Marktpotential der eigenen Lösung, ein starkes Geschäftsmodell sowie eine klare Mission und Strategie werten PropTechs als die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Finanzierungsrunden.

5. PROPTechs EXPANDIEREN KRÄFTIG

- Im Durchschnitt sind PropTechs bereits in 5 verschiedenen Ländermärkten tätig.
- 78,6% der PropTechs planen in den nächsten 1-2 Jahren eine Expansion in weitere Ländermärkte.
- 33,2% planen eine Expansion in neue Produktmärkte, u.a. in den Bereich der ESG-Datenerfassung und -Analyse bzw. der dafür notwendigen Gebäudeinfrastruktur sowie in die Wertschöpfungsstufen, in denen PropTechs bisher schwerpunktmäßig noch nicht aktiv sind wie Asset Management, Portfolio- und Vermögensverwaltung bzw. Finanzen.

6. ESG IST VERÄNDERUNGS- UND ERFOLGSFAKTOR FÜR DEN PROPTech SEKTOR

- 78,2% aller PropTech Lösungen tragen

zu mehr ESG bei. Den ESG-Beitrag liefern PropTechs insbesondere in den Bereichen mit hoher Notwendigkeit wie Projektentwicklung und Property Management.

- Die Hälfte aller PropTechs sieht keinen Druck auf das eigene Geschäftsmodell durch ESG-Regulierung. Wenn Druck gesehen wird, dann in erster Linie durch veränderte Kundenanforderungen (45,0 %), sprich die Herausforderungen, die etablierte Branchenunternehmen oder Immobiliennutzer eigentlich als Businesschancen an PropTechs weitergeben.
- ESG sorgt für veränderte Kundenansprachen und gestiegenes Auftragsvolumen, aber nur, wenn PropTechs neue Kooperationen und Partnerschaften zur Bewältigung der mit der Regulierung verbundenen Herausforderungen eingehen.
- Im Bereich E wie Environmental fokussieren PropTechs auf Ressourcenschonung (47,0%), CO₂-Neutralität (43,7%) sowie Energieverbrauchsmanagement (12,2%).
- Im Bereich S wie Social fokussieren 50,7% der PropTechs auf den Nutzerkomfort. Ebenfalls relevant sind die Aspekte Gesundheit und Wohlergehen (SDG Nr. 3) sowie Mieter- und Bürgerkommunikation.
- Im Bereich G wie Governance fokussieren PropTech Produkte mit 60,3% auf die Schaffung von Transparenz.

Die Relevanz von PropTechs, ihr Reifegrad, ihre Marktdurchdringung und ihr wirtschaftlicher Erfolg sind im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Die Erfolgsfaktoren für wirtschaftliches Wachstum sind klar definiert und erkannt. Die exogenen Marktbedingungen, getrieben durch Regulatorik bis veränderte Kundenanforderungen, lassen die PropTechs optimistisch auf die vor ihnen liegende Skalierung schauen. ESG als Treiber für Digitalisierung und Innovation spielt eine herausgehobene Rolle auf dem weiteren Weg dieses Tech Sektors, der einen entscheidenden Beitrag für mehr Nachhaltigkeit der Bau- und Immobilienwirtschaft leisten wird.

INHALT

S.6	1	Einführung
S.6	1.1	Hintergrund der Studie
S.6	1.2	Methodik
S.7- S.14	1.3	PropTech Definition und Cluster
S.15	2	PropTechs im Immobilienzyklus
S.15 - S.18	2.1	PropTechs nach Wertschöpfungsstufen
S.18 - S.19	2.2	PropTechs nach Assetklassen
S.20 - S.21	3	Markteinschätzung der PropTechs
S.22	4	Wachstumsperspektiven
S.22 - S.27	4.1	Erfolgsfaktoren & KPI´s
S.27 - S.36	4.2	Skalierung
S.37	5	ESG
S.37 - S.38	5.1	ESG Beitrag von PropTechs
S.39 - S.40	5.2	ESG Druck
S.41 - S.44	5.3	ESG und PropTech Lösungen
S.45 - S.46	6	Synopse
S.47 - S.49	7	Fazit & Ausblick
S.50 - S.51	8	Literatur-, Abbildungs-, Tabellenverzeichnis

1 EINFÜHRUNG

1.1 HINTERGRUND DER STUDIE

Die Entwicklung und Bedeutung der PropTechs im deutschen Immobilienmarkt hat insbesondere in den letzten 12 Monaten deutlich an Dynamik gewonnen. Nicht zuletzt wurde diese in der Branche wahrnehmbare Beschleunigung durch die Potenzierung der Bedeutung des Themas ESG (Environmental, Social, Governance) – insbesondere der Themen CO2-Neutralität sowie Energieeffizienz – und dessen enge Verzahnung mit Digitalisierung von Gebäuden hervorgerufen.

Weiterhin verstärken sich in der Immobilienbranche Forderungen nach schnittstellenübergreifenden digitalen Ökosystemen mit einem integrativen Anspruch auf Nachhaltigkeit.

Wie relevant die vielschichtigen Themenfelder rund um ESG tatsächlich in der PropTech Produktwelt sind und wie sich deren Wahrnehmung von der etablierten Immobilienbranche unterscheidet, folglich auch wie Anbieter und Kunde hier zusammenfinden, ist eines der Kernthemen dieser aktuellen PropTech Studie.

Im erfolgreichen Studienkanon mit der PropTech Germany Studie und der Digital Leaders in Real Estate Studie 2021 kann das Herausgeberteam in 2022 zum ersten Mal einen direkten Vergleich der letzt- mit den diesjährigen Ergebnissen der breit angelegten PropTech Befragung präsentieren. Damit gelingt der Start einer Zeitreihenbetrachtung, auch wenn bewusst nicht in allen Themenfeldern des Fragenkatalogs der letzten Studie übernommen wurde. Fokussiert setzt die aktuelle Studie thematische Schwerpunkte in den Bereichen Erfolgsfaktoren, ESG und Skalierung des PropTech Business.

Die Ausarbeitung gliedert sich in folgende Abschnitte:

- PropTech-Definition, -Überblick und Cluster
- PropTechs im Immobilienlebenszyklus
- Markteinschätzung der PropTechs
- Wachstum (Erfolgsfaktoren & KPI sowie Skalierung)
- ESG

1.2 METHODIK

Wie die vorherigen Studien basiert die PropTech Germany 2022 Studie auf der deskriptiv-statistischen Auswertung eines Onlinefragebogens, der anlässlich des Teilnahmeaufrufs zu den REAL PropTech Pitches an 1.085 PropTech-Repräsentanten aus dem In- und Ausland per Priorität versandt wurde. Ebenso wurde in den sozialen Medien um die Teilnahme an der Umfrage geworben. Von Dezember 2021 bis März 2022 nahmen insgesamt 229 PropTechs an der Befragung teil, was einer Rücklaufquote (basierend auf dem Mailversand) von 21,1% entspricht.¹

Die geschlossenen Fragen des Fragebogens wurden aus den vorigen PropTech Germany 2021 und Digital Leaders 2021 Studien zum Zweck der Vergleichbarkeit größtenteils wieder aufgenommen, abgeleitet und zum Teil verdichtet. Der ehemalige thematische Schwerpunkt der Herausforderungen von PropTechs in den drei Kundenbeziehungs-Phasen der Geschäftsanbahnung, im Sales Prozess sowie in der Implementierung wurde in den Schwerpunkt „Erfolgsfaktoren“ konsolidiert. Ebenso wurden mit ESG und Investment/Expansion zwei neue Themenschwerpunkte aufgenommen.²

Vergleiche der beiden PropTech Studien mit den Ergebnissen der Digital Leaders Studie 2021 werden weitestgehend erst im Kapitel 7 Synopse vorgenommen.

¹Zum Zeitpunkt der Befragung war die sich seit Ende Februar 2022 abzeichnende gesamtwirtschaftliche und geopolitische Entwicklung noch weitestgehend unbekannt.

²Schwerpunkt der PropTech Germany 2021 Studie waren Kooperationen.

1.3 PROPTech DEFINITION UND CLUSTER

PROPTech DEFINITION

Technologiebasierte Lösungsansätze bzw. innovative Geschäftsmodelle für neue und bestehende Herausforderungen innerhalb der als integrativ zu betrachtenden Bau- und Immobilienwirtschaft bzw. mit Bezug zu den Immobilienlebenszyklusphasen Neu- und Bestandsentwicklung, Planung, Bau, Vermarktung, Betrieb und Finanzierung von Bauwerken (des Hoch- und Tiefbaus) lassen sich unter dem Begriff Property Technology, kurz PropTech, zusammenfassen. Die in diesem Bereich tätigen Start- und Grown-ups, auch PropTech-Unternehmen (kurz: PropTechs) genannt, initiieren, entwickeln und setzen neue Produkte und Dienstleistungen um, die bestehende Prozesse oder Geschäftsmodelle optimieren oder diese disruptieren.³

PROPTech ÜBERBLICK

An der Befragung haben 229 Unternehmen teilgenommen, die sich selbst überwiegend als PropTechs einordnen (72,1%). 10,9% der Teilnehmenden ordnen sich in den Bereich Construction Technology (ConTech) ein; des Weiteren wurden viele unterschiedliche vereinzelt kategorisierungen (insgesamt 10,0%; z.B. FinTech, BioTech, GreenTech) genannt. Immerhin 7,0% der Unternehmen geben an, dass diese einordnende Unterscheidung im Tagesgeschäft irrelevant sei. Daher wird in dieser Studie weiterführend ausschließlich der Begriff „PropTech“ verwendet.

EINORDNUNG DER PROPTech UNTERNEHMEN NACH TECH-TYPEN

7

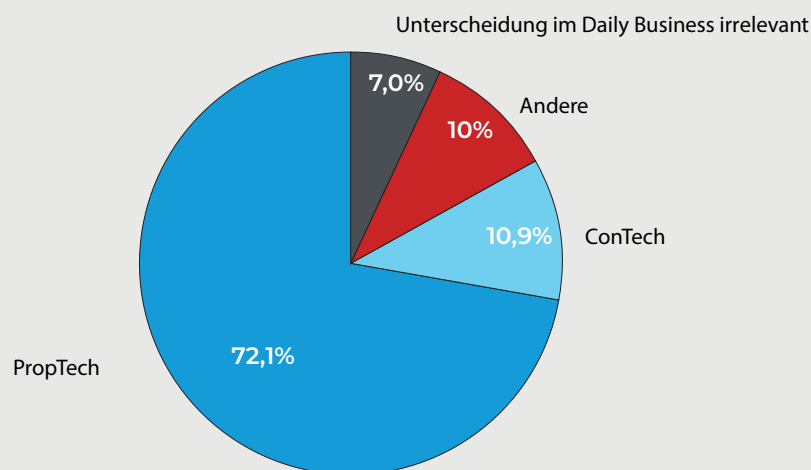


Abb. 1: Einordnung der PropTech Unternehmen nach Tech-Typen

Wie im vergangenen Jahr sind die teilnehmenden PropTechs überwiegend junge Unternehmen. Von 229 Teilnehmenden haben 68 in den Jahren 2020 oder 2021 gegründet und sind damit zwei Jahre oder weniger im Markt aktiv. Erstmals nahmen in diesem Jahr auch deutlich ältere Softwareunternehmen teil. Die Verteilung ist mit insgesamt fünf Gründungen vor 2003 und dem ältesten PropTech mit Gründungsjahr 1965 damit breiter als im letzten Jahr, als das älteste teilnehmende PropTech in 2003 gegründet wurde.

Eine Übersicht der Teilnehmenden nach Gründungsjahr ist der Abb. 2 zu entnehmen⁴

³ Vgl. blackprint (2020).

⁴ Es liegt ggf. eine Verzerrung zugunsten einer höheren Anzahl jüngerer PropTechs vor, da der Fragebogen mit dem Aufruf zur Teilnahme an den Real PropTech Pitches versandt wurde. Pitch-Veranstaltungen sind besonders für Early Stager interessant. Eine Kategorisierung nach PropTech Clustern wird im folgenden Abschnitt vorgenommen.

GRÜNDUNGSJAHR DER TEILNEHMENDEN UNTERNEHMEN

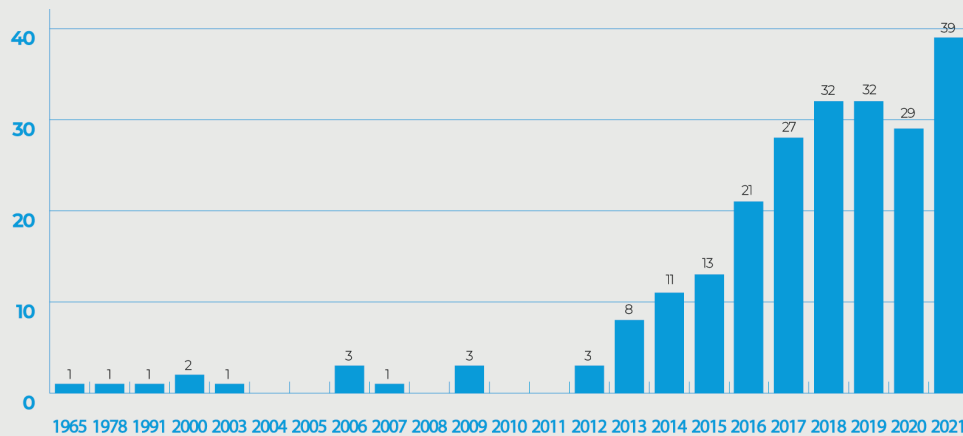


Abb. 2: Gründungsjahre der teilnehmenden PropTechs

ENTWICKLUNGSSTADIUM DER PROPTech PRODUKTE

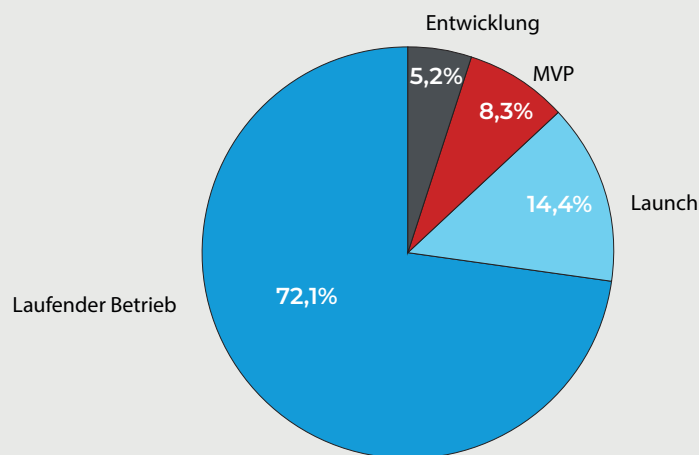


Abb. 3: Entwicklungsstadium der PropTech Produkte

Von 2021 auf 2022 haben sich die Entwicklungsstadien wenig verändert. Weiterhin sind über 70,0% der PropTech Produkte bereits im Stadium des laufenden Betriebs (siehe Abb. 3). Vergleicht man dies mit den überwiegend eher jungen Gründungsjahren, so ist bemerkenswert, dass so viele PropTechs die Stadien MVP (Minimum Viable Product) und Launch bereits hinter sich gelassen haben.

Zwischen Gründungsjahr und Launch des Produktes liegen durchschnittlich 2,4 Jahre. Im Vergleich zum Umfrageergebnis des Vorjahres hat sich diese Frist um fast ein Jahr verlängert.

Die wesentliche Zielgruppe ist auch in 2022 der B2B Bereich, den 80,3% der PropTechs bedienen. 17,0% sind in beiden Segmenten aktiv und nur 2,6% konzentrieren sich auf B2C.

ZIELGRUPPEN DER TEILNEHMENDEN PROPTechs

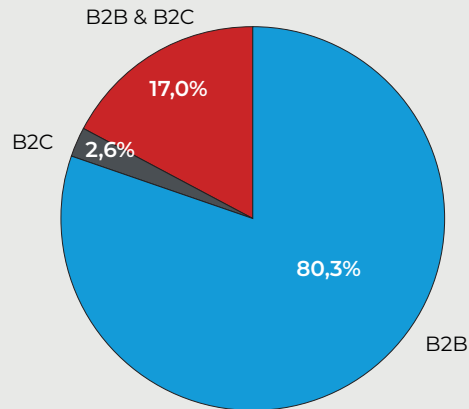


Abb. 4: Zielgruppen der PropTechs

Der steigende Reifegrad der PropTechs zeigt sich auch in der Mitarbeiteranzahl. Im Vergleich zu 2021 beschäftigt dieses Jahr die einfache Mehrheit (35,8%) der PropTechs zwischen 6 und 15 Vollzeitmitarbeiter. In 2021 überwogen noch sehr kleine Unternehmen mit 1-5 Mitarbeitern. Dies ist in 2022 nun die zweitgrößte Gruppe mit 24,0%. Sehr ähnlich zum Vorjahr verteilt sich das Bild im Bereich der mittleren und großen Unternehmen nach Mitarbeiterzahl.⁵

ANZAHL DER MITARBEITER (VOLLZEIT)

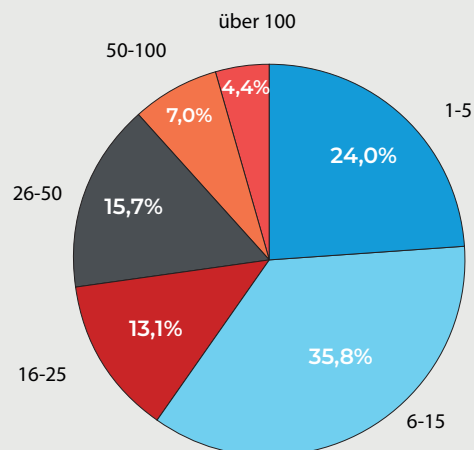


Abb. 5: Mitarbeiteranzahl der PropTechs (Vollzeitäquivalenz)

Ältere PropTechs früherer Gründungsjahre können eine höhere Mitarbeiteranzahl aufweisen als jüngere. Hier konnte wie in der letztjährigen Studie eine signifikante negative Korrelation von $-0,39$ zwischen Gründungsjahr und Mitarbeiteranzahl ermittelt werden.⁶ Damit wird bestätigt, dass die Mitarbeiteranzahl mit einem steigenden Unternehmensalter (gemessen am Gründungsjahr) zunimmt.

⁵ Wie später bei der Abfrage des Umsatzes, wurden hier bewusst Spannen als Antwortoptionen vorgegeben, um die Antwortzahlen zu erhöhen.

⁶ Die Spannen der Mitarbeiteranzahl wurden hilfsweise zum Zweck der Korrelationsberechnung auf den oberen Wert der Mitarbeiterspanne umgerechnet.

Die Umsatzverteilung der Teilnehmenden hat sich im Vergleich zum Vorjahr umgekehrt (n=114). Auch hier zeigt sich der gesteigerte Reifegrad der PropTechs. Verzeichnete im Jahresergebnis 2020 noch der überwiegende Teil der PropTechs einen Jahresumsatz von unter 10.000 €, so kann zum Jahresabschluss 2021 die Mehrheit der Unternehmen Umsätze bis 500.000 € oder bis 2 Mio. € (jeweils 26,3%) aufweisen. Immerhin 13,2% der 229 PropTechs erreichen über 2 Mio. €. Insgesamt 45 PropTechs erzielen einen Jahresumsatz von über 1 Mio. € (39,5%) – prozentual eine deutliche Steigerung gegenüber 2021.

bis 10.000 €	11,4%
bis 100.000 €	22,8%
bis 500.000 €	26,3%
bis 2 Millionen €	26,3%
über 2 Millionen €	13,2%

Tab. 1: PropTech Umsätze 2021

UMSATZCLUSTER 2020 UND 2021

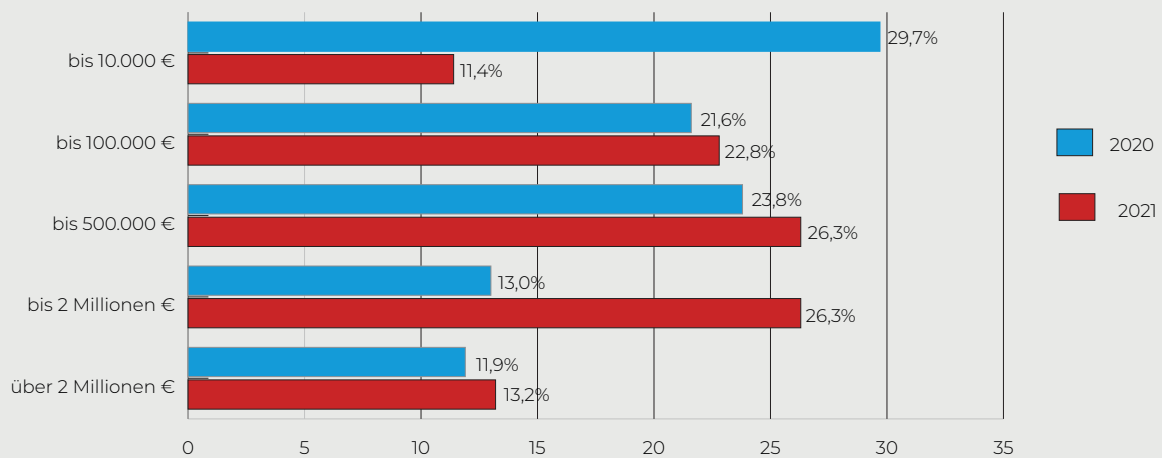


Abb. 6: Entwicklung der PropTech Umsätze 2020 zu 2021

In der diesjährigen Differenzierung der Umsätze nach Entwicklungsstadium des Produktes ergibt sich wie in der Studie 2021 ein erwartbares und nahezu deckungsgleiches Bild. Auch hier gibt es einige wenige PropTechs, die bereits mit einem MVP oder in der Launchphase Umsätze bis oder über 2 Mio. € erzielen können.

In der diesjährigen Differenzierung der Umsätze nach Entwicklungsstadium des Produktes ergibt sich wie in der Studie 2021 ein erwartbares und nahezu deckungsgleiches Bild. Auch hier gibt es einige wenige PropTechs, die bereits mit einem MVP oder in der Launchphase Umsätze bis oder über 2 Mio. € erzielen können.

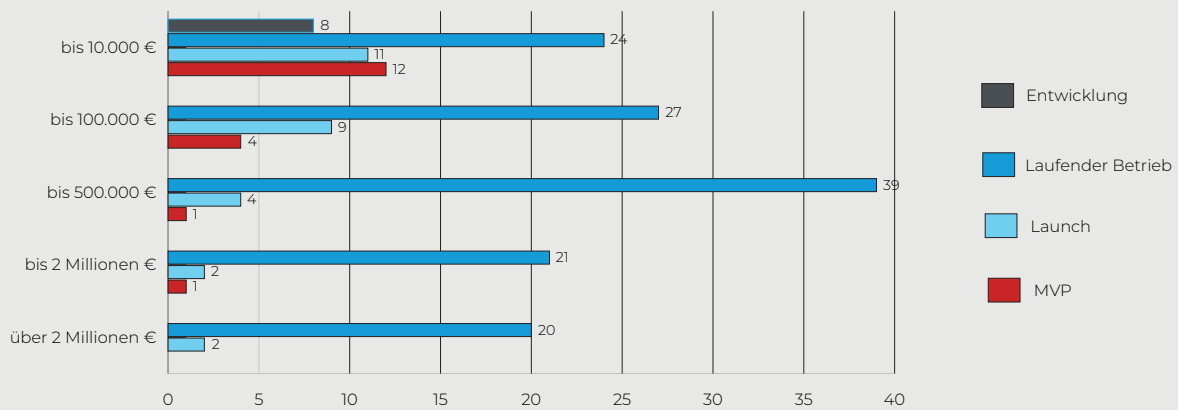


Abb. 7 Umsätze nach Entwicklungsstadium der PropTech Produkte

Auch in der Verteilung der Basistechnologie der PropTech Produkte ergeben sich gegenüber 2021 wenig Änderungen. Weiterhin ist die Plattform die dominierende Technologie, die von 45,0% der Teilnehmenden angegeben wird (Vorjahr: 69,0%). Es folgen AI (17,0%) und IoT (14,0%). Robotics, Blockchain und Big Data spielen eine untergeordnete Rolle. Zumindest Big Data hatte im Vorjahr noch einen deutlich höheren Anteil. Hier geschieht ggf. bereits eine Weiterentwicklung in Richtung AI. Die mangelnde Relevanz von Robotics und Blockchain ist vermutlich auf den geringen Anteil der jeweils bedienten Wertschöpfungsstufen rund um Gebäudeautomation resp. Portfolio- und Investmentmanagement der PropTechs zurückzuführen (siehe auch Kapitel 2).

BASISTECHNOLOGIEN DER PROPTech PRODUKTE

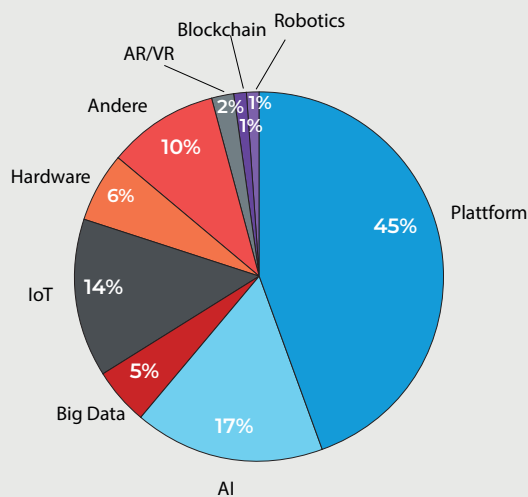


Abb. 8: Basistechnologien der PropTech Produkte

⁷ Im Unterschied zur Umfrage des Vorjahres waren in diesem Jahr Mehrfachnennungen nicht möglich.

	Top 5 aktuell	Top 5 zukünftig
Platz 1	Plattform 72,1 %	Plattform 72,1 % ▼
Platz 2	Big Data 45,4 %	Artificial Intelligence 68,6 % ▲▲
Platz 3	IoT 20,7 %	Big Data 68,6 % ▲
Platz 4	Artificial Intelligence 39,5 %	IoT 54,7 % ▲
Platz 5	BIM 29,1 %	BIM 46,5 % ▲

Tab. 2: Relevante Technologien aus Sicht der Digital Leaders 2021

Im Vergleich zu der Digital Leaders in Real Estate Studie 2021, in der etablierte Unternehmen der Immobilienwirtschaft ebenfalls nach den wesentlichen Technologien für PropTech Produkte gefragt wurden (aktuell und künftig) ergibt sich eine ähnliche Priorisierung (siehe Tab 1. aus Digital Leader Studie 2021), wobei Big Data und BIM eine höhere Bewertung erhielten.

	Top 5 aktuell aus Sicht der Digital Leaders 2021	Top 5 zukünftig aus Sicht der Digital Leaders 2021	Top 5 Basistechnologien der PropTechs 2020 in %	Top 5 Basistechnologien der PropTechs 2021 in %
Platz 1	Plattform 72,1%	Plattform 68,6% ▼	Plattform	Plattform 45% ▶
Platz 2	Big Data 45,5%	Artificial Intelligence 68,6% ▲▲	Artificial Intelligence	Artificial Intelligence 17% ▶
Platz 3	IoT 40,7%	Big Data 68,6% ▼	Big Data	IoT 14% ▲
Platz 4	Artificial Intelligence 39,5%	IoT 54,7% ▼	IoT	Andere 10% ▲
Platz 5	BIM 29,1%	BIM 46,5% ▼	Hardware	Hardware 6% ▶

Tab. 3 Top 5 Technologien im Vergleich

Auch in diesem Jahr wurden die PropTechs wieder nach der Verfügbarkeit von Schnittstellen gefragt, wobei 153 der 229 Teilnehmenden (66,8%) über eine Programmierschnittstelle (API) verfügen. In der letztjährigen Studie lag der API-Anteil noch bei 73,0%. Somit kann (noch) nicht davon gesprochen werden, dass APIs Standard bei PropTech Lösungen sind. Unter den 75 Unternehmen, die noch keine API haben sind unterproportional wenig jüngere Start-ups vertreten.

PROPTech CLUSTER

Die 229 Teilnehmenden wurden für weitere Auswertungen und zur Gegenüberstellung mit den Teilnehmenden des Vorjahres in drei klar abgrenzbare Cluster eingeteilt:

- **Deutsche PropTech Start Ups, die sich in der Etablierungsphase ihrer Geschäftsentwicklung befinden (Early Stager)**
- **Deutsche, bereits im Markt etablierte PropTech-Unternehmen (Grown Ups)**
- **Ausländische PropTech Unternehmen (Conquerer), die den Markteintritt nach Deutschland planen oder bereits vollzogen haben**

Zur Zuordnung und Vergleichbarkeit wurde die Clusterung nach den kennzeichnenden Merkmalen Gründungsjahr, Produktentwicklungsstadium (Projektstatus) und Launchjahr des ersten Produktes vorgenommen. Diese Merkmale ermöglichen aufgrund ihrer Relevanz für den Erfolg des Geschäftsmodells sowie der Häufigkeit und Präzision der Nennungen eine bessere Abgrenzung gegenüber Kriterien wie Umsatzspannen, Mitarbeiteranzahl oder Finanzierungen.

Außerdem zeigte sich bereits in der vorherigen Studie, dass diese Cluster spezifische Bedürfnisse, Pain Points und Erfolgsfaktoren haben, die es bei der Geschäftsentwicklung im PropTech Markt zu berücksichtigen gilt. Daher wird diese Clusterung insbesondere bei der Analyse der Erfolgsfaktoren in Kapitel 4 eine wesentliche Rolle spielen.

PropTech Cluster	Kriterien	Anzahl der PropTech
Grown Ups	Gründungs Jahr 2018 oder älter Gründungsjahr 2019 oder 2020 + Projektstatus laufender Betriebe oder Launch vor 2021	114
Early Stager	Gründungs Jahr 2018 oder jünger Gründungsjahr 2019 oder 2020 + Projektstatus Entwicklung MVP oder Launch ab 2021	48
Conquerer	PropTech mit Hauptsitz im Ausland	67

Tab. 4: Clusterung der teilnehmenden PropTechs

Die folgende Tabelle zeigt die Clusterung im Vergleich zum Vorjahr, wobei sich eine ähnliche Verteilung mit einem etwas höheren Anteil Early Stager und einem um fast sieben Prozentpunkte höheren Anteil Conquerer in diesem Jahr ergibt. Letzteres könnte als weiteres Anzeichen für die Reifung des Marktes interpretiert werden.

PropTech Cluster	Studie 2022	Studie 2021
Grown Ups	49,8 %	57,8 %
Early Stager	21,0 %	19,5 %
Conquerer	29,3 %	22,7 %

Tab. 5: Clusterung der PropTechs im Jahresvergleich

2 PROPTechs IM IMMOBILIENZYKLUS

2.1 PROPTechs NACH WERTSCHÖPFUNGSSTUFEN

Aufgrund der mangelnden Trennschärfe der letztjährigen Auswertung nach einerseits Lebenszyklusphasen und andererseits Wertschöpfungskette, haben sich die Autoren in diesem Jahr entschieden, eine synergetische Einteilung nach Wertschöpfungsstufen vorzunehmen. Diese orientiert sich einerseits am klassischen Immobilienlebenszyklus, andererseits an dezidierten Wertschöpfungsstufen und Dienstleistungsbereichen innerhalb und außerhalb konkreter Lebenszyklusphasen.

Für welche Wertschöpfungsstufen in der Immobilienwirtschaft sind die PropTech Lösungen relevant? Diese Frage beantworteten die 229 teilnehmenden PropTechs zunächst übergreifend, indem sie mittels möglichen Mehrfachantworten angaben, in welchen Wertschöpfungsstufen ihr Produkt angewendet werden kann. Die Auswahl dieser Wertschöpfungsbereich war sehr breit gefächert und bestand aus 19 möglichen Antwortoptionen, von denen die PropTechs gemäß ihrer Antworten durchschnittlich 6 bedienen.

Meist genannt waren hier Facility und Property Management als die Stufen, in denen die meisten PropTech Lösungen relevant erscheinen.

Aufgrund der kleinteiligen Aufsplittung der Antworten und zur weiteren Aggregation der Ergebnisse wurden im nächsten Schritt zum einen:

- **die 19 Wertschöpfungsstufen zunächst auf 17 verdichtet**
- **die Frage auf die eine wesentliche Wertschöpfungsstufe der PropTechs reduziert**

Daraus ergibt sich in Abb. 10, dass die meisten PropTechs in 2022 Lösungen für die Bereiche Projektentwicklung (16,2%), Property Management (13,1%) und Vermarktung/Vermittlung (12,7%) entwickeln.

Ordnet man die Wertschöpfungsstufen grob in die aus Abb. 10 erkennbaren drei Cluster, so wird deutlich, dass der linke Bereich alle Wertschöpfungsstufen rund um **Planen, Bauen, Projekt- bzw. Bestandsentwicklung** umfasst. Im mittleren Segment finden sich alle Wertschöpfungsstufen für den **Betrieb der Immobilie**. Im rechten Bereich aggregieren sich die Wertschöpfungsstufen zu dem übergeordneten Thema **Portfolio, Investment und Transaktion**. Hier werden Immobilienbewertung, -finanzierung und Vermarktung/Vermittlung als ergänzende Dienstleistungen betrachtet und somit hier eingeordnet.

PROPTech LÖSUNGEN NACH WERTSCHÖPFUNGSSTUFEN (ABSOLUT)

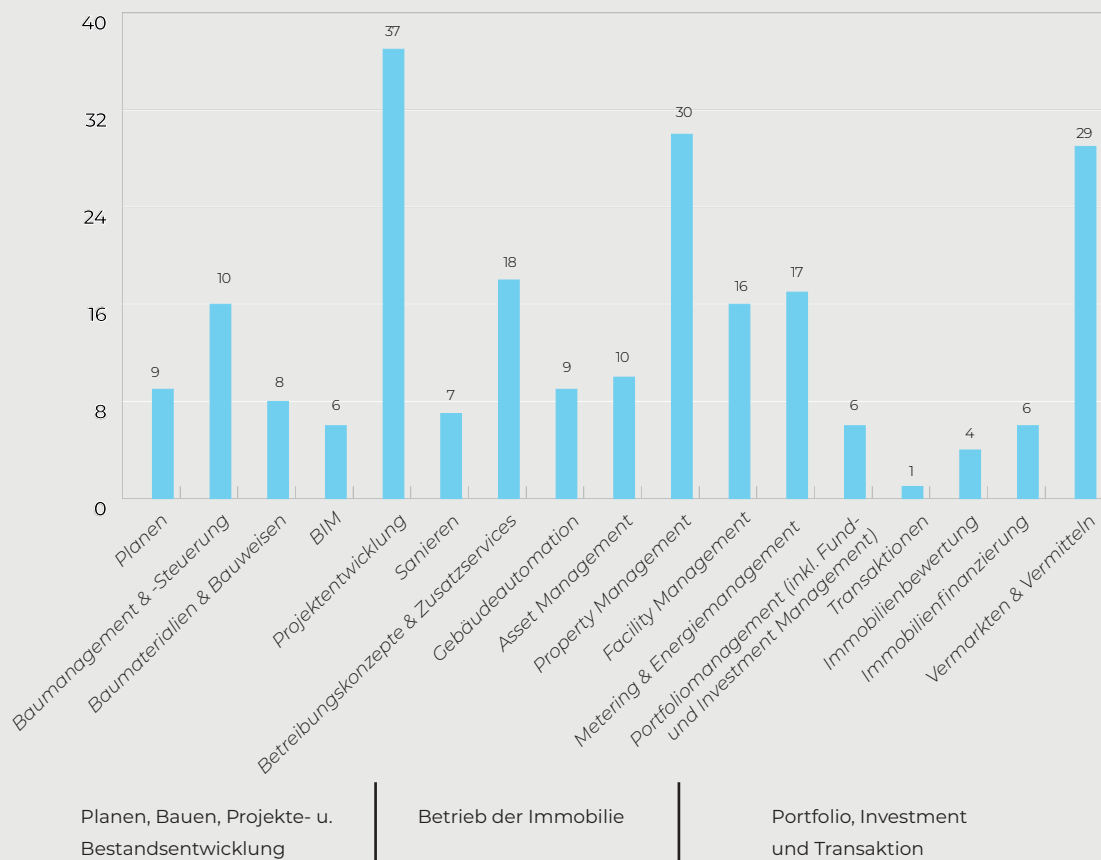


Abb. 9: PropTech Lösungen nach Wertschöpfungsstufen (absolut)

Bei der verdichteten Betrachtung nur dieser drei Bereiche wird deutlich, dass ein Gros der PropTechs der Studie mit insgesamt 43,7% Lösungen für den Betrieb der Immobilie bietet. Der Bereich Entwicklung ist für 36,2% der Teilnehmenden von höchster Relevanz, während das Wertschöpfungssegment Portfolio, Investment und Transaktion nur von 20,1% der PropTechs fokussiert wird. Hier ist zu ergänzen, dass letzteres Segment vor allem durch den Dienstleistungsbereich der Vermarktung und Vermittlung dominiert wird, der wiederum auch im Betrieb der Immobilie bei der Vermietung eine Rolle spielen könnte.

Verglichen mit den ermittelten Potenzialen der Digital Leader Studie 2021 deckt sich die dominierende Einschätzung zum Bereich Property Management als die Wertschöpfungsstufe mit dem höchsten Potenzial für PropTech Lösungen.

Aufgegliedert nach der PropTech Clusterung ergibt sich folgendes Bild.

WERTSCHÖPFUNGSSTUFEN NACH PROPTech CLUSTERUNG

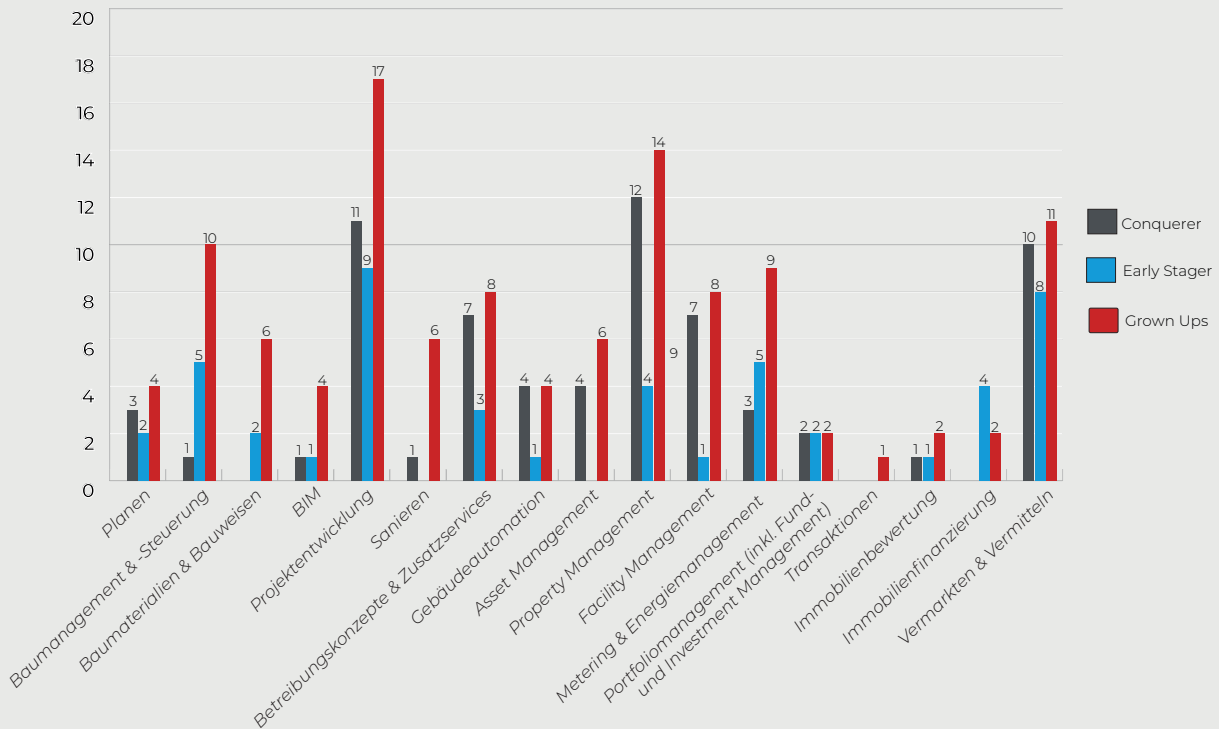


Abb. 10: Wertschöpfungsstufen nach PropTech Clusterung

Demnach dominiert numerisch wenig überraschend die nach Teilnehmenden größte Gruppe der Grown Ups auch die meisten Wertschöpfungsstufen. Die Reihenfolge der Nennungen entspricht der der Gesamtauswertung. Interessant zu sehen ist, dass die Conquerer, die neu in den deutschen Immobilienmarkt streben, vor allem die Bereiche Property Management und Projektentwicklung fokussieren. Im Property Management handelt es sich um einen gut skalierbaren Bereich, der aber auch schon von deutschen Grown Ups stark besetzt ist. Projektentwicklung, obwohl ebenfalls von Grown Ups dominiert, erscheint ebenfalls als attraktive Markteintrittsstufe für Conquerer; ggf. weil es hier noch wenige umfassende PropTech Lösungen gibt und das Segment recht komplex und wenig skalierbar erscheint. Dies lässt auch die höchste Anzahl der Early Stager in dieser Wertschöpfungsstufe vermuten (der Eindruck, dass Projektentwicklung im Vgl. zu anderen Bereichen noch unerschöpft ist).

Überraschend ist die weiterhin hohe Anzahl an Akteuren aus allen drei Clustern im Bereich der Vermarktung und Vermittlung, was sich aber mit der hohen Skalierbarkeit, der stark genutzten Plattformtechnologie und dem immer noch bestehenden Fokus auf die Assetklasse Wohnen (siehe auch Abschnitt 2.2) erklären ließe.

Die einzige Wertschöpfungsstufe, in der Early Stager gegenüber Grown Ups stärker vertreten sind, ist die Immobilienfinanzierung, wobei hierauf insgesamt nur sehr wenige teilnehmende PropTechs den Fokus legen.

Die meisten Conquerer tummeln sich insgesamt im Cluster Betrieb der Immobilie (vermutlich das Cluster mit dem höchsten Skalierungspotenzial und hohem eigenen Erfahrungsschatz aus anderen Ländern). Alles rund um Planen und Bauen erscheint aufgrund häufig hoher Individualität und lokaler rechtlicher Bestimmungen schwieriger für den Markteintritt. Hier wiederum ist die Mehrheit der Early Stager aktiv, wobei deren Aktivität relativ gleichverteilt auf die drei Cluster ist. Die Grown Ups sind überwiegend in den Clustern Planen, Bauen sowie Betrieb tätig. Das Investmentcluster scheint am wenigsten von Interesse.

Diese Auswertungen lassen sich nicht direkt mit denen der letztjährigen Studie vergleichen, da hier wie erwähnt eine andere Systematik zur Einordnung der Wertschöpfungsstufen verwendet wurde.

2.2 PROPTechs NACH ASSETKLASSEN

Die befragten PropTechs sollten ihre Lösungen den einzelnen Assetklassen (Nutzungsarten) zuordnen, wobei Mehrfachantworten möglich waren.

Die Assetklasse Wohnen führt auch 2022 das Ranking an (81,2% der Teilnehmenden sind hier aktiv). Auf den Plätzen 2 und 3 reihen sich wie im letzten Jahr Büro (75,1%) und Mixed-Use (67,7%) ein. Weniger als 50,0% der Teilnehmer beschäftigen sich mit den Assetklassen Einzelhandel (food und non-food), Logistik und Parken.

Die Reihenfolge der Assetklassen 2022 zu 2021 ist nahezu identisch.

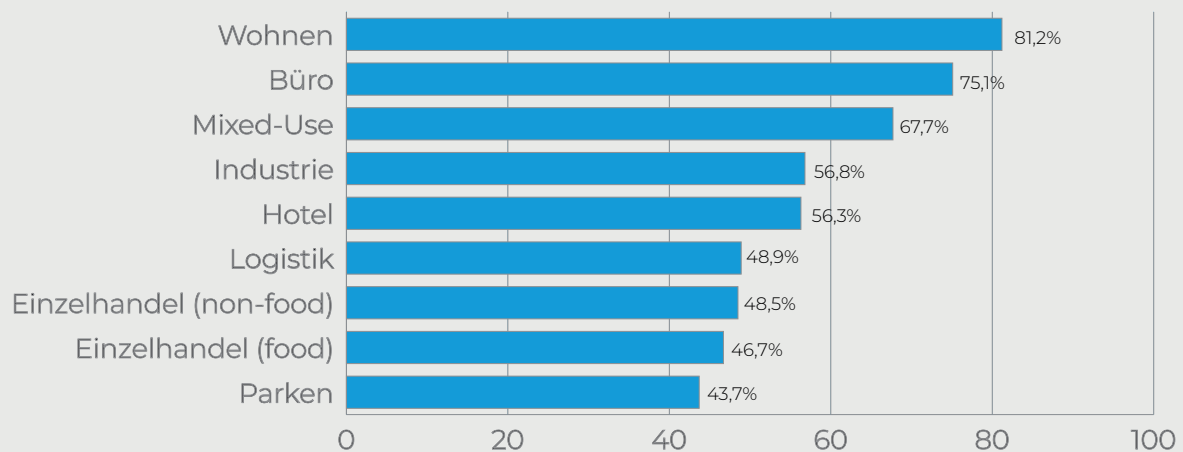


Abb. 11: Assetklassen in denen PropTechs aktiv sind

Insgesamt sind die teilnehmenden PropTechs in durchschnittlich 5 verschiedenen Assetklassen (von 9 gegebenen Antwortmöglichkeiten) aktiv. In 2021 waren es noch 4 verschiedene Assetklassen. Dies ist insofern ein interessantes Ergebnis, als dass die Assetklassen oft gebäudetechnisch, vor allem aber aufgrund ihrer sehr unterschiedlichen Nutzerbedürfnisse, deutliche Unterschiede in der Entwicklung und Bewirtschaftung aufweisen. Dies impliziert einen gestiegenen Nutzungsumfang und damit eine erfolgreiche Weiterentwicklung, sprich höhere Reifegrad der PropTech-Lösungen.

Im Vergleich hierzu ist gemäß den Teilnehmenden der Digital Leaders Studie 2021 Büro die Assetklasse, in der PropTech Lösungen am meisten eingesetzt werden, wobei konstatiert wurde, dass Wohnen die Assetklasse mit dem höchsten Angebot an PropTech Lösungen sei.



UMSATZ NACH ASSETKLASSEN

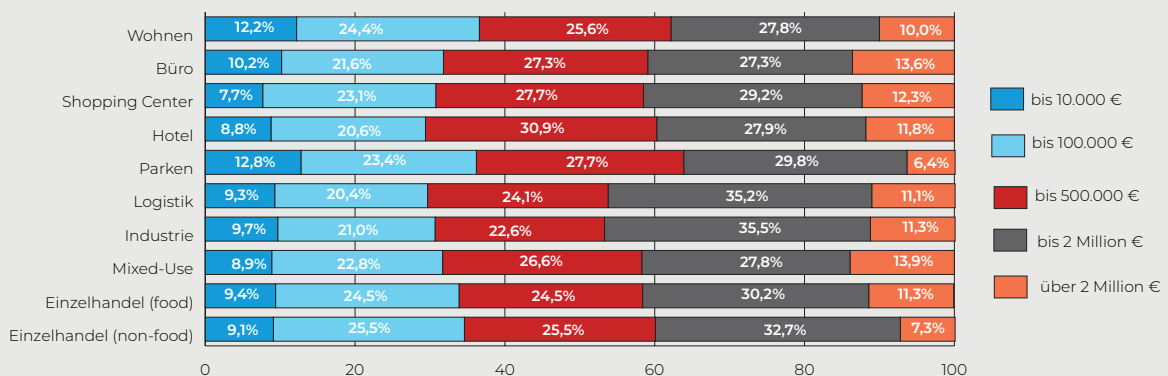


Abb. 12: PropTech Umsätze nach Assetklassen

Die Auswertung zeigt eine relative Gleichverteilung der Umsätze über alle Assetklassen. Bei solchen Spezial-Assetklassen wie Industrie und Logistik zeigt sich eine tendenziell höhere Umsatzklasse (je 46% >500.000 € Umsatz) bei den diese Klassen bedienenden PropTechs als z.B. bei solchen, die die Assetklassen Parken (insgesamt 36% >500.000 € Umsatz) oder Wohnen (insgesamt nur 38% >500.000 € Umsatz) bedienen. Bei Parken und Wohnen zeigen sich außerdem die höchste Anzahl an PropTechs mit den geringsten Umsatzvolumina (bis max. 10.000 €).

3. MARKTEINSCHÄTZUNG DER PROPTechs

In diesem Kapitel wird die Eigenwahrnehmung des Geschäftspotenzials der PropTechs betrachtet und mit den Einschätzungen aus der Vorjahresstudie verglichen. Ermittelt wurde ein Stimmungsindikator, der darüber Auskunft gibt, wie PropTechs die Auftragslage 2021 im Ist (abgelaufenes Geschäftsjahr) und die künftige Auftragslage der folgenden drei Jahre 2022-2024 einschätzen.⁸ Die Antwortmöglichkeiten reichten von „merklich weniger Neugeschäft“ über „ausgeglichen“ bis hin zu „merklich mehr Neugeschäft“.

Die aktuelle Markteinschätzung der Teilnehmenden hat sich für das Geschäftsjahr 2021 gegenüber dem Jahr 2020 (Bestandteil der Studie 2021) nur im geringen Ausmaß verändert. Weiterhin empfinden PropTechs die Auftragslage aktuell als sehr positiv. So verzeichnen für das abgelaufene Geschäftsjahr 2021 71,2% der Teilnehmenden mehr Neugeschäft, 30,1% davon sogar merklich mehr Neugeschäft. 17,4% empfinden die Auftragslage als ausgeglichen, während insgesamt nur 11,4% der PropTechs weniger Neugeschäft verzeichnen.

Erwähnt sei jedoch, dass 21% der Teilnehmenden Early Stager sind und davon ein mehrheitlicher Anteil erst in 2021 gegründet hat, so dass diese StartUps kein Vergleichsjahr heranziehen können, was zu einer Verzerrung führen könnte. Hier bewertete die Mehrheit der Early Stager (35,4%) die Auftragslage als ausgeglichen (mit Abstand höchster Anteil der drei Cluster), während 43,8% mehr oder merklich mehr Neugeschäft verzeichneten.

Grown Ups hingegen blicken auf ein deutlich positiveres Jahr 2021 zurück, in dem 64,0% von ihnen mehr oder merklich mehr Neugeschäft realisieren konnten. Nur 9,7% wählten eine der Antwortmöglichkeiten mit weniger Neugeschäft (geringfügig weniger bis merklich weniger).

Ähnlich schätzten die Conquerer die Auftragslage ein, von denen 62,7% im positiven und 13,4% im negativen Bereich der Neugeschäftsentwicklung antworteten.

In der Gesamtbetrachtung hat sich der Stimmungsindikator gegenüber dem Vorjahr leicht verbessert, wie in Abbildung 13 zu erkennen ist.

EINSCHÄTZUNG DER AUFTRAGSLAGE 2021

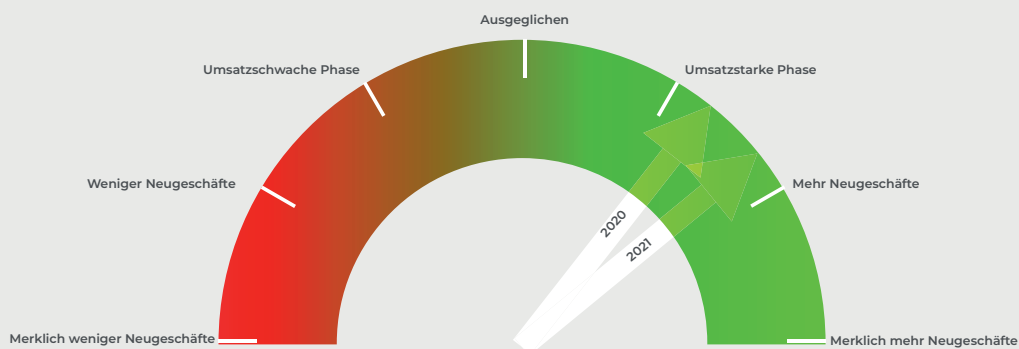


Abb. 13: Einschätzung der Auftragslage 2021

⁸ Im Unterschied zur PropTech Studie 2021 wurde diesmal nicht erneut nach dem Coroneffekt gefragt, weil dieser von den Autoren in seinen Auswirkungen auf die Digitalisierung als weitgehend „bewältigt“ ohne weitere unmittelbare Auswirkungen eingeschätzt wird.

In ihrer Zukunftsprognose für die Jahre 2022 bis 2024 schätzen die PropTechs die Auftragslage noch deutlich besser ein. 70,3% aller Teilnehmenden und damit deren absolute Mehrheit erwartet merklich mehr Neugeschäft. Insgesamt sehen 96,5% positive Vorzeichen für die Marktentwicklung. Weniger Neugeschäft erwarten nur unter 1% der PropTechs. Dies stellt auch eine Verbesserung der Prognose gegenüber der PropTech Studie 2021 dar.

EINSCHÄTZUNG DER AUFTRAGSLAGE 2022 - 2024

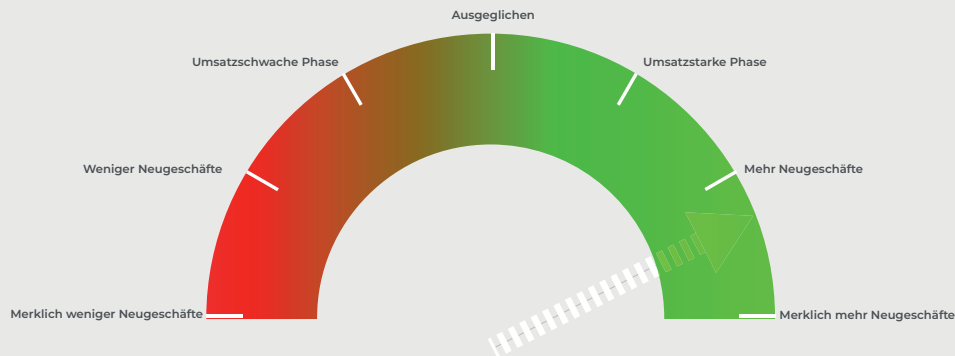


Abb. 14: Einschätzung der Auftragslage 2022-2024

In dieser Einschätzung sind sich alle drei Cluster Early Stager, Grown Ups und Conquerer relativ einig und es gibt keine differenzierbaren Unterschiede im Antwortverhalten. Ob die stark positive Zukunftseinschätzung mit dem exogenen ESG-regulatorischen Druck und der damit verbundenen Welle vor allem im Bereich der Gebäudedigitalisierung zusammenhängt, wird in Kapitel 5 beleuchtet.

4. WACHSTUMSPERSPEKTIVEN

4.1 ERFOLGSFAKTOREN UND KPIs

In dieser Studie liegt der Schwerpunkt auf den wesentlichen KPIs und Erfolgsfaktoren der PropTechs im deutschen Immobilienmarkt. Im Jahr 2021 wurden sowohl in der PropTech- als auch in der Digital Leaders Studie vor allem Herausforderungen in verschiedenen Phasen der Kundenbeziehung zwischen den erwähnten Akteuren erfragt.

In der Annahme, dass sich die Marktreife in den letzten 12 Monaten verbessert hat und dass sich die in 2021 stark ausdifferenzierten Herausforderungen nun auf eine geringere Anzahl von Erfolgsfaktoren verdichten lassen, fokussiert sich die folgende Auswertung auf die wesentlichen Erfolgsfaktoren für das Unternehmenswachstum der PropTechs (siehe Abschnitt 4.1.1).⁹ Im nächsten Schritt (siehe Abschnitt 4.1.2) werden die KPIs als weiteres neues Thema im Rahmen der PropTech Studie betrachtet. Aufgrund der verstärkten Investmenttätigkeit in PropTech im letzten Jahr¹⁰ lohnt ein Blick auf diese messbaren Erfolgsparameter.

4.1.1 ERFOLGSFAKTOREN

Abgeleitet und verdichtet aus den meistgenannten Hürden in der Kundenbeziehung zwischen PropTech und Immobilienunternehmen wurden die PropTechs in dieser Studie gezielt nach der Relevanz von 10 verschiedenen Erfolgsfaktoren auf einer Skala von 1-5 befragt.¹¹

Nach ihren Mittelwerten ergibt sich folgendes Ranking der Erfolgsfaktoren:

Gutes Vertriebsteam zur Durchdringung der Entscheidungsstrukturen beim Kunden	4,4
Zugang zum richtigen Ansprechpartner	4,4
Klare Positionierung der Produkt-Technologieeigenschaften	4,2
Netzwerk in der Immobilienbranche	4,2
Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens in der Immobilienwirtschaft	4,1
Zugang zu Daten	3,9
Wettbewerbsvorteile durch gutes Go-To-Market Modell schaffen	3,9
Adressierbarer Markt / Marktpotenzial	3,9
Das PropTech-Projekt hat Business Priority im Immobilienunternehmen	3,6
Risikobewusstsein der Kunden überwinden	3,4

Tab. 6: Erfolgsfaktoren für das Unternehmenswachstum der PropTechs

⁹ Dies wurde empirisch durch die vorgehenden Studien bestätigt, in deren Rahmen auch eine Faktoranalyse durchgeführt wurde.

¹⁰ Blackprint VC Report 02/2022

¹¹ 1=irrelevant bis 5=höchst relevant

Im Sinne eines prozentualen Rankings wurden alternativ die Erfolgsfaktoren für den Skalenbereich 3 bis 5 (relevante bis höchst relevante Faktoren) prozentual zusammengefasst und ein Ranking nach der Häufigkeit der Nennungen gebildet. Die Reihenfolge weicht geringfügig von der nach Mittelwerten ab.

Relevante Erfolgsfaktoren aus PropTech Sicht, Top 5:

- 1. Zugang zum richtigen Ansprechpartner (97,8%)**
- 2. Klare Positionierung der Produkt-Technologieeigenschaften (93,9%)**
- 3. Gutes Vertriebsteam zur Durchdringung der Entscheidungsstrukturen beim Kunden (93,0%)**
- 4. Netzwerk in der Immobilienbranche (93,0%)**
- 5. Wettbewerbsvorteile durch gutes Go-To-Market Modell (92,0%)**

Insgesamt erreichen 6 der 10 Erfolgsfaktoren prozentuale Relevanzwerte von über 90,0% und auch alle Mittelwerte liegen über 3 (relevant). Folglich konnten in der Umfrage einige tatsächlich in praxi relevante Erfolgsfaktoren ermittelt werden.

Bei der Betrachtung der Top 3 ist auffällig, dass wiederum im Vergleich zum letzten Jahr das Verständnis der Entscheidungsstrukturen beim Kunden, zu dem u.a. ein gutes Vertriebsteam benötigt wird, eine sehr hohe Relevanz für den Erfolg von PropTechs im deutschen Immobilienmarkt hat.

„Ich glaube, dass viele Ideen, die die PropTechs haben, nur mit den richtigen Personen in den etablierten Unternehmen funktionieren. Es ist stark von der Person abhängig. Je nachdem, wem ich etwas vorstelle, ist die Erfolgswahrscheinlichkeit höher oder niedriger. Das hängt mit der Durchdringung der Entscheidungsstrukturen zusammen. Man muss auch die Leute überzeugen, die Entscheidungen treffen dürfen. Diese Personen sind letztendlich die Entscheidenden.“

(Dr. Patrick Bergmann)

Entsprechend hoch relevant sind der Zugang zum richtigen Ansprechpartner (der die Entscheidungen vorbereiten oder treffen kann) und die klare Positionierung der Produkt-Technologieeigenschaften, so dass der Kunde das Produkt und seinen Nutzen sofort versteht. Gerade der letzte Aspekt war in der Vergangenheit häufig eine Barriere für PropTechs, ihr Produkt in einer verständlichen Sprache beim Kunden zu platzieren.

„Nur, wenn der Kunde versteht, wie er das Produkt sinnvoll nutzen kann, dann wird sich intern auch darüber Gedanken gemacht. Um das Produkt zu verstehen ist es gut, wenn PropTechs sich mit Ihrem Produkt auf wenige Aspekte spezialisieren, und nicht versuchen, möglichst viele Lösungen mit dem Produkt anzubieten.“

(Dr. Patrick Bergmann)

In der Unterscheidung der Erfolgsfaktoren nach den drei PropTech Clustern gibt es nur wenige leicht unterschiedliche Einschätzungen der Teilnehmergruppen.¹²

¹² Der Vergleich wird anhand der Mittelwerte (arithmetisches Mittel) vorgenommen.

TOP 5 DER WICHTIGSTEN ERFOLGSFAKTOREN FÜR WACHSTUM IN PROPTech CLUSTERN (MIT MITTELWERT)

Early Stager

Rang	Summe von Wie wichtig schätzt ihr die folgenden Erfolgsfaktoren für das Wachstum Eures Unternehmens ein?	Durchschnitt
1	Gutes Vertriebsteam zur Durchdringung der Entscheidungsstrukturen beim Kunden	4,42
2	Zugang zum richtigen Ansprechpartner	4,4
3	Netzwerk in der Immobilienbranche	4,31
4	Adressierbarer Markt / Marktpotenzial	4,19
5	Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens in der Immobilienwirtschaft	4,17

Tab. 7: Top 5 der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Wachstum bei Early Stagern

Grown Ups

Rang	Summe von Wie wichtig schätzt ihr die folgenden Erfolgsfaktoren für das Wachstum Eures Unternehmens ein?	Durchschnitt
1	Gutes Vertriebsteam zur Durchdringung der Entscheidungsstrukturen beim Kunden	4,49
2	Zugang zum richtigen Ansprechpartner	4,33
3	Netzwerk in der Immobilienbranche	4,22
4	Klare Positionierung der Produkt-Technologieeigenschaften	4,16
5	Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens in der Immobilienwirtschaft	4,16

Tab. 8: Top 5 der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Wachstum bei Grown Ups

Conquerer

Rang	Summe von Wie wichtig schätzt ihr die folgenden Erfolgsfaktoren für das Wachstum Eures Unternehmens ein?	Durchschnitt
1	Gutes Vertriebsteam zur Durchdringung der Entscheidungsstrukturen beim Kunden	4,51
2	Klare Positionierung der Produkt-Technologieeigenschaften	4,4
3	Zugang zum richtigen Ansprechpartner	4,36
4	Netzwerk in der Immobilienbranche	4,1
5	Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens in der Immobilienwirtschaft	4,06

Tab. 9: Top 5 der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Wachstum bei Conquerern

Für Early Stager hat der Zugang zu Daten eine höhere Relevanz als für die beiden anderen Cluster, findet sich zwar nicht mehr in den Top 5, erreicht aber im Vergleich den höchsten Durchschnittswert über 4 (4,02). Dies könnte damit zusammenhängen, dass der erste Antritt beim Kunden und die Platzierung des Produktes gerade für Early Stager davon abhängt, ob ihnen der Zugang zu Daten im Unternehmen des Kunden gewährt wird bzw. ob ein entsprechender Datenpool überhaupt vorhanden, strukturiert und zugänglich ist. Vermutlich sind Grown Ups und Conquerer bereits über dieses Stadium hinaus, da sie bereits in vielen Projekten mit Kundendaten arbeiten bzw. dies in ihrer längeren Erfahrung im Markt als eher gegeben betrachten.

Für Grown Ups ist der Zugang zum richtigen Ansprechpartner der wichtigste Erfolgsfaktor, gefolgt vom Vertriebsteam, das bei den anderen Clustern und in der Gesamtbewertung auf Rang 1 liegt. Hier ist es wahrscheinlich, dass Grown Ups in vielen Fällen schon über einen Cold-Call-Vertrieb hinaus sind und gezielt den richtigen Ansprechpartner benötigen, um das Produkt besser beim Kunden zu platzieren, so dass es zum Vertragsabschluss kommt.

„Eine hohe Bewertung, um teuer verkaufen zu können, ist für viele PropTechs das Ziel. Dafür wird ein guter Absatz benötigt, welcher mit einem guten Vertriebsteam zusammenhängt.“

(Dr. Patrick Bergmann)

Die klare Positionierung der Produkt-Technologie-Eigenschaften hat für Conquerer einen höheren Stellenwert als für die anderen beiden Cluster (4,4). Insbesondere bei einem Markteintritt aus dem Ausland scheinen die inhaltlichen Komponenten des Produktes in ihrer Erklärungsbedürftigkeit und Positionierung sowie Abgrenzung gegenüber dem (lokalen) Wettbewerb und dem Kunden höchst relevant zu sein. Hier könnte auch die Herausforderung insgesamt größer sein, da ein internationales Produkt in vielen sehr unterschiedlichen lokalen Märkten funktionieren muss und somit eine klare Positionierung hoch erfolgsrelevant im Rahmen einer Expansionsstrategie der Conquerer ist.

Erwähnt sei noch der Erfolgsfaktor Netzwerk in die Immobilienwirtschaft, der im Gesamtranking auf Rang 4, bei den Early Stagers und Grown Ups aber unter den Top 3 platziert ist und hohe Mittelwerte deutlich über 4 ebenso wie eine hohe prozentuale Relevanz (bei Early Stagers sogar 100%) erreicht. Als Neuankömmling im Immobilienmarkt ist der schnelle Aufbau eines Netzwerkes von besonderer Relevanz, was die hohe Wertung erklären könnte.

Der adressierbare Markt bzw. das Marktpotenzial erfährt seitens der PropTechs keine sehr hohe Bewertung als Erfolgsfaktor. In der letztjährigen Digital Leaders und Investorenstudie ist dies aber unter den Top 5 Erfolgsfaktoren für PropTech Investments eingeordnet worden.

Die geringste Relevanz, die aber in allen Fällen immer noch deutlich über einem Mittelwert von 3,0 liegt, erreichen die Faktoren „Das PropTech Projekt hat Business Priority im Unternehmen“ und „Risikobewusstsein der Kunden überwinden“. Diese beiden Aspekte sind entweder stark implementierungsbezogen (Business Priority) oder in der aktuellen Marktphase, die mit einer deutlich verbesserten Auftragslage der PropTechs einhergeht, nicht mehr sehr relevant. Möglich ist, dass die Akzeptanz und „Kalkulierbarkeit“ im Sinne des Risikomanagements von PropTechs in der deutschen Immobilienwirtschaft insgesamt gestiegen ist und damit Kunden kein vermehrtes Risiko im Vertragsabschluss mit PropTechs mehr wahrnehmen (im Unterschied zum Vorjahr, wo dies eine wesentliche Hürde in der Studie darstellte).

4.1.2 KPIs

Zum ersten Mal beschäftigt sich die PropTech Germany Studie mit den KPIs der PropTechs. Betrachtet werden hier KPIs als quantitative Erfolgsfaktoren, während in Abschnitt 4.1 die qualitativen Erfolgsfaktoren beleuchtet wurden. Da KPIs aus der Investorensicht Ende 2021 auch in der Digital Leaders in Real Estate Studie beleuchtet wurden, spiegeln die Autoren es hier mit der Perspektive der PropTechs.

PropTechs schätzen den Auftragseingang, den MRR (Monthly Recurring Revenue¹³) und die Revenue Growth Rate¹⁴ als die drei relevantesten KPI ein. Wesentlich ist also, welcher Umsatz monatlich fix erzielt wird und welches Umsatzwachstum erwartet wird.

Darauf folgen der Planned Revenue und die Conversion Rate, also auch hier mit dem geplanten Umsatz eine umsatzgetriebene Kennzahl sowie die Umwandlung von Leads (Interessenten) in tatsächliche Kunden.

Wichtigste KPIs aus PropTech Brille - Auftragseingang - Monthly Recurring Revenue - Revenue Growth Rate	Wichtigste KPIs aus Investorenbrille - Monthly Recurring Revenue - Revenue Growth Rate
--	---

Tab. 10: Wichtigste KPIs im Vergleich

Erwartungsgemäß decken sich die Top KPIs der PropTechs weitestgehend mit denen der Investoren (die diese ja sicherlich auch den PropTechs, in die sie investiert sind, klar kommunizieren).

Rang	Was sind Eure wesentlichen KPIs?	Durchschnitt
1	Auftragseingang	3,97
2	Monthly Recurring Revenue (MRR)	3,93
3	Revenue growth Rate	3,88
4	Planned revenue	3,71
5	Conversion Rate	3,65
6	Der Customer Lifetime Value (CLV)	3,65
7	Retention Rate	3,57
8	Current revenue	3,55
9	Average sales cycle length	3,45
10	Lead velocity growth (monatliches Wachstum der Salespipeline)	3,40
11	Gross profit margin	3,38
12	Customer Acquisition Cost (CAC)	3,34
13	Burn rate	3,27
14	Average revenue per account (ARPA)	3,24
15	Churn Rate	3,18

Tab. 10: Die wichtigsten KPIs für PropTechs

¹³ Monthly Recurring Revenue (MRR) ist der durchschnittliche, wiederkehrende Umsatz pro Kunde (multipliziert mit der Anzahl der Kunden. Folglich der Umsatz, mit dem regelmäßig fest zu rechnen ist.

¹⁴ Die Revenue Growth Rate misst das Umsatzwachstum eines Unternehmens über einen definierten Zeitraum.

Alle KPIs liegen in ihrer Bewertung nach Relevanz relativ dicht zusammen (Mittelwerte zwischen 3,17 und 3,97). Als weniger wichtig betrachten PropTechs die Churn (Abwanderungsquote der Kunden) und Activation Rate.¹⁵

Die Wichtigkeit der KPIs für die Investoren steigt mit zunehmendem Reifegrad des PropTechs. Zudem gewinnen diese Kennzahlen an Relevanz, wenn im folgenden Kapitel 4.2 „Skalierung“ die Investment- und Expansionsaktivität der PropTechs analysiert wird.

4.2 SKALIERUNG

Der Reifegrad des PropTech Marktes in Deutschland hat sich über die letzten zwei Jahre deutlich erhöht. Infolgedessen werden Skalierungsbemühungen der PropTechs, deren Geschäftsmodell sich als valide und marktfähig bewiesen hat, zunehmend intensiver. In den folgenden Abschnitten werden mit Investmentaktivitäten und Expansion zwei strategische Aspekte betrachtet, die für PropTechs zu einer Skalierung ihres Geschäftsmodells führen können.

4.2.1 INVESTMENT

Zur Finanzierung ihres Unternehmensaufbaus sammeln PropTechs in verschiedenen Finanzierungsphasen und –runden Investmentkapital von unterschiedlichen Investorentypen ein.

Die 229 teilnehmenden PropTechs der Studie wurden befragt, ob sie in 2021 eine erfolgreiche Finanzierungsrunde durchlaufen haben. Dies bejahten 41,5% der Teilnehmenden, während 58,5% keine Finanzierungsrunde im letzten Jahr abschließen konnten. Dennoch deuten die abgeschlossenen Finanzierungsrunden von immerhin 95 PropTechs als absolute Größe auf einen aktiven Investmentmarkt hin.

HATTE IHR IM JAHR 2021 EINE ERFOLGREICHE FINANZIERUNGSRUNDE?

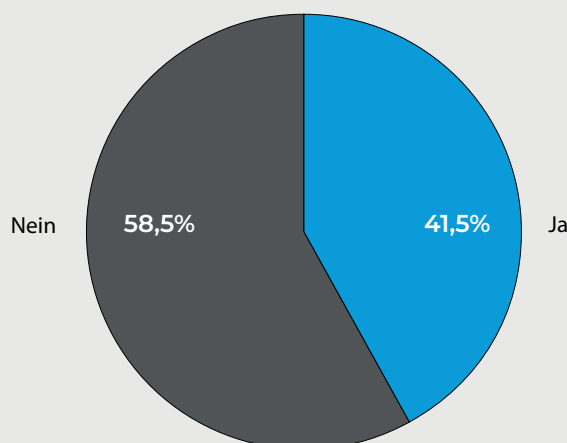


Abb. 15: PropTechs mit erfolgreicher Finanzierungsrunde in 2021

¹⁵ Die Churn Rate ist die Abwanderungsquote bestehender Kunden. Die Activation Rate misst den Anteil Kunden, die den Onboarding Prozess eines Produktes erfolgreich abschließen (erster Milestone), bzw. die aus dem Produkt einen ersten Mehrwert wahrnehmen.

INVESTMENTKAPITAL

Des Weiteren wurde gefragt, wie viel Investmentkapital die PropTechs bereits (seit Gründung) akquiriert haben. Nur 134 von ihnen haben diese Frage beantwortet. Aus Abb. 15 wird ersichtlich, dass davon zusammengefasst rund 80% bisher Wagniskapital eingesammelt haben.¹⁶ Rund 20% (27 PropTechs) hat noch kein Kapital eingesammelt haben. Interessanterweise ist der Anteil der Grown Ups mit 50,1 % am höchsten. Mit 33,3% stellen die Early Stager also nur die zweitgrößte Gruppe, so dass sich zeigt, dass bereits viele junge Teams Wagniskapital einsammeln konnten. Wenig überraschend haben die meisten Conquerer bereits Wagniskapital eingesammelt. Nur 14,8% haben dies noch nicht getan, was darauf schließen lässt, dass es Kapital für Wachstum und Expansion (vgl. Kapitel 4.2.2) benötigt.

Fast ebenso viele PropTechs (26) konnten bereits bis zu 1 Mio. € Investmentkapital akquirieren, während 13 sogar über 10 Mio. € von Investoren eingesammelt haben. Insgesamt erscheinen die Volumina noch relativ gering und kleinteilig – insbesondere, wenn man einzelne große Finanzierungsrunden von bekannten PropTech Grown Ups im Markt reflektiert.

Verglichen mit den Ergebnissen der letztjährigen Digital Leaders Investoren Studie lagen die Ticketgrößen dort zu den hier von den PropTechs erzielten Investmentvolumina überwiegend im Bereich der Seed- oder Series A Finanzierung der Investoren. Dies deckt sich wiederum mit den recht jungen Gründungsjahren der teilnehmenden PropTechs dieser Studie.

EINGESAMMELTES INVESTMENTKAPITAL DER PROPTechs (IN PROZENT)

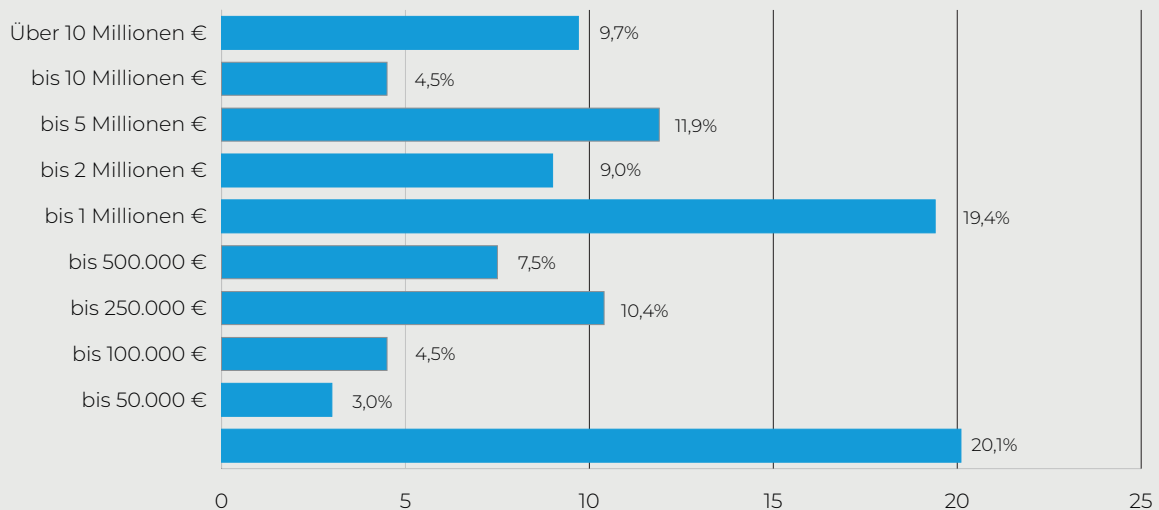


Abb. 16: Eingesammeltes Investmentkapital der PropTechs (in Prozent)

¹⁶ In vielen dieser Fälle und bei den PropTech mit „keine Angabe“ halten die operativ tätigen Gesellschafter (noch) 100% der Anteile.

Von den 134 Antwortenden auf diese Frage sind 34 PropTechs Early Stager, 44 Conquerer und 56 Grown Ups. Erwartungsgemäß sammelten Early Stager im Vergleich zu den anderen beiden Clustern am wenigsten Kapital ein, während die höchsten Volumina von den Conquerers angegeben wurden. Interessanterweise gibt es aber auch bei Grown Ups (25,0%) und Conquerers (9,0%) einige PropTechs, die noch gar kein Investmentkapital akquiriert haben. Dies betrifft auch 26,5% der Early Stager, wo dies aber eher zu erwarten war.

EINGESAMMELTES INVESTMENTKAPITAL DER EINZELNEN STAGES (IN PROZENT)

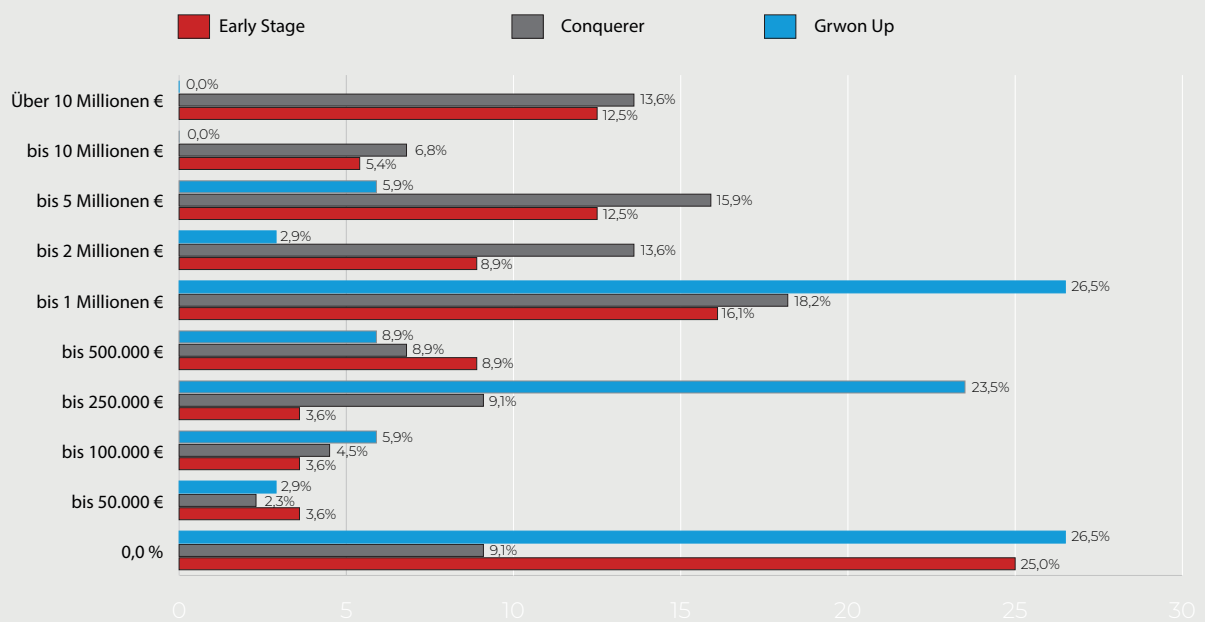


Abb. 17 Eingesammeltes Investmentkapital der einzelnen Stages (in Prozent)

FUNDRAISING-PROZESS UND –ERFOLGSFAKTOREN

Um die o.g. Kapitalvolumina zu akquirieren, benötigen PropTechs nach eigenen Aussagen im Durchschnitt 5,5 Monate. Das Spektrum der Länge des Fundraising-Prozesses ist aus Abb. 19 geclustert erkenntlich. Nur sechs von 88 Antwortenden benötigten 12 Monate oder länger. Das Fundraising scheint für PropTechs also vergleichbar aufwendig wie in anderen Branchensegmenten zu sein, in denen eine durchschnittliche Finanzierungsrunde zwischen 4 und 6 Monaten dauert.¹⁷ An der Vergleichbarkeit der Fundingrunden-Prozesse lässt sich ablesen, dass PropTech als investmentfähiges Startups Segment im Markt etabliert scheint, was Grundvoraussetzung für die Skalierung eines Tech Bereichs ist.

¹⁷ Vgl. einen optimalen Fundingrunden-Prozess von Startups:
<https://www.businessinsider.de/gruenderszene/business/finanzierung-fundraising-ablauf-timeline/>

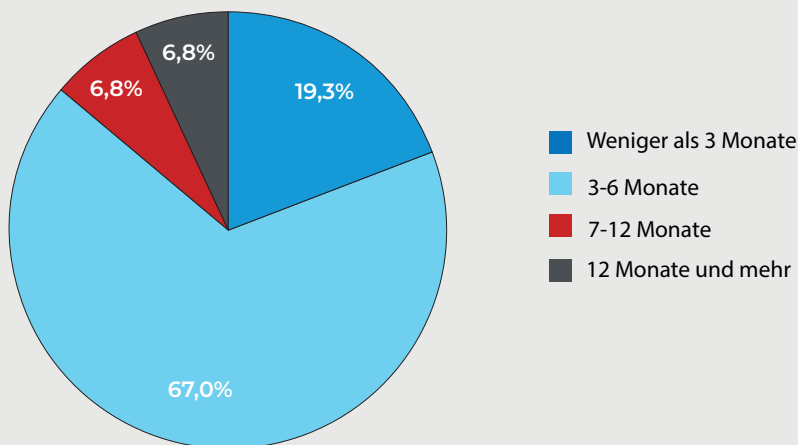


Abb. 18: Länge des Fundraising Prozesses in Monaten

FUNDRAISING-PROZESS UND –ERFOLGSFAKTOREN

Ebenso deutet die recht umfangreiche Investmentaktivität in 2021 auf eine hohe Investitionsbereitschaft seitens der Investoren hin. Um dies zu ergründen, wurden die PropTechs gefragt, ob sich die Investitionsbereitschaft der Investoren im Vergleich zu der Zeit vor Corona, ESG-Regulatorik sowie der Marktreife verändert habe. Das Ergebnis kann als Stimmungsindikator für die Investitionsbereitschaft von PropTech Investoren seit 2020 gewertet werden.

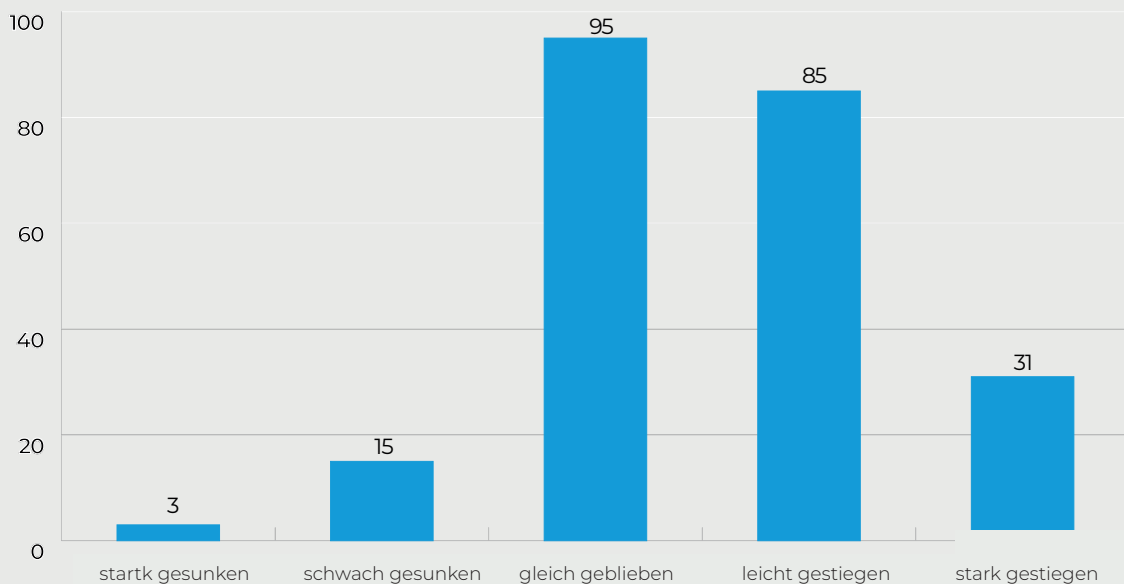


Abb. 19: Stimmungsindikator der Investitionsbereitschaft in PropTech

Es zeigt sich, dass ein überwiegender Teil der 229 Antwortenden eine konstante bis stark gestiegene Investmentaktivität wahrnimmt. Das Gros der PropTechs (41,5%) sieht das Investmentniveau als konstant (gleichgeblieben) an. Insgesamt mehr als die Hälfte (50,7%) betrachten es als leicht bis stark gestiegen.¹⁸ Somit zeigt sich ein für PropTech Investments überwiegend positiver Einfluss der gravierenden externen marktverändernden Ereignisse der letzten 2-3 Jahre.

¹⁸ 1=stark gesunken, 5=stark gestiegen.

Hinterfragt wurde abschließend, auf welche Art von Investoren diese Veränderung im Investitionsverhalten zutrifft. Hier sind aus Sicht der PropTechs VC Investoren (generell und PropTech-spezifisch) führend mit zusammen 39,0%. In der Marktwahrnehmung sind dies auch die typischen PropTech Investorengruppen, gefolgt von strategischen Investoren (auch im Sinne von Vertikalisierungsbemühungen etablierter Immobilienunternehmen) und Business Angels.

Durchschnittlich nannten die Teilnehmenden hier 2 verschiedene Investorentypen.

ART DER INVESTOREN, AUF DIE VERÄNDERTES INVESTITIONSVERHALTEN AUFGRUND EXTRERNER EFFEKTE ZUTRIFFT

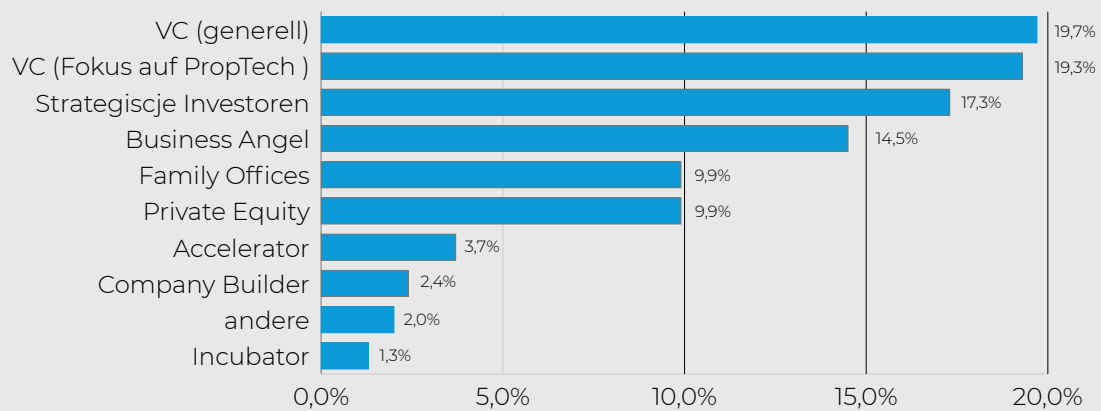


Abb. 20: Stimmungsindikator der Investitionsbereitschaft in PropTech

Letztlich sollten die PropTechs noch einschätzen, welche dieser Typen aktuell im Prop-Tech Investment am aktivsten ist.

AKTIVSTE PROPTech INVESTORENTYPEN

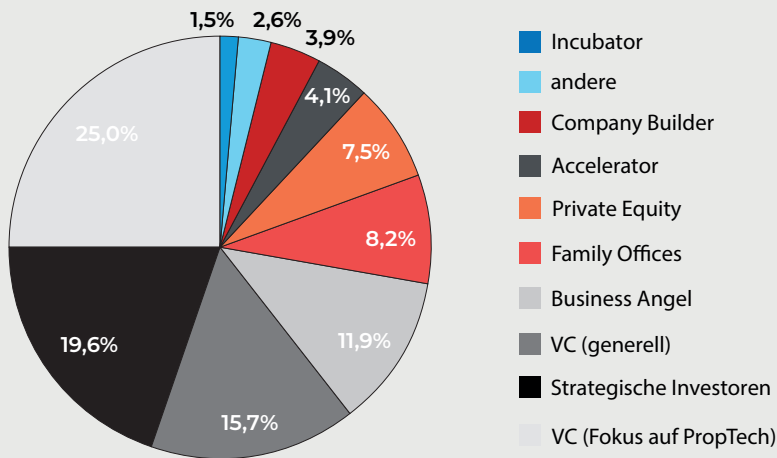


Abb. 21: Aktivste PropTech Investorentypen

Hier rangieren VC Investoren, die auf PropTech spezialisiert sind, auf dem ersten Platz (25,0% der Antworten; 42,4% der Teilnehmenden), gefolgt von strategischen Investoren (19,6%, 33,2% der TN, s.o.) und VC mit branchenübergreifendem Fokus (15,7%). Dieses Ergebnis überrascht wenig, sind doch spezialisierte Investoren diejenigen, die den eigenen Markt am besten im Blick haben und attraktive Marktphasen am besten erkennen. Ebenso ist der PropTech Markt aufgrund der als disruptiv zu bezeichnenden exogenen Momente (um nicht von Schocks zu sprechen) gerade auch für strategische Investoren interessant, die mit einem Investment eine strategische Kooperation bis hin zur digitalen Aufweitung ihres eigenen Geschäftsmodells anstreben können.

Schließlich bleibt festzuhalten, dass die Vorzeichen für die Skalierung von PropTech Geschäftsmodellen investmentseitig positiv sind.

In diesem Kontext gelten einige wenige Faktoren als besonders erfolgsversprechend für das erfolgreiche Durchlaufen von Finanzierungsrunden. Befragt nach diesen wesentlichen Erfolgsfaktoren, schätzen PropTechs insbesondere das Marktpotenzial ihrer Lösung als wesentlichen Erfolgsfaktor ein (siehe Tab. 12). Eng damit verknüpft ist ein starkes Geschäftsmodell und eine klare Mission und Strategie. Die Persönlichkeitsmerkmale der Gründer, die in der letztjährigen Digital Leaders Studie den höchst bewerteten Erfolgsfaktor darstellten, liegen aus eigener PropTech Sicht nur auf Rang 4.

Der Track Record eigener, bereits erfolgreicher Unternehmen der Gründer sowie belastbare KPI sind weniger relevant für die PropTechs als Erfolgsfaktoren im Fundraising. Dies mag vor allem für frühphasige Finanzierungsrunden gelten.

Erwartungsgemäß decken sich die Top KPIs der PropTechs weitestgehend mit denen der Investoren (die diese ja sicherlich auch den PropTechs, in die sie investiert sind, klar kommunizieren).

Rang	Erfolgsfaktor im Fundraising	Mittelwert
1	Marktpotenzial	4,39
2	Starkes Geschäftsmodell	4,3
3	Klare Mission und Strategien	4,15
4	Persönlichkeitsmerkmale der Gründer	4,09
5	Motivation, Begeisterungsfähigkeit und Leidenschaft	4,04
6	Innovative Technologie	4,02
7	Produkt- und Technologieeigenschaft	3,75
8	Belastbare KPI	3,66
9	Track Record eigener, bereits erfolgreicher Unternehmer der Gründung	3,49

Tab. 11: Erfolgsfaktoren im Fundraising

4.2.2 EXPANSION

Um die Skalierungsmöglichkeiten beurteilen zu können, enthielt der Fragebogen zur Studie mehrere Angaben zur Expansionstätigkeit.

Betrachtet man ausschließlich den deutschen Markt, so haben die teilnehmenden PropTechs durchschnittlich nur einen weiteren Standort neben ihrem Hauptstandort in Deutschland. Von 229 Teilnehmenden machten hier allerdings auch 63 keine Angabe (davon waren 18 Unternehmen Conquerer) und 82 haben nur einen Hauptstandort. Fraglich ist, ob die Anzahl der Standorte innerhalb eines Landes ein Kriterium für die Expansionsfähigkeit und -tätigkeit eines PropTechs sein kann. Ein digitales Produkt erfordert nicht unbedingt eine flächendeckende Präsenz.

ANZAHL VON STANDORTEN (NEBEN DEM HAUPTSTANDORT) IN DEUTSCHLAND

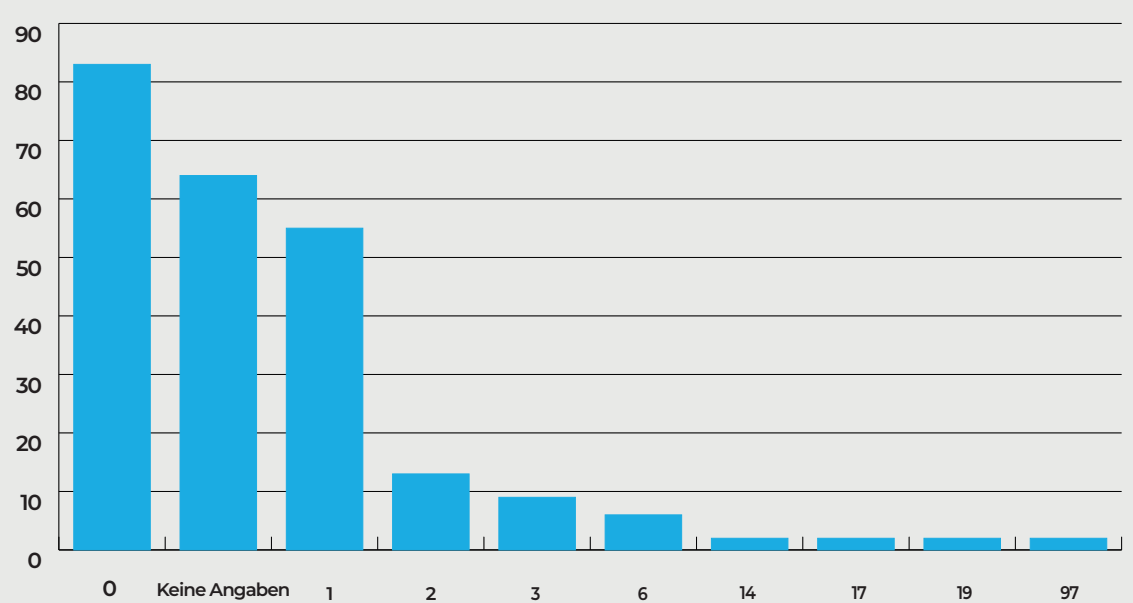


Abb. 22: Anzahl der PropTech Standorte in Deutschland neben dem Hauptstandort

64,2 % der PropTechs sind zudem bereits außerhalb des deutschen Marktes tätig. Hier sind Österreich (31,9%), Schweiz (29,3%), Niederlande (11,8%) und UK (10,5%) mehrheitlich die Ländermärkte, in denen sie aktiv sind. USA ist mit 7,9% das meistgenannte Land außerhalb des europäischen Kontinents.

SEID IHR BEREITS AUSSERHALB DES DEUTSCHEN MARKTES TÄTIG?

Conquerer	60	26,2%
Early Stage	13	5,7%
Grown Up	74	32,3%
Summe:	147	64,2%

Im Durchschnitt agieren die Teilnehmenden, welche Angaben machten, bereits in 5 Ländermärkten.

Zukünftige Expansionen planen ebenfalls 78,6% der PropTechs.

GEPLANTE EXPANSION IN WEITERE LÄNDERMÄRKTE

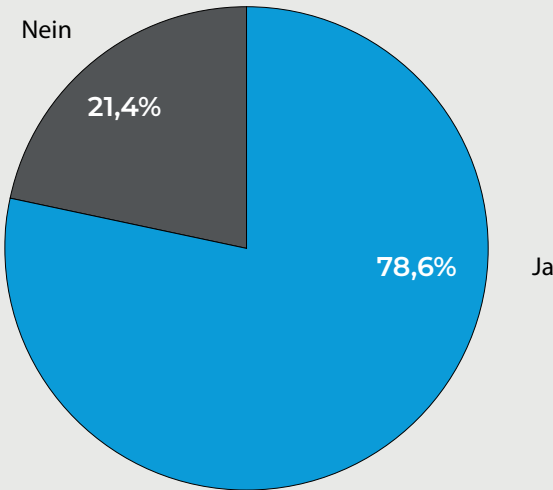


Abb 23: Geplante Expansion in weitere Ländermärkte

TOP 10 WELTWEIT IN PROZENT

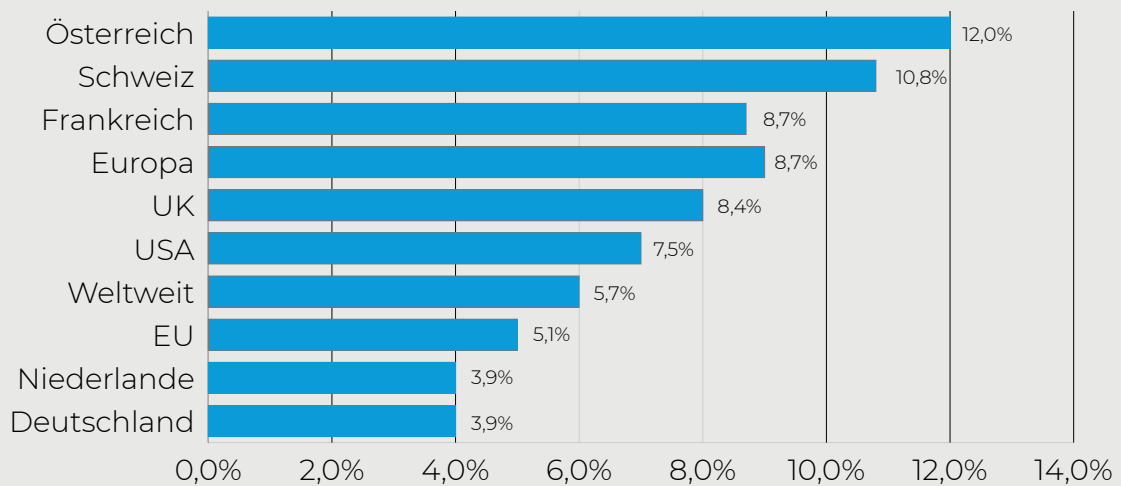


Abb 24: Top 10 Weltweit in Prozent

TOP 10 LÄNDER DER GROWN UPS

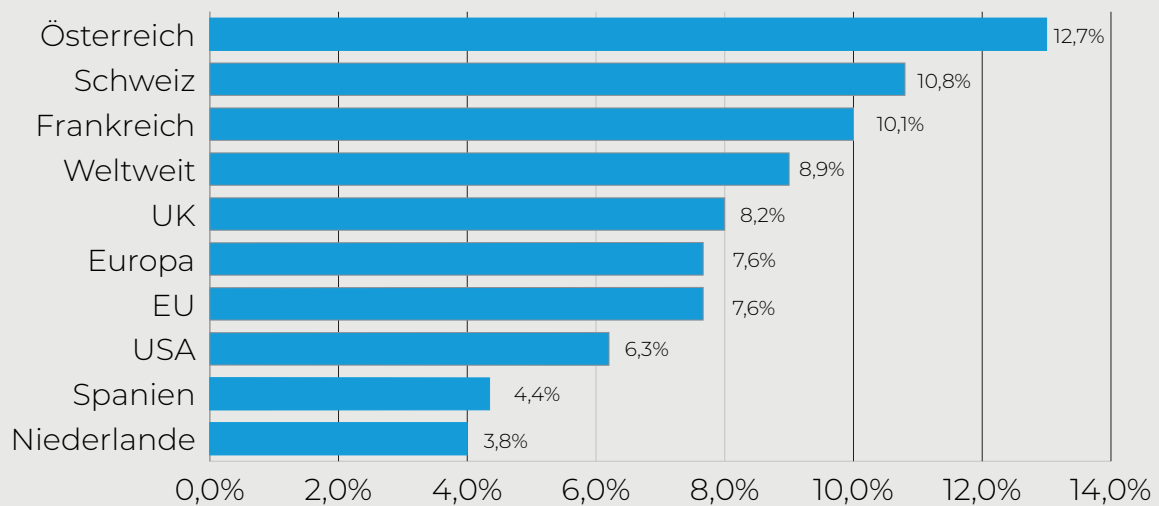


Abb 25: Top 10 Länder der Grown Ups

TOP 10 LÄNDER DER EARLY STAGER

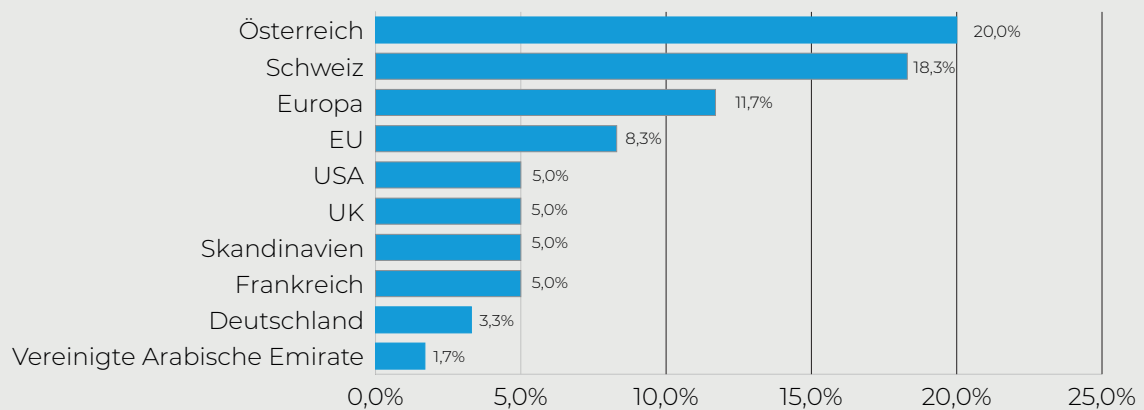


Abb 26: Top 10 Länder der Early Stager

TOP 10 LÄNDER DER CONQUERER

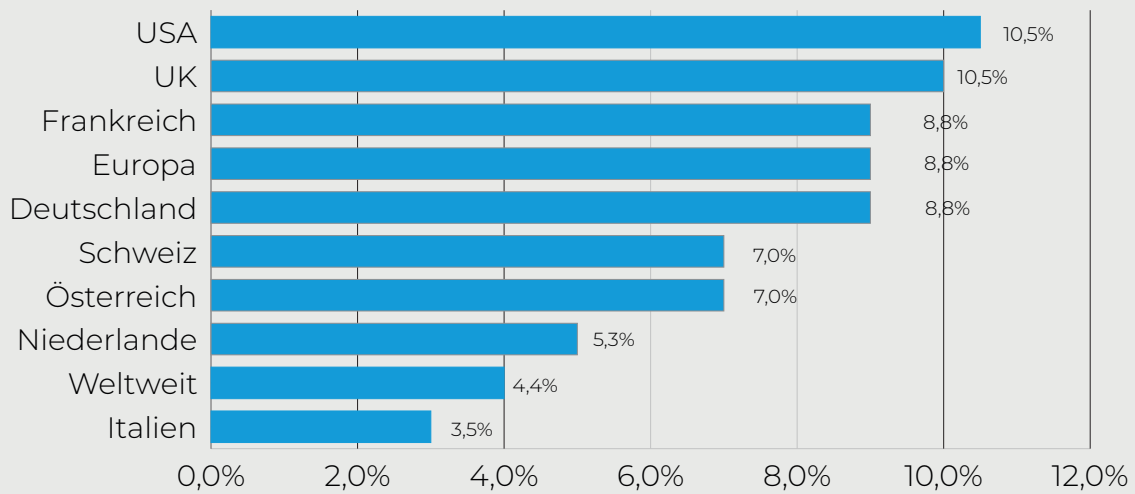


Abb 27: Top 10 Länder der Conquerer

Maßstab für eine expansive Strategie ist nicht nur die regionale, sondern auch die sektorale bzw. produktorientierte Expansion.

In neue Produktmärkte möchten nur 33,2% der PropTechs expandieren. Dies hätte eine Erweiterung des Geschäftsmodells und einen erheblichen Mehraufwand in der Entwicklung der angebotenen digitalen Lösungen zur Folge. Hier erscheint das Antwortverhalten konsequent, da sich vor allem viele Early Stager zunächst auf ein Produkt konzentrieren, das per se i.d.R. hohe Anfangsinvestitionen in Form von Programmier-tätigkeiten erfordert.

35

GEPLANTE EXPANSION IN WEITERE PRODUKTMÄRKTE IN DEN NÄCHSTEN 12 MONATEN

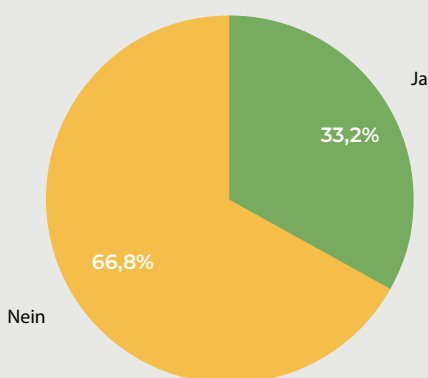


Abb. 28: Geplante Expansion in weitere Produktmärkte in den nächsten 12 Monaten

Interessante Antworten ergaben sich bei der Frage, in welche Produktmärkte die 33,2% der Teilnehmenden expandieren möchten. Ein breites Spektrum an Produktideen liegt im Bereich ESG-Datenerfassung und -analyse und der dafür notwendigen Gebäudeinfrastruktur. Ein Cluster neuer Produkte lässt sich auch rund um das Thema Asset Management, Finanzen, Portfolio- und Vermögensverwaltung bilden. Dies sind genau die Wertschöpfungsstufen, in denen die PropTechs noch nicht schwerpunktmäßig aktiv sind (siehe Kapitel 2).

Weitere häufig genannte Cluster neuer Produkte sind Bau(stellen)- und lieferkettenlogistische Themen oder auch Versicherungen.

Zusammenfassend ist eine deutliche Expansionsdynamik im deutschen PropTech Markt erkennbar, die sich aktuell vor allem auf die internationale Expansion mit einem bestehenden Produkt konzentriert.

ESG ist als einer der wesentlichen Treiber der Immobilienmarktentwicklung in aller Munde und fast zum Buzz- bzw. Unwort in der Immobilienbranche geworden – man denke nur an die Greenwashing-Fälle der letzten Monate. Digitalisierung spielt als Mittel zum Zweck beim Streben nach mehr Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle. Viele Anforderungen werden voraussichtlich nur mithilfe von Technologie gelöst werden können.

„Als PropTech brauche ich keine ESG-Strategie, um eine Funding Runde zu bekommen. Davon ist es nicht abhängig. Das Gesamtpaket muss einfach passen. Eine ESG-Strategie interessiert den Investor vermutlich nicht.“
(Dr. Patrick Bergmann)

Ähnlich wie bei der Digital Leaders in Real Estate Studie liegt daher einer der inhaltlichen Schwerpunkte dieser PropTech-Studie auf den Implikationen der ESG-Regulierung für das Geschäftsmodell der PropTechs. Wie adressieren PropTechs das Thema ESG und sind sie bereits gut aufgestellt, um dem Thema umfassend zu begegnen?

5.1 ESG-BEITRAG VON PROPTechs

Im Rahmen dieser Studie sollten die Teilnehmenden zunächst recht plakativ angeben, ob ihr Produkt zu mehr ESG beiträgt. Darauf antwortete die absolute Mehrheit von 78,2% mit Ja.

TRÄGT DAS PROPTech ZU MEHR ESG BEI?

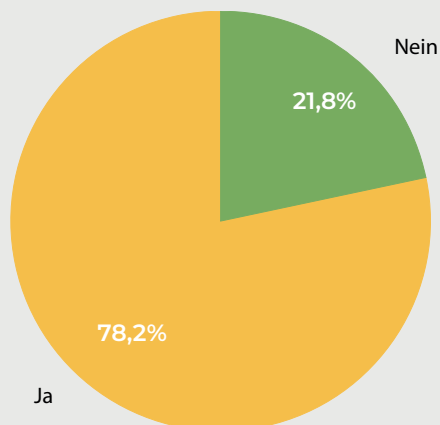


Abb. 29: Trägt das PropTech-Produkt zu mehr ESG bei?

Interessant sind die Wertschöpfungsstufen, in denen PropTechs mit ESG-Beitrag hauptsächlich aktiv sind (siehe Abb. 28). Hier dominieren die Bereiche Projektentwicklung und Property Management – typischerweise Betätigungsfelder, in denen die ESG-Notwendigkeit und der ESG-Impact hoch sind. Der höchste Anteil der PropTechs, deren Produkt nicht zu ESG beiträgt, findet sich in der Wertschöpfungsstufe Vermarkten und Vermitteln – ein zwar von den PropTechs der Studie hoch frequentierter Bereich, der aber keinen unmittelbaren ESG-Bezug erkennen lässt.

ESG-BEITRAG DER PROPTechs NACH WERTSCHÖPFUNGSSTUFEN

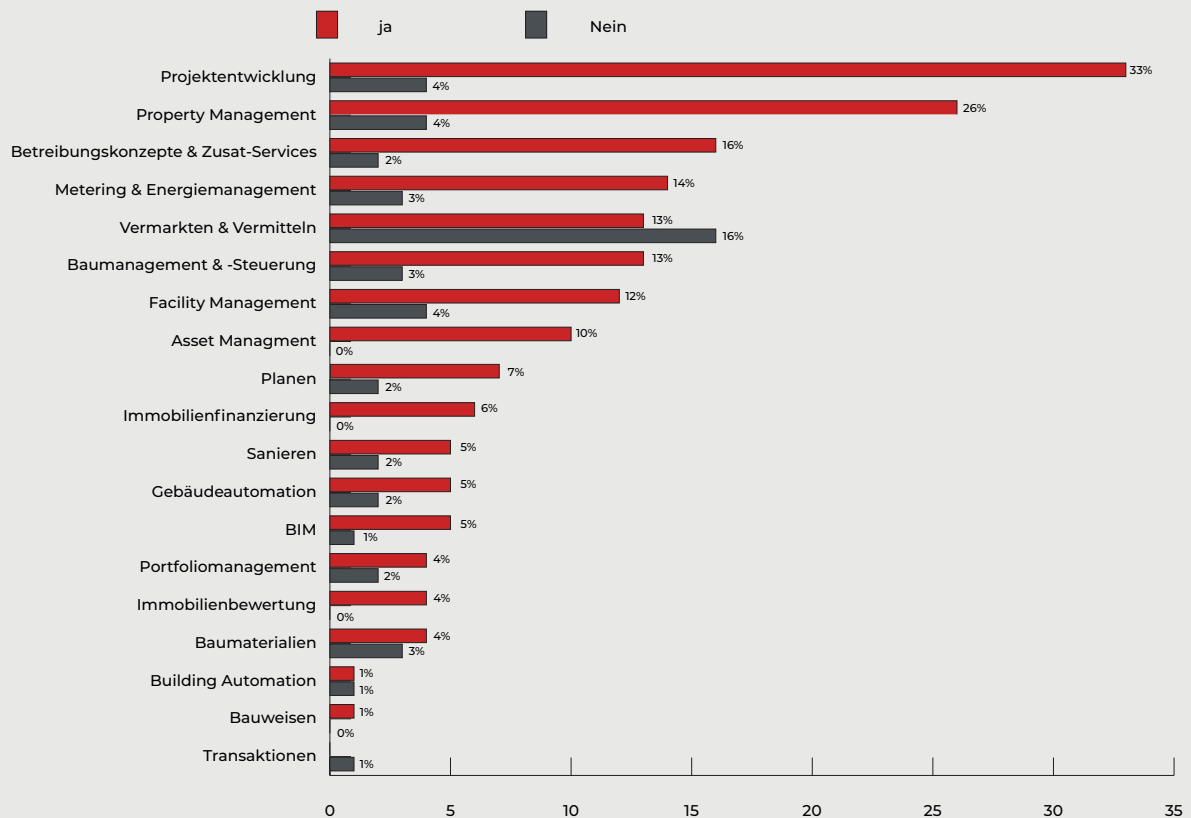


Abb 30: ESG-Beitrag der PropTechs nach Wertschöpfungsstufen

In der Aufteilung der PropTech Cluster sehen vor allem Early Stager einen ESG-Beitrag in ihrem Produkt (81,3%), während der Anteil bei Grown Ups und Conquerers mit 78,1% respektive 76,1% etwas geringer ist

5.2 ESG DRUCK

Nehmen PropTechs bereits Druck durch die ESG-Regulierung auf ihr Geschäftsmodell wahr? Befragt nach der Veränderung ihres Geschäfts aufgrund der gesetzlichen Regulatorik und wachsenden Drucks zu mehr Nachhaltigkeit, sind die Teilnehmenden zwiespalten: ca. 50% sehen keine bzw. kaum Veränderung durch den exogenen Druck, die andere Hälfte nimmt leichte bis starke bzw. zukünftige Veränderungen wahr.

Aufgrund der insgesamt hohen ESG-Relevanz der meisten Geschäftsmodelle der Teilnehmenden ist zu vermuten, dass auch die PropTechs, die hier keine Veränderungen sehen, mit ihren Produkten und Services bereits heute oder zukünftig auf die Lösung von Nachhaltigkeitsherausforderungen für ihre Kunden fokussieren.

Grundsätzlich erscheint die Frage nach dem Druck auf den ersten Blick relativ undifferenziert. Daher sollten die PropTechs im nächsten Schritt angeben, um welchen exogenen Druck es sich dabei aus ihrer Sicht vor allem handelt.

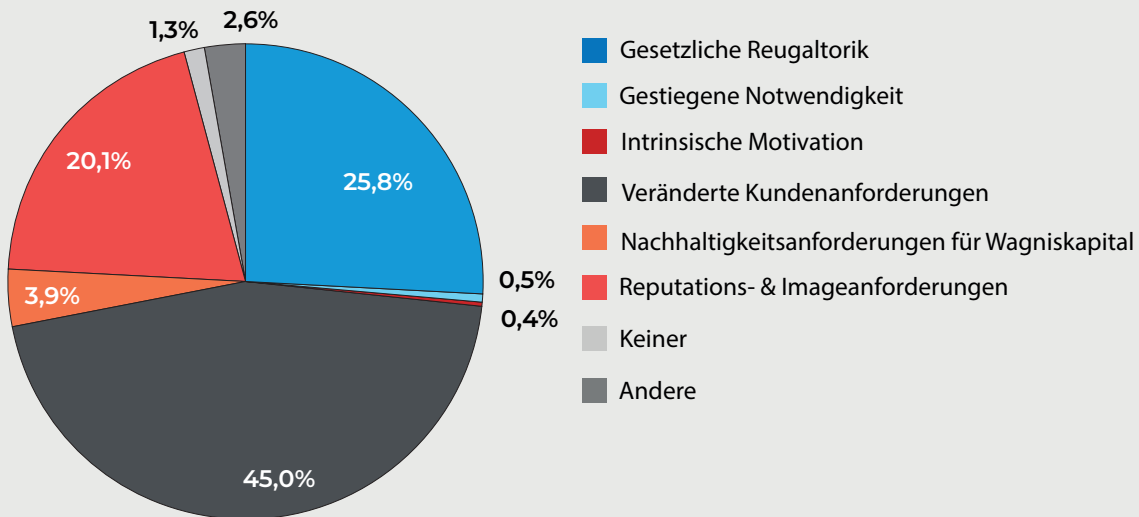


Abb. 31: Art des wahrgenommenen exogenen Drucks zu mehr Nachhaltigkeit

45% der Teilnehmenden konstatieren, dass vor allem veränderte Kundenanforderungen zu mehr Druck auf das eigene Geschäftsmodell führen, der vermutlich durch die veränderten gesetzlichen Anforderungen ausgelöst wird. In der Digital Leaders Studie sah sich immerhin die absolute Mehrheit von 69% der Branchenvertreter mit einem erhöhten bis hohen Druck durch ESG auf ihr Geschäftsmodell konfrontiert. Nur 26% der PropTechs nehmen die gesetzliche Regulatorik direkt als relevantesten exogenen Druck wahr

„Wenn man sein Geschäftsmodell nur darauf auslegt, dass die Regulatorik einem hilft, dann ist das sehr riskant. Sollte sich die Regulatorik verzögern oder nicht in Kraft treten, was meistens der Fall ist, dann ist der Business Case nicht aufgegangen. Deshalb sollte man nicht den Impuls des Geschäftsmodells in der Regulatorik suchen.“ (Dr. Patrick Bergmann)

Veränderte Kundenanforderungen betreffen sowohl die Kunden der PropTechs, etablierte Immobilienunternehmen, als auch die Endkunden, die Immobiliennutzer. Die Forderung nach Nachhaltigkeit entsteht also in beiden Kundensegmenten und erzeugt bei PropTechs Veränderungsdruck.

An dritter Stelle stehen mit 19,0% Reputations- und Imageanforderungen, die mit Kundenanforderungen eng zusammenhängen und die Wichtigkeit der Wirkung des Unternehmens nach außen unterstreichen. Folglich kann sich auch ein PropTech ein nicht nachhaltiges Image kaum noch leisten. Intrinsische Motivation spielt keine Rolle.

Abschließend sollten die PropTechs angeben, wie sich diese wahrgenommenen Veränderungen auf ihr Geschäft ausgewirkt haben. Mehrheitlich resultieren die Veränderungen in neuen Kooperationen und Partnerschaften – auf Top 2 und 3 liegen eine veränderte Kundenansprache und ein gestiegenes Auftragsvolumen. Letzteres lässt sich ggf. damit erklären, dass die ESG-Erfordernisse bei Kunden der Immobilienwirtschaft u.a. eine Digitalisierungswelle ausgelöst haben, da laut Digital Leaders in Real Estate Studie die Priorität der Digitalisierung seit der ESG-Regulierung deutlich zugenommen hat.

AUSWIRKUNGEN DURCH DEN EXOGENEN NACHHALTIGKEITSDRUCK AUF DAS GESCHÄFT DER PROPTechs

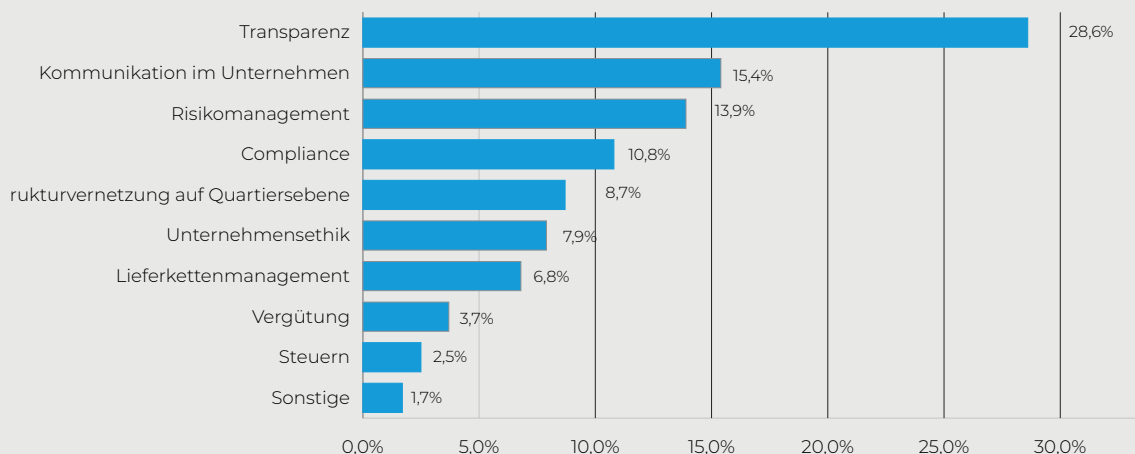


Abb. 32: Auswirkungen durch den exogenen Nachhaltigkeitsdruck auf das Geschäft der PropTechs

Durch diese Auswertung wird deutlich, dass exogener Druck zu mehr Nachhaltigkeit vor allem in einer verstärkten Zusammenarbeit mit Kooperationspartner münden. Dies geschieht vermutlich aus einem lebenden Netzwerkgedanken in der PropTech Szene und der Erkenntnis, dass ein PropTech allein diesen großen Herausforderungen nur schwerlich allein begegnen kann. Im Übrigen deckt sich diese Aussage mit den Ergebnissen der PropTech Germany Studie und der Digital Leaders Studie 2021, in denen Kooperationen ein Schwerpunktthema waren.

5.3 ESG UND PROPTech LÖSUNGEN

E WIE ENVIRONMENTAL

Bereits in der Digital Leaders in Real Estate Studie 2021 wurden etablierte Immobilienunternehmen nach verschiedenen ESG-Bereichen befragt, in denen PropTechs einen Nutzen bringen. Nun sollten die PropTechs selbst angeben, welche Relevanz ihre Lösungen für die drei Themenfelder E, S und G in diversen Unterpunkten besitzen.

Durchschnittlich markierten die PropTechs hier 2,9 von möglichen 11 Bereiche als relevant.

Mehrheitlich sind demnach digitale PropTech Lösungen für die Ressourcenschonung relevant im Bereich E (47,0% der Teilnehmenden, 16,5% aller Antworten)¹⁹. Dicht gefolgt wird dieses sehr breite Themenfeld von CO₂-Neutralität der Immobilien (43,7% bzw. 15,3%). Ab dem Energieverbrauchsmanagement auf Rang 3 der Nennungen verlieren die anderen ESG-Aspekte gegenüber den Top2 deutlich an Relevanz. Dies erscheint nachvollziehbar, da ein Gros der Teilnehmenden in der Betriebsphase der Immobilien aktiv ist (Property Management) und diese Themen auch beim Bau und in der Projektentwicklung (weiteres stark besetzte Wertschöpfungsstufe der Teilnehmenden) eine bedeutende Rolle spielen. Unabhängig davon stellen sie auch in der Digital Leaders Studie sowie im allgemeinen Branchendiskurs den Kern der Diskussionen dar, denn die Top 2 sind eindeutig die drängendsten Themen ob der Klimakrise.

„Energieverbrauchsmanagement gibt es bereits seit vielen Jahren. Die Erfahrung in diesem Bereich ist am größten und die Branche versteht die Thematik. CO₂ ist im Allgemeinen ein einfaches Thema. Jeder kann sich darunter etwas vorstellen. Der Bereich CO₂-Neutralität wird von der Regierung am stärksten vorangetrieben. Es liegen einfache messbare Größen vor. Ressourcenschonung wird ebenfalls von der Regierung stark vorangetrieben, aufgrund der gestiegenen Rohstoffpreise wird über das Thema auch mehr gesprochen als vor ein oder zwei Jahren. E ist also einfach greifbarer.“ (Dr. Patrick Bergmann)

Im Mittelfeld liegen Themen rund um (Strang-)Sanierung und Materialrecycling. Verwunderlich erscheint, dass auch das Thema Metering & Sensorik nur von 22,3% der Teilnehmenden als relevant für ihre eigene Lösung im Bereich E eingestuft wird. In diesem Feld erscheint in der Außenwahrnehmung die Anzahl der Anbieter im Markt und der Wettbewerbsdruck recht hoch.

¹⁹ Mehrfachantworten möglich.

Wie in Abb. 31 zu erkennen ist, erreicht das Thema Dämmung die geringste Relevanz, ist aber auch kein klassisches PropTech Thema. Folglich orientiert sich die Zielrichtung der PropTechs im Bereich E an den Nachhaltigkeitszielen der EU und fokussiert das Erreichen der Klimaziele im Sinne der Co2-Neutralität durch Ressourcenschonung. Dies sind selbstverständlich auch die Bereiche, aus denen die Kunden (Digital Leaders) den höchsten Nutzen im Bereich E aus PropTech Lösungen ziehen möchten.

RELEVANZ DER LÖSUNGEN FÜR ENVIRONMENT

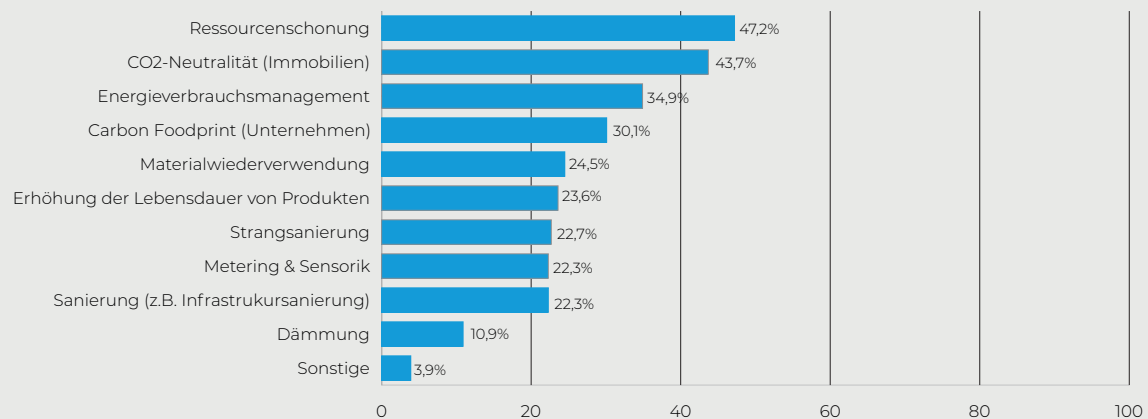


Abb. 33: Relevanz der PropTech Lösungen für das Thema Environment

RELEVANZ DER LÖSUNGEN FÜR SOCIAL

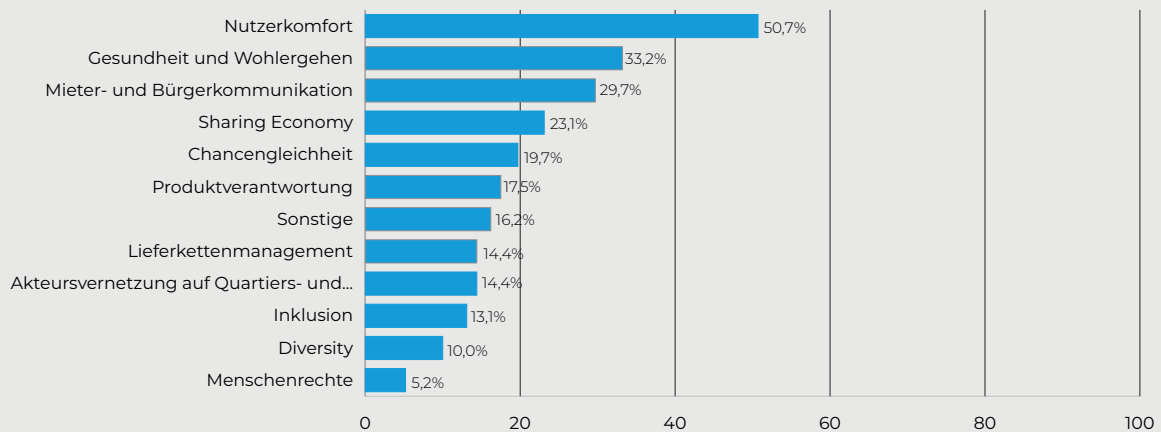


Abb. 34: Relevanz der PropTech Lösungen für das Thema Social

Im Bereich der sozialen Themen steht der Nutzerkomfort als der relevanteste Aspekt, den PropTech Lösungen abdecken, mit deutlichem Abstand im Vordergrund (50,7% der Teilnehmenden, 20,5% aller Antworten). Dies deckt sich mit dem Ergebnis in Abschnitt 5.2, in dem Nachhaltigkeitsdruck vor allem aus veränderten Kundenanforderungen entsteht. Hier ist das Well-Being des Nutzers in der Immobilie ein wesentlicher Treiber im Bereich S. PropTech Lösungen, die Nutzerkomfort abdecken, finden sich sowohl in der Wertschöpfungsstufe Betrieb (Nutzerkomfort entsteht auch durch optimiertes Energiemanagement, digitale Gebäudeinfrastruktur, Reparaturmanagement, Hygiene) als auch in der der Vermittlung/Vermarktung, wo die Interaktion zwischen Eigentümer/Verwalter und Mieter besonders intensiv ist. Beispiele sind diverse Mieter-Apps. Die zweit- und drittplatzierten Aspekte Gesundheit und Wohlergehen sowie Mieter- und Bürgerkommunikation erzielen auch noch eine hohe Anzahl Nennungen, können aber auch als Unterthemen des Nutzerkomforts interpretiert werden. Das Thema Mieterkommunikation wurde in der Digital Leaders Studie am häufigsten als S-Kriterium genannt.

Durchschnittlich markierten die PropTechs hier 2,5 von 12 möglichen Bereiche als relevant.

„Die Social-Faktoren sind im Vergleich zu den Environmental-Faktoren nicht greifbar bzw. messbar. Es ist weder in der Regierung klar was Social bedeutet, noch ist es klar definiert. Mieter- sowie Bürgerkommunikation oder Gesundheit und Wohlergehen sind dann oftmals Faktoren, die in das S fallen. Diese sind allerdings viel schlechter messbar. Das macht das S viel schwieriger als das E.“

(Dr. Patrick Bergmann)

Auf den unteren Rängen finden sich aus Sicht der PropTechs Themen wie Lieferkettenmanagement, Inklusion, Diversity und Menschenrechte, die entweder für die eigentlichen PropTech Lösungen keine hohe Relevanz haben, oder (noch) nicht im Fokus der Produktentwicklung stehen. Gerade diese Aspekte sollten aber im Sinne einer ganzheitlichen Denke auch bei PropTech höhere Priorität einnehmen, sofern sie nicht bereits in die Unternehmenskultur ohnehin integriert sind. Dies könnte in den Punkten Diversity und Inklusion zumindest vermutet werden, da gerade PropTechs häufig divers und interkulturell aufgestellt sind.

„Integrieren kann man ESG schon, nur darauf ausrichten kann man das Geschäftsmodell aber nicht. Ich sehe auch, dass die Unternehmen im Immobilienbereich mit dem Thema CO₂ extrem beschäftigt sind. Das ist allerdings nur ein Faktor von E. Wenn die Unternehmen auch die anderen Faktoren von E in der Pipeline haben, dann sind die Unternehmen schon überfordert. Anschließend sollen sie auch noch S und G angehen. Das ist zurzeit nicht realisierbar. Deshalb sehe ich das Potential nicht wirklich, ESG im Geschäftsmodell noch stärker zu integrieren.“

(Dr. Patrick Bergmann)

RELEVANZ DER LÖSUNGEN FÜR GOVERNANCE

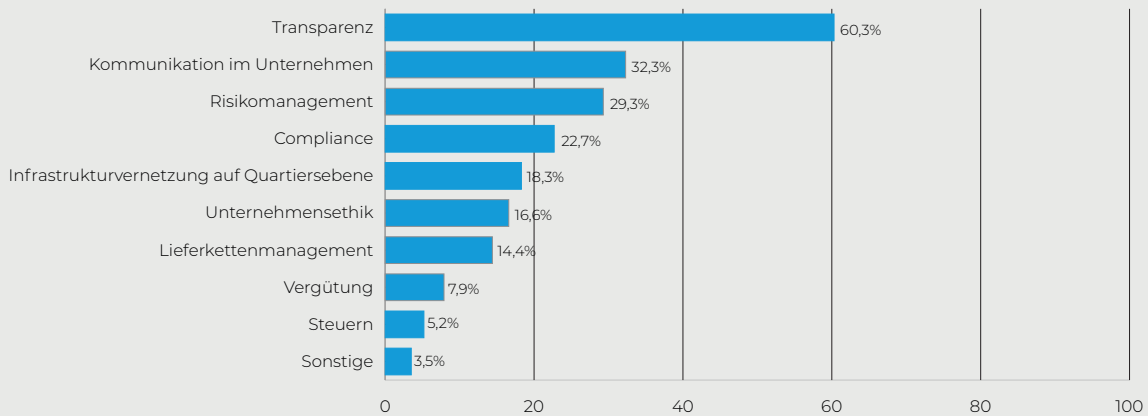


Abb. 35: Relevanz der PropTech Lösungen für das Thema Governance

Gute Governance mag mittlerweile als selbstverständlich erscheinen, ist sie doch schon zeitlich weit über die EU-ESG-Regulierung hinaus im Fokus diverser institutionalisierter Bemühungen der Immobilienwirtschaft.

Durchschnittlich markierten die PropTechs hier 2 von 10 möglichen Bereichen als relevant.

PropTechs sehen die höchste Relevanz ihrer Produkte in der Transparenz (60,3% der Teilnehmenden, 28,6% aller Antworten), die sie vermutlich allein durch die datengetriebene Digitalität ihrer Lösungen erreichen. Mit deutlichem Abstand reihen sich an Position 2 und 3 die Kommunikation im Unternehmen und das Risikomanagement ein. Die (interne) Unternehmenskommunikation stand bei den Digital Leaders hinsichtlich ihres erwarteten Nutzens aus digitalen Lösungen sogar an erster Stelle. Bemerkenswert ist mit Blick auf die Abb. 33 noch, dass das Thema Vergütung zwar für PropTech Lösungen selbst eine geringe Relevanz erreicht, grundsätzlich aber ein wichtiges Themenfeld im Bereich G darstellt, das meist aber von anderen branchenübergreifenden Tech-Anbietern bearbeitet wird.

Spannend zu sehen ist die Fokussierung der PropTechs auf E, S und G auf jeweils gut 2 Bereiche von jeweils mind. 10. Dies zeigt eine deutliche Fokussierung der PropTechs in puncto Nachhaltigkeit.

6 SYNOPSE

Die Ergebnisse der vorliegenden PropTech Germany 2022 werden in der folgenden Übersicht vergleichend zu den Vorgänger-Studien PropTech Germany 2021 und Digital Leaders in Real Estate 2021 präsentiert.

PropTech Germany Studie 2021		Digital Leaders Studie 2021	PropTech Germany Studie 2022	
Methodik	hypothesentestend, quantitativ	hypothesentestend, quantitativ	hypothesentestend, quantitativ	
„Charakteristika deutscher PropTech Markt/ Digital Leaders in Real Estate“	Die Cluster manifestieren sich anhand der Merkmale Gründungs- und Launchjahr sowie Entwicklungsstadium des Produktes. Weitere quantitative Merkmale wie Umsatz und Anzahl der Mitarbeiter deuten in eine ähnliche deutliche Differenzierbarkeit dieser Cluster	Die Unternehmenscluster definieren sich anhand der Unternehmensgröße, gemessen an der Anzahl der Mitarbeiter. Weitere erhobene Merkmale waren zur Clusterung ungeeignet. Nur an wenigen Stellen führt die Clusterung zu deutlichen Unterschieden im Antwortverhalten.	Die Cluster manifestieren sich anhand der Merkmale Gründungs- und Launchjahr sowie Entwicklungsstadium des Produktes. Weitere quantitative Merkmale wie Umsatz und Anzahl der Mitarbeiter deuten in eine ähnliche deutliche Differenzierbarkeit dieser Cluster	
Stimmungsin- dikator Markt- u. Geschäfts- entwicklung PropTechs	Deutlich positive Markteinschätzung mit mehrheitlicher Tendenz zu deutlich mehr Neugeschäft aktuell und in Zukunft	Deutlich positive Markteinschätzung mit mehrheitlicher Tendenz zu deutlich mehr Neugeschäft aktuell und in Zukunft	Ggü. 2021 unverändert deutlich positive Markteinschätzung mit mehrheitlicher Tendenz zu deutlich mehr Neugeschäft aktuell und in der Zukunft	
Stimmungsindi- kator Corona	Der Einfluss auf das Geschäft ist heterogen, jedoch verzeichnen 42% der PropTechs eine Zunahme des Geschäfts im Coronajahr 2020. 67% erwarten zukünftig eine Geschäftsbelebung durch Corona.	Die Corona-Pandemie führte zu einem erhöhten Digitalisierungsdruck innerhalb der Immobilienbranche, der von 72% der Befragten konstatiert wurde. Dies geht einher mit einer spürbaren Verinnerlichung eines Digital Mindset anhand relevanter Kriterien wie Kundenzentriertheit, Agilität und Offenheit.	nicht erhoben	
Hürden im Aufbau des Ge- schäftsmodells	Entscheidungsstrukturen im Establishment	Zugang zu Daten	Zugang zum richtigen Ansprechpartner	„Erfolgsfaktoren“
Hürden im Ver- kauf des Prop- Tech Produktes	Wenig Risikobereitschaft des Establishments	Mangelnde Kenntnis über die Vorteile, die bei der Implementierung entstehen	Klare Positionierung der Produkt-Technologieeigenschaften	
Hürden in der Implementie- rung	Keine Business Priority	Keine Business Priority	Gutes Vertriebsteam zur Durchdringung der Entscheidungsstrukturen beim Kunden	
Kooperationen im PropTech Markt				
zwischen PropTechs	Steigende Kooperationsintensität wird empirisch bestätigt, ebenso die Staffelung der Cluster. Im Vordergrund stehen technische, prozessorientierte und vertriebliche Kooperationen zwischen PropTechs. Die Formen der Kooperation zeigen, zunehmend ein größerer Teil der Wertschöpfungskette abgedeckt werden soll.	nicht erhoben	nicht erhoben	
zwischen PropTechs und Establishment	Bei mehr als 70% horizontaler Kooperationsbereitschaft unter PropTechs, sind die vertikalen Kooperationen mit dem Establishment etwas schwächer, aber mit 51% immer noch mehrheitlich vorhanden. Rund jedes zweite PropTech hat eine Kooperation mit dem Establishment. Treiber sind hier vor allem der Zugang zu neuen Kunden u. Kundengruppen. Für Conquerer überwiegt hier als Treiber der Zugang zu neuen Märkten. Die wesentliche Art der Kooperation ist die strategische Partnerschaft.	58% aller befragten Unternehmen unterhalten Kooperationen mit PropTechs. GU (zu 75%) kooperieren im stärkeren Maße als kleinere Unternehmen. Treiber sind hier vor allem Zugang zu Expertenwissen und die Erschließung neuer Märkte. Die wesentliche Art der Kooperation ist die strategische Partnerschaft - vor allem für GU. Digital Leaders kooperieren vor allem aus dem Grund der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und Produkte mit PropTechs, dann präferiert als Co-Creation Modell.	nicht erhoben	

Schlüsselpositionen und Influencer	Wesentliche Influencer sind die operativ verantwortliche Fachabteilung, der CEO und die budgetverantwortliche Führungskraft der Fachabteilung. Bei den Entscheidern wird mehrheitlich der CEO an erster Stelle genannt, gefolgt von der budgetverantwortlichen Führungskraft und der operativen Fachabteilung. Die Rolle des CIO/CDO wird hier nur in geringem Maß als Influencer oder Entscheider gesehen, am ehesten noch von Conquerers. Die Cluster nennen die für sie wesentlichen Entscheider in unterschiedlicher Reihenfolge. Die Dominanz des CEO bei Influencern und Entscheidern könnte ein Hinweis darauf sein, dass Digitalisierung in den Unternehmen nach wie vor auf strategischer Ebene getroffen werden bzw. Grundsatzentscheidungen zu sein scheinen.	Wesentlicher Influencer ist der eigene CEO sowie die operativ verantwortliche Fachabteilung, gefolgt vom CIO/CDO. Bei den Entscheidern wird mehrheitlich ebenfalls der CEO an erster Stelle genannt, gefolgt von der budgetverantwortlichen Führungskraft und dem CIO/CDO. Die Digital Leaders sind zu 76,2% davon überzeugt, dass die richtigen Personengruppen mit den Entscheidungen zu PropTech-Lösungen betraut sind.	nicht erhoben
ESG			
Priorität und Adaption		Erhöhte bis hohe Priorität bei 80% der Unternehmen	78% der PropTechs trägt mit ihren Produkten zu ESG bei
„Druck zu mehr - Digitalisierung - Nachhaltigkeit durch ESG „		69% aller Befragten sehen einen erhöhten bis hohen Druck zur Digitalisierung durch ESG. 27% sehen das Thema ESG als neutral im Hinblick auf die Digitalisierung.	„Ca. 50% sehen keine bzw. kaum Veränderung auf ihr Geschäftsmodell durch den exogenen Druck, die andere Hälfte nimmt leichte bis starke bzw. zukünftige Veränderungen wahr. Art des Drucks: vor allem veränderte Kundenanforderungen.“
Wesentliche E-Faktoren		Metering/Energiemanagement, Ressourcenverbrauch, Co ² -Neutralität	Ressourcenschonung, CO ² -Neutralität, Energiemanagement
Wesentliche S-Faktoren		Mieterkommunikation, Lieferkettenmanagement, Gesundheit	Nutzerkomfort, Gesundheit, Mieter- u. Bürgerkommunikation
Wesentliche G-Faktoren		Kommunikation im Unternehmen, Compliance, Unternehmensethik	Transparenz, Kommunikation im Unternehmen, Risikomanagement
Skalierung			
Investmentaktivität in PropTech		In den frühen Finanzierungsrunden (Seed, Series A) liegt das durchschnittliche Investment aktuell bei Investitionssummen kleiner 50.000€ bis max. 5 Mio. €. In den späteren Runden (Series B – Later Stage) steigt das durchschnittliche Investment auf maximal 20 Mio. Euro. In den späteren Investimentphasen zeigt sich, dass die Investoren mehrheitlich einen Betrag investieren, der bei durchschnittlich 5 Mio. Euro liegt.	„Mehr als die Hälfte der PropTechs (50,7%) betrachten die Investmentaktivität als leicht bis stark gestiegen. Rund 20% der PropTechs und hier die Mehrzahl der Antwortenden hat noch kein Kapital eingesammelt. Fast ebenso viele PropTechs konnten bereits bis zu 1 Mio. € Investmentkapital akquirieren, während 13 sogar über 10 Mio. € von Investoren eingesammelt haben.“
Erfolgsfaktoren für PropTech Investment		Persönlichkeitsmerkmale der Gründer, ein starkes Geschäftsmodell, Marktpotenzial	Marktpotenzial, starkes Geschäftsmodell, klare Mission und Strategie

7 FAZIT & AUSBLICK

„PropTechs have grown up and they have proven their impact.“

So lassen sich die wesentlichen Erkenntnisse dieser Studie in einem Satz zusammenfassen.

PropTechs sind Treiber der Transformation, der Digitalisierung und notwendiger Innovation in der Bau- und Immobilienwelt. Deshalb analysierte die PropTech Germany Studie 2022 erneut die Relevanz und Bedeutung von PropTechs im deutschen Markt, ihre Marktposition und -perspektive sowie die Erfolgsfaktoren für ihr Wachstum.

Da PropTechs direkt mit der Immobilienwirtschaft verknüpft sind und ein Großteil bereits für bzw. mit der etablierten Unternehmenswelt arbeitet, hat der Reifegrad von PropTechs Aussagekraft über den Stand der Veränderungen in der Branche.

Die Studie vervollständigt eine Facette der Digitalisierungs- und Nachhaltigkeitsdebatte dieses Wirtschaftssektors, indem die eigene Sichtweise der PropTechs intensiv beleuchtet wurde.

Die Kernergebnisse der Studie zeigen:

DER REIFEGRAD DER PROPTechs NIMMT ZU

Gestiegene Mitarbeiterzahlen, gestiegene Jahresumsätze und messbare Weiterentwicklungen der PropTech Lösungen lassen klar erkennen, wie gereift der PropTech Sektor ist.

46

DIE STIMMUNG DER PROPTechs UND IHR BLICK IN DIE ZUKUNFT SIND OPTIMISTISCH

Deutlich mehr Neugeschäft, auch von internationalen, nach Deutschland expandierenden PropTechs, beweist, dass nicht nur mit Bestandskunden mehr Projekte oder der Rollout nach der Pilotphase stattfinden, sondern eine steigende Anzahl an Bau- und Immobilienunternehmen sich für die Kooperation mit PropTechs geöffnet haben. Der überwältigend hohe Anteil an PropTechs mit optimistischem Blick auf die eigenen Marktentwicklung in Zukunft weist auf volle Pipelines und die deutlich gestiegene Nachfrage des Marktes hin: gute Vorzeichen also für PropTechs in den kommenden Jahren.

DIE ERFOLGSFAKTOREN FÜR PROPTechs SIND SALES & MARKETING

Ein gutes Tech Produkt bleibt sicher die Basis, doch die Erkenntnis des Wertes und der Relevanz von Vertrieb, Kommunikation, Sales und Marketing sind eindeutig auffällig. Der Need, Zugang zu einem starkem Netzwerk in der Immobilienwirtschaft zu haben, die richtigen Ansprechpartner zu identifizieren und die Entscheidungsstrukturen beim Kunden mit einem starken Vertriebsteam zu durchdringen, sind essentiell und sprechen als Erkenntnisse der PropTechs eine klare Sprache. Die Umsetzung eines cleveren Marketingkonzepts als Wettbewerbsvorteil in Kombination mit der klaren Kommunikation der Produkteigenschaften – in der Sprache des Kunden – sind als Schlüssel zum Erfolg identifiziert.

Verglichen mit anderen Wirtschaftssektoren weist auch diese Businesserkenntnis auf den gestiegenen Reifegrad – damit auch auf den offenen Wettbewerb in einem Markt mit durchaus hohen Eintrittsbarrieren – hin. Die Entwicklung des PropTechs Sektors wird sich – durch gesteigerte Präsenz und Wahrnehmung im Markt – nochmals steigern. Die ESG-Regulierung ist hier ein klar identifizierter Beschleuniger.

WAGNISKAPITAL BESCHLEUNIGT DIE ENTWICKLUNG DER PROPTechs

Es braucht Umsatz und klar messbare Erfolgs-KPIs, um erfolgreiche Finanzierungsrunden zu durchlaufen. Das WIE ist den PropTechs mittlerweile gut bekannt. Da Wagniskapital Wachstum ermöglicht und gleichzeitig o.g. essentielle Vertriebs- und Marketingaktivitäten überhaupt erst finanziert, bleibt es für PropTechs weiterhin entscheidend, das richtige Setup für das Einsammeln von Kapital zu haben. Auch wenn hier möglicherweise ein Zirkelschluss vorliegt: Wenn es gelingt, Kapital einzusammeln, wird dies die Entwicklung des PropTech-Sektors auch zukünftig weiter beschleunigen.

EXPANSION WIRD WICHTIGER WACHSTUMSFAKTOR FÜR PROPTechs

PropTech wird internationaler. Nicht nur, dass Conquerer zunehmend wirtschaftlich erfolgreich im deutschen Markt unterwegs sind - auch deutsche Start Ups sind bereit und planen zukünftig Expansion in andere Ländermärkte. Auch Expansion im Sinne neuer Produktmärkte steht auf dem Programm. Relevante Bereiche wie der Bereich der ESG-Datenerfassung und -Analyse bzw. der dafür notwendigen Gebäudeinfrastruktur sowie Wertschöpfungsstufen, in denen PropTechs bisher schwerpunktmäßig noch nicht aktiv sind wie Asset Management, Portfolio- und Vermögensverwaltung bzw. Finanzen wurden hier bereits durch die Teilnehmenden identifiziert. Expansion wird also ein wichtiger Wachstumsfaktor für den PropTech Sektor und daher mit entsprechenden finanziellen Möglichkeiten seitens der VC-Investoren sicher noch zunehmen.

ESG IST VERÄNDERUNGS- UND ERFOLGSFAKTOR FÜR DEN PROPTech SEKTOR

Wenig überraschend aber erstmals klar messbar: PropTechs tragen nicht nur zur Digitalisierung, sondern vor allem zu mehr Nachhaltigkeit bei.

Die ESG-Regulatorik, aber vor allem die sich allgemein verändernden Kundenanforderungen Richtung Nachhaltigkeit, wirken als Beschleuniger der Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft und damit als Erfolgstreiber für PropTechs, da sie mehrheitlich bereits einen ESG-Fokus ihrer digitalen Lösung anbieten können.

Am deutlichsten im Bereich E, doch auch zu einigen Aspekten von S wie Gesundheit und Wohlergehen bzw. Komfort oder auch G, wie insbesondere Daten zu mehr Transparenz. ESG stellt eine große Herausforderung für die gesamte Immobilienbranche dar. Bei den PropTechs sorgt der dadurch erzeugte exogene Druck in erster Linie für veränderte Kundenansprüche und gestiegenes Auftragsvolumen, den sie mit neuen Kooperationen und Partnerschaften bewältigen.

Die deutsche PropTech-Szene ist erwachsen geworden. Die Stimmung und die Perspektive sind gut. Die relevanten Erfolgsfaktoren sind erkannt und avisiert. Wirtschaftlicher Erfolg ist gestiegen. Nachhaltigkeitsdruck und -forderungen bringen neue Geschäfts- und Entwicklungschancen für PropTechs, weil sie mit ihrem Setup, ihrer Agilität und Flexibilität schnell und innovativ Lösungen entwickeln können.

„PropTechs [können] neue Lösungen deutlich schneller und unkomplizierter anbieten. Auch die Digitalisierung [...] ist ein Teil, den PropTechs voranbringen können. Innovationen können von PropTechs leichter umgesetzt werden, da keine starren internen Strukturen vorliegen. Dinge neu denken, Dinge anders denken ist die Stärke der PropTechs und die Schwäche der großen etablierten Unternehmen.“

Kurzgefasst: Die Relevanz von PropTechs, ihr Reifegrad, ihre Marktdurchdringung und ihr wirtschaftlicher Erfolg sind im Vergleich zu 2021 gestiegen. Die exogenen Marktbedingungen, getrieben durch Regulatorik und veränderte Kundenanforderungen, lassen die PropTechs optimistisch auf die vor ihnen liegende Skalierung schauen. ESG als Treiber für Digitalisierung und Innovation spielt eine herausgehobene Rolle auf dem weiteren Weg dieses Tech Sektors, der schon heute einen entscheidenden Beitrag für mehr Nachhaltigkeit der Bau- und Immobilienwirtschaft leistet und künftig umso mehr leisten wird.

8 LITERATUR-, ABBILDUNGS-, TABELLENVERZEICHNIS

Literaturverzeichnis

- Blackprint (2022): PropTech VC Report 2021 / 2022, https://www.blackprint.de/wp-content/uploads/2022/02/blackprint-VC-PropTech-Report-2021_22_final.pdf
- Experteninterview mit Bergmann, Patrick (2022): ESG, Regulatorik und PropTech Views. Die wörtlichen Zitate in der Studie entstammen diesem Experteninterview.
- Höpfner, Daniel (2019): Wie läuft das Fundraising bei Startups ab? Eine realistische Timeline, <https://www.businessinsider.de/gruenderszene/business/finanzierung-fundraising-ablauf-timeline/>
- TH Aschaffenburg/blackprint/brickalize! (2020) PropTech Germany 2020 Studie, <https://proptechgermanystudie.de/wp-content/uploads/2021/03/PropTech-Germany-Studie-2020.pdf>
- TH Aschaffenburg/blackprint/brickalize! (2021) PropTech Germany 2021 Studie, <https://proptechgermanystudie.de/wp-content/uploads/2021/04/PropTech-Germany-2021-Studie.pdf>
- TH Aschaffenburg/blackprint/brickalize! (2022) Digital Leaders in Real Estate Germany 2021 Studie, https://proptechgermanystudie.de/wp-content/uploads/2021/11/Digital-Leaders-Studie-2021_24-11-2021.pdf
- ZIA/EY Real Estate (2021) Erfolgsfaktor Automatisierung: Sechste Digitalisierungsstudie ZIA und EY Real Estate, https://zia-deutschland.de/wp-content/uploads/2021/08/2021_EY-Real-Estate-ZIA_Digitalisierungsstudie_Erfolgsfaktor_Automatisierung_final.pdf

49

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: PropTech Umsätze 2021	S.10
Tab. 2: Relevante Technologien aus Sicht der Digital Leaders 2021	S.12
Tab. 3 Top 5 Technologien im Vergleich	S.12
Tab. 4: Clusterung der teilnehmenden PropTechs	S.14
Tab. 5: Clusterung der PropTechs im Jahresvergleich	S.14
Tab. 6: Erfolgsfaktoren für das Unternehmenswachstum der PropTechs	S.22
Tab. 7: Top 5 der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Wachstum bei Early Stagern	S.24
Tab. 8: Top 5 der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Wachstum bei Grown Ups	S.24
Tab. 9: Top 5 der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Wachstum bei Conquerern	S.24
Tab. 10: Wichtigste KPIs im Vergleich	S.26
Tab. 11: Die wichtigsten KPIs für PropTechs	S.26
Tab. 12: Erfolgsfaktoren im Fundraising	S.33

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Einordnung der PropTech Unternehmen nach Tech-Typen	S.7
Abb. 2: Gründungsjahre der teilnehmenden PropTechs	S.8
Abb. 3: Entwicklungsstadium der PropTech Produkte	S.8
Abb. 4: Zielgruppen der PropTechs	S.9
Abb. 5: Mitarbeiteranzahl der PropTechs (Vollzeitäquivalenz)	S.9
Abb. 6: Entwicklung der PropTech Umsätze 2020 zu 2021	S.10
Abb. 7: Umsätze nach Entwicklungsstadium der PropTech Produkte	S.11
Abb. 8: Basistechnologien der PropTech Produkte	S.11
Abb. 9: Stages der Unternehmen, die keine API haben	S.15
Abb. 10: Wertschöpfungsstufen nach PropTech Clusterung	S.16
Abb. 11: Assetklassen in denen PropTechs aktiv sind	S.17
Abb. 12: PropTech Umsätze nach Assetklassen	S.18
Abb. 13: Einschätzung der Auftragslage in 2021	S.19
Abb. 14: Einschätzung der Auftragslage 2022-2024	S.20
Abb. 15: PropTechs mit erfolgreicher Finanzierungsrunde in 2021	S.26
Abb. 16: Eingesammeltes Investmentkapital der PropTechs (in Prozent)	S.27
Abb. 17: Eingesammeltes Investmentkapital der einzelnen Stages (in Prozent)	S.28
Abb. 18: Länge des Fundraising Prozesses in Monaten	S.29
Abb. 19: Stimmungsindikator der Investitionsbereitschaft in PropTech	S.29
Abb. 20: Stimmungsindikator der Investitionsbereitschaft in PropTech	S.30
Abb. 21: Aktivste PropTech Investorentypen	S.31
Abb. 22: Anzahl der PropTech Standorte in Deutschland neben dem Hauptstandort	S.32
Abb. 23: Geplante Expansion in weitere Ländermärkte	S.33
Abb. 24: Top 10 Länder Weltweit in Prozent	S.34
Abb. 25: Top 10 Länder der Grown Ups	S.34
Abb. 26: Top 10 Länder der Early Stager	S.34
Abb. 27: Top 10 Länder der Conquerer	S.35
Abb. 28: Geplante Expansion in weitere Produktmärkte in den nächsten 12 Monaten	S.35
Abb. 29: Trägt das PropTech-Produkt zu mehr ESG bei?	S.36
Abb. 30: ESG-Beitrag der PropTechs nach Wertschöpfungsstufen	S.37
Abb. 31: Art des wahrgenommenen exogenen Drucks zu mehr Nachhaltigkeit	S.38
Abb. 32: Auswirkungen durch den exogenen Nachhaltigkeitsdruck auf das Geschäft der PropTechs	S.39
Abb. 33: Relevanz der PropTech Lösungen für das Thema E	S.41
Abb. 34: Relevanz der PropTech Lösungen für das Thema Social	S.41
Abb. 35: Relevanz der PropTech Lösungen für das Thema Governance	S.43