

fmn '11 – FM-Nutzerkongress in Düsseldorf

Was ist eigentlich „gutes FM“?

**Stellenwert von Real-Estate- und Facility-Management-Abteilungen
Konzeptüberlegungen zur Entwicklung einer Benchmark-Studie**

Vortrag zum FM-Nutzerkongress

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführender Gesellschafter Lünendonk GmbH

Kaufbeuren/Düsseldorf, April 2011

LÜNENDONK



Ihr Gesprächspartner

Jörg Hossenfelder

- Geschäftsführender Gesellschafter
- Studium der Publizistik und Politikwissenschaft in Mainz und Bologna mit Schwerpunkten Öffentliche Meinung und Umfrageforschung
- Freier Journalist bei Print- und TV-Medien
- Seit 2000 Kommunikations-Berater mit Schwerpunkt Business-to-Business-Kommunikation
- Seit 2004 bei der Lünendonk GmbH
- Seit 2005 Geschäftsführer der Lünendonk GmbH, Gesellschaft für Information und Kommunikation, Kaufbeuren



Was ist eigentlich „gutes FM“?

- Alles outgesourct?
- Betriebskosten gesenkt?
- Richtlinien und Normen eingehalten?
- Objektmanagement installiert?
- Einkauf zufriedengestellt?
- Wert(e) gesteigert?



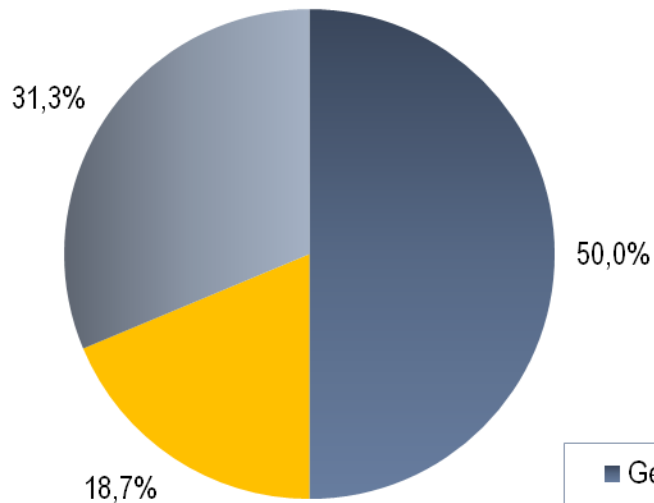
ODER ETWA ETWAS GANZ ANDERES?

Einstieg: Einkauf von Facility Management

Entwicklung des Facility-Management-Volumens 2009

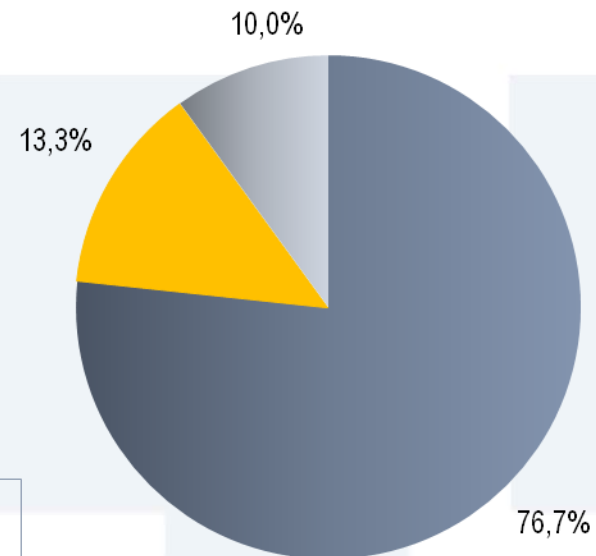
Mittelwerte – Angaben in Prozent

im eigenen Unternehmen



n = 32

auf dem Gesamtmarkt

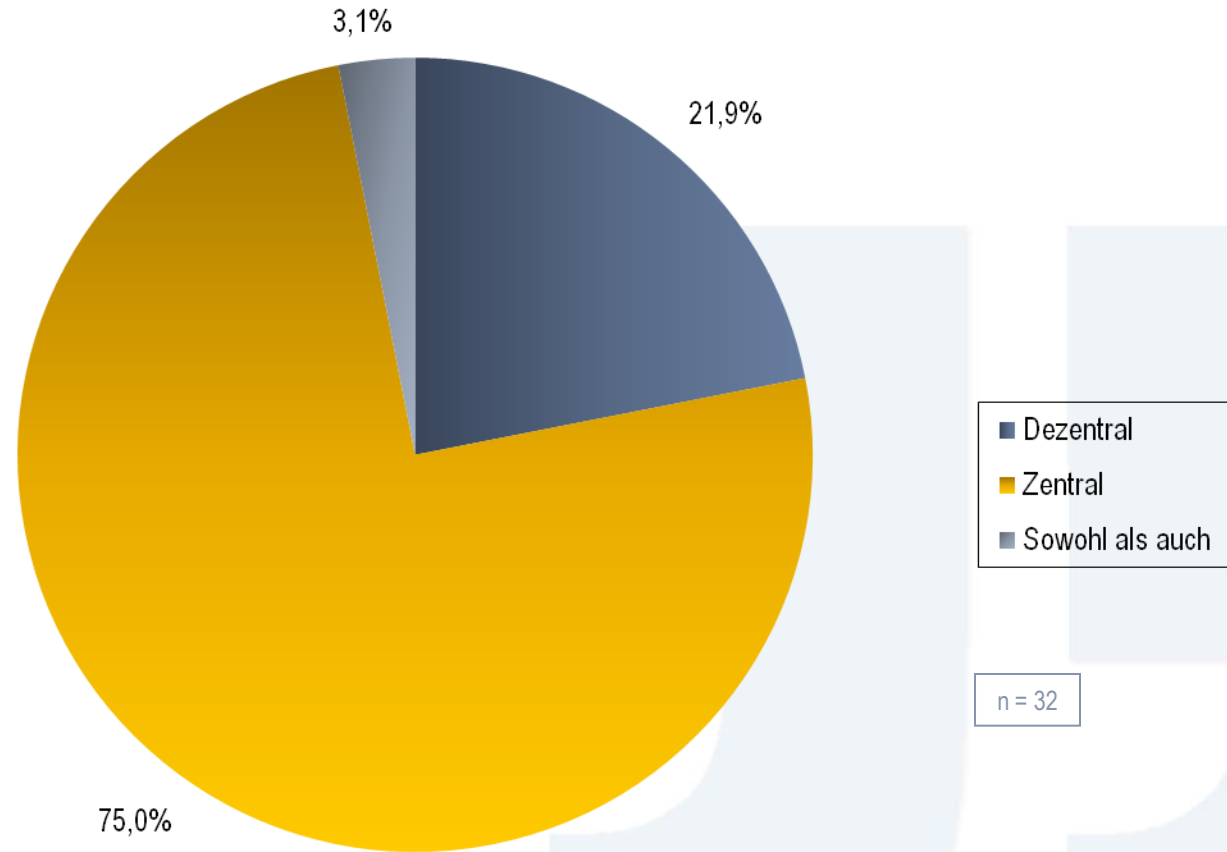


n = 30

- Gestiegen
- Konstant
- Gesunken

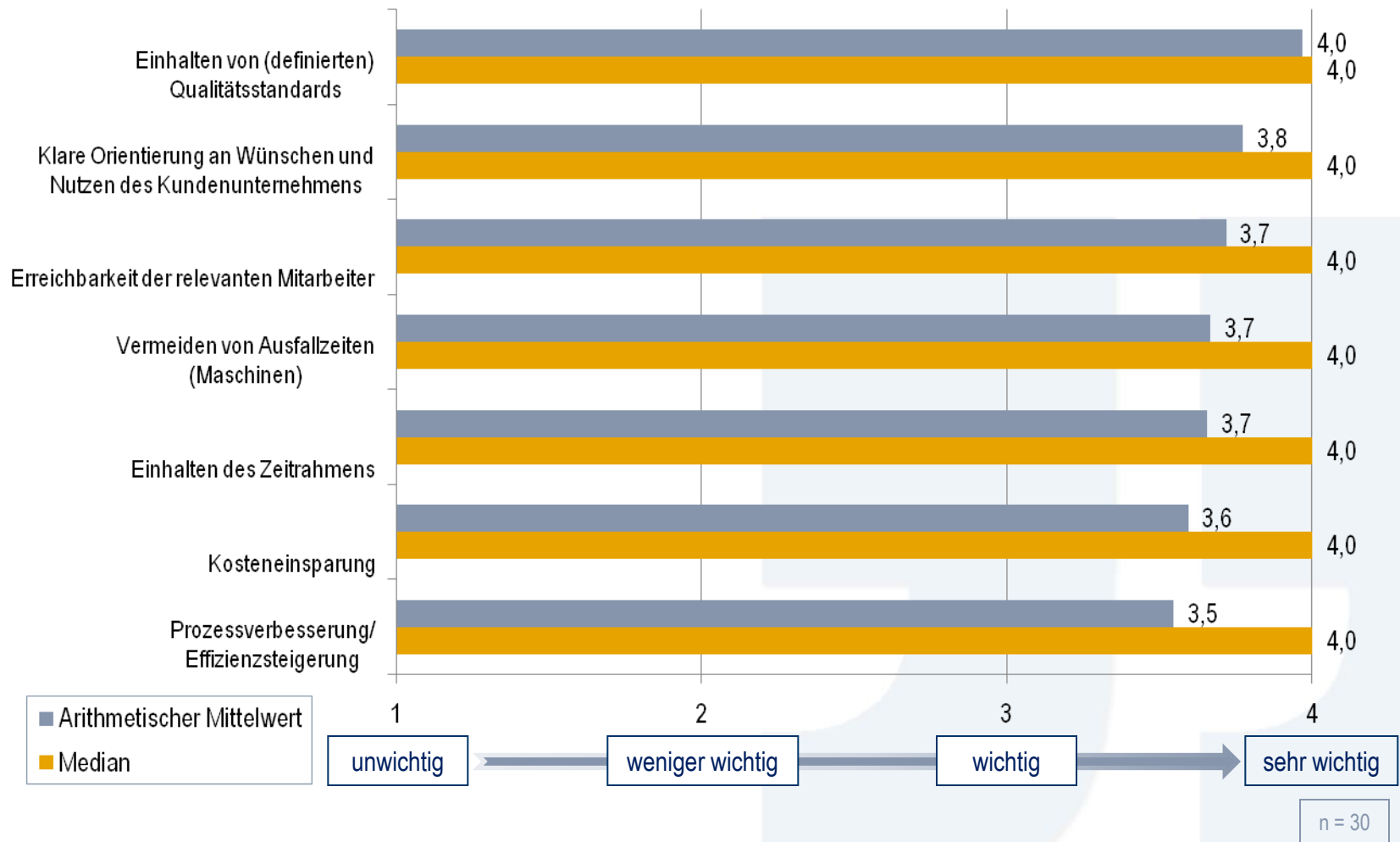
Organisation des Einkaufs von Facility Management

Mittelwerte – Angaben in Prozent



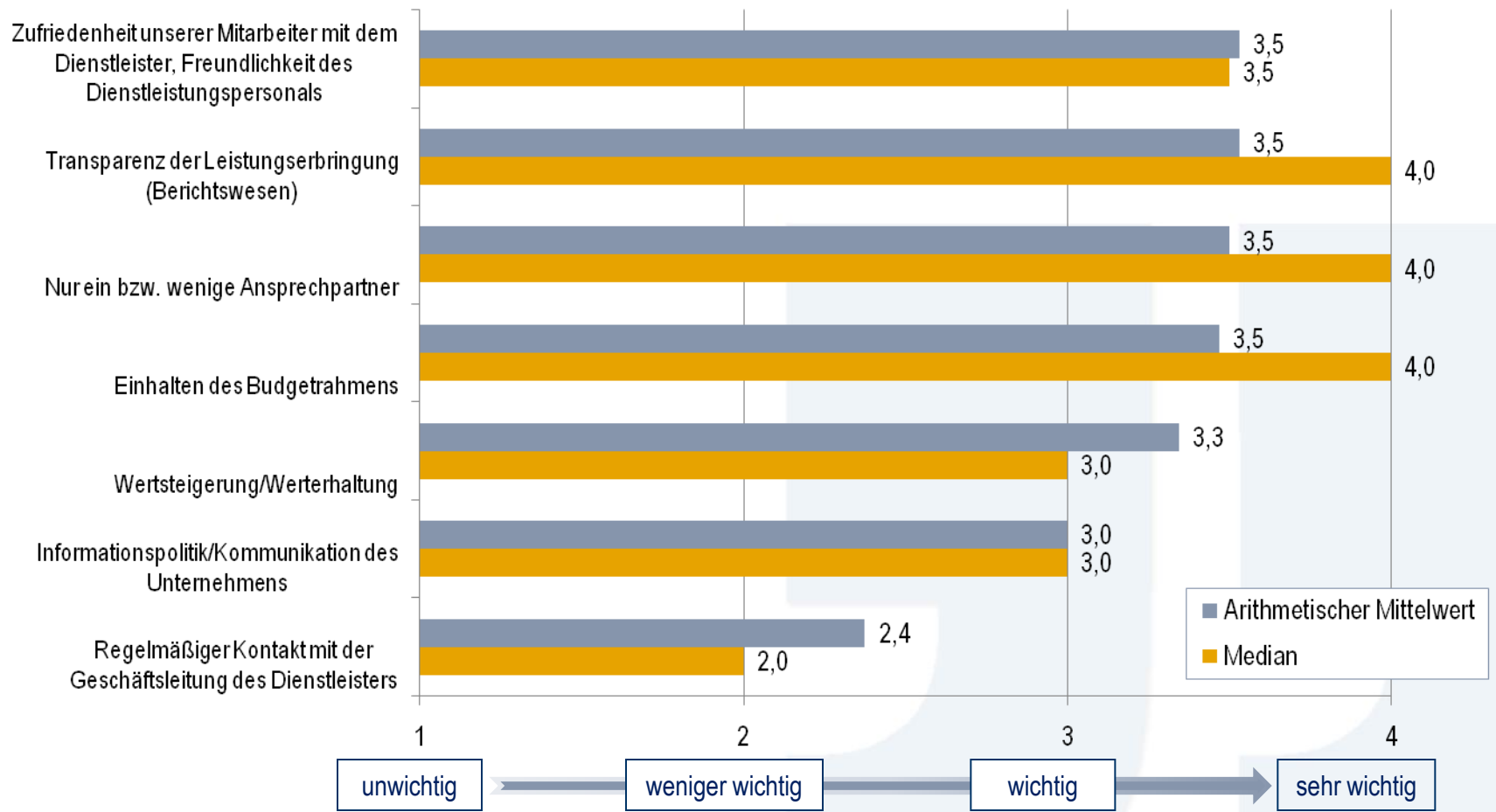
Arten der Erfolgsmessung (1 von 2)

Mittelwerte – Absolute Zahlen



Arten der Erfolgsmessung (2 von 2)

Mittelwerte – Absolute Zahlen



n = 30

Steigerung des Stellenwerts des Facility Management im Unternehmen – ein Blick zum Einkauf

Entwicklung des Stellenwerts des Einkaufs in Unternehmen

- Traditionell genossen Entwicklung, Produktion und Vertrieb den höchsten Stellenwert in Unternehmen. Marketing, PR, Einkauf und Verwaltung (inkl. FM) trugen nicht (messbar) zur Wertschöpfung bei.
- Mitte des zurückliegenden Jahrhunderts war eine Aufwertung der Funktion festzustellen. Ehemals wenige Einkäufer für viele Themen (von Bleistift bis zur Fassadenreinigung), heute spezialisierte Einkäufer für Fachthemen
- Was war passiert? Handlungsbedarf im Einkauf durch sinkende Margen, in der Folge durch die Herausforderungen der Globalisierung
- Aufgaben neben der Kostenoptimierung: Lieferanten- und Lieferketten-Management, weltweite Marktrecherche, qualitative (und moralische) Benchmarks u.a.



Von der reinen Kostensenkung hin zum strategischen Einkauf!

Stellenwert des Facility Management in Unternehmen Wertschöpfung anhand von Kriterien – Benchmarks

Der etwas andere Ansatz: FM-Performance (1)



Organigrafische Aufhängung

- *Eigenständigkeit, Verantwortung, Relation zum Kerngeschäft, u.v.a.*



Ressourcen

- *Zuordnung, Verantwortung, Vollkosten, Kapital, Transparenz, Bereitstellung in Richtung KG, Strategieentwicklung und -umsetzung, u.v.a.*



Leistungsbeziehungen zum KG

- *Marktwirtschaftlichkeit, Produktisierung, Ab- und Verrechnungsmodelle, Sourcing, Kontrahierungszwänge, Bedarfsmanagement, u.v.a.*

Der etwas andere Ansatz: FM-Performance (2)



CORPORATE Real Estate

- Funktionale Ausgestaltung, Leistungskaskade, Invest/Portfolio/Asset/Property, Kompetenzen, Verantwortlichkeiten, Strategien, Prognosefähigkeit, Risikomanagement, u.v.a.



DLS/Objektmanagement

- Vollständige Funktionsabbildung, Kompetenzentwicklung, Kosten- und Leistungstransparenz, Betreiberhaftung, Prognosefähigkeit, Instandsetzungsstrategien, OM-Organisationsformen, DLS-Ausprägung, Schnittstellen, u.v.a.



Strategien/Methoden

- Synchronisierung mit den KG-Strategien, Anwendung von Tools zur Strategieentwicklung, Einbettung in Businessmodelle, Regelkreise, Messbarkeit von Erfolg, Zielentwicklungsstrategien, u.v.a.

Der Plan: Benchmark-Studie zur Reifegradentwicklung von Corporates (Multi-Client-Projekt)

■ Nutzwert für Anwender

- ▶ Identifikation der Schlüsselanforderungen für erfolgreiche FM-Organisationen
- ▶ Bestimmung eines Status-quo einer FM-Organisation gegenüber des Best Practice
- ▶ Identifikation von Lücken bzw. Versäumnissen
- ▶ Den Vergleich von FM-Organisationen mit Hilfe der Performanceprofile
- ▶ Nutzung zur eigenen Weiterentwicklung oder für Branchenvergleich
- ▶ Initiierung nachfolgender FM-Projektierungen

■ Nutzwert für Anbieter

- ▶ Transparenz über Ausschreibungen hinaus
- ▶ Zeigt „Andockmöglichkeiten“ für Dienstleistung auf
- ▶ Hilft bei der Produktdiversifizierung („High-Performce-Nutzer“ können ganz andere FM-Produkte integrieren als „FM-Beginner“)
- ▶ Lässt auf die Management Attention für FM auf Nachfrageseite schließen

Quellen

Lünendonk®-Studie 2011: Zukunft des Facility-Management-Markt in Deutschland 2020

Delphi-Analyse bei Anbietern, Nutzern und Marktexperten

Lünendonk®-Studie 2010: Führende Facility-Management-Unternehmen in Deutschland

Anbietersicht (Folgestudie im Juli 2011)

Lünendonk®-Studie 2009: Einkauf von Facility-Management-Services in Deutschland

Nutzersicht (Folgestudie 2012)

Lünendonk®-Info-Service Facility Management

Monatlich erscheinender News Report über Märkte, Unternehmen und Personen



Geplant: Benchmark-Studie 2011 über Facility-Management-Reifegrade bei FM-Anwendern
Gemeinschaftsuntersuchung von i2fm und Lünendonk (Start: Juli 2011)

Lünendonk GmbH: Portfolio

INFORMATIONEN- UND TRANSFORMATIONSPARTNER

SDR

Strategic Data Research

Periodische Lünendonk-Listen und Studien

Individuelle Studien

Anbietersicht

Anwendersicht

Knowledge Service - Lünendonk Trends & Themen

Periodische Informationsdienste
News-Reports und Datenbank-Angebote

Informationsrecherche

SRR

Strategic Roadmap Requirements

Orientierung

Vorstudien

Workshops

Zielklärung

STS

Strategic Transformation Services

Marketing, Kommunikations-
und Sales-Projekte

Trainingsprojekte

Publikationen

Prototypen-Projekte

Umsetzung

Kontakt

Lünendonk GmbH - Gesellschaft für Information und Kommunikation

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführender Gesellschafter

Marktsektor Facility Management: Jörg Hossenfelder, Geschäftsführender Gesellschafter
Antonia Thieg, Consultant
Sabine Rülke, Junior Consultant

Postanschrift: Postfach 1360, 87573 Kaufbeuren

Hausanschrift: Ringweg 23, 87600 Kaufbeuren

Telefon: 0 83 41- 9 66 36- 0 Telefax: 0 83 41- 9 66 36- 66

Mail: hossenfelder@lunenendok.de – Homepage: www.lunenendok.de

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit**

LÜNENDONK

