NACHRICHT

JLL Spark

Fonds für PropTechs

JLL Spark, ein auf digitale Entwicklung spezialisiertes JLL-Tochterunternehmen, hat einen eigenen Investitionsfonds gegründet. Der «JLL Spark Global Venture Fund», der ein Volumen von 100 Millionen US-Dollar hat, soll zum einen in zukunftsweisende PropTech-Firmen investieren; zum anderen aber auch Unternehmensgründer unterstützen, indem er den Kontakt zu den JLL-Geschäftsbereichen und Kunden herstellt, um deren Produkte zu verbreiten und durch Anwender-Erfahrungen zu verbessern. «Da ich selbst Gründer war, weiss ich, wie schwer es ist, ein Produkt am Markt zu platzieren – vor allem in einer Branche, die sich mit neuen Technologien oft schwertut», sagt Mihir Shah, Co-Geschäftsführer bei JLL Spark. «Deshalb ist es unser Ziel, dass PropTechs bei JLL ihre Erfahrungen machen, während unsere Kunden zugleich davon profitieren können.» Der neue Fonds konzentriere sich auf junge Unternehmen, die in den ersten Finanzierungsrunden sind. Das JLL-Investment könne ein Volumen zwischen einem niedrigen sechsstelligen Betrag bis hin zu mehreren Millionen US-Dollar haben, sagt Shah. Im Fokus stünden dabei vor allem Produkte, die JLL-Kunden auf der Investoren- wie Nutzerseite Vorteile bringen, aber ebenso Produkte, welche die Prozesse und Dienstleistungen bei JLL selbst verbessern.
Ebenso sei JLL an Unternehmen interessiert, durch deren Entwicklungen neue Zielgruppen angesprochen werden können. «Der Fonds ermöglicht es JLL, durch Spark auch künftig als Vorreiter der Immobilienwirtschaft die besten PropTech-Ideen zu verwirklichen», erklärt Christian Ulbrich, globaler Geschäftsführer bei JLL. «Er ergänzt unsere Investition in innovative Digitallösungen – einem Kernbereich unserer langfristigen Strategie und einem klaren Bekenntnis dazu, die Ambitionen unserer Kunden gemeinsam zu erreichen.» (bw)

«Wir sprechen künftig mehr von Prozessen, welche durchgängig zwischen Nutzer, Besteller und Leistungserbringer sind.»
Roger Krieg, Datamind AG

dem Gebäudeleitsystem, aus dem Einkauf oder dem Transport, können wir gemeinsam mit dem Kerngeschäft Prozessoptimierungen erarbeiten.»
Ein altes Anliegen im FM ist der rechtzeitige Einbezug in die Planungs- und Bauphase. Das FM solle frühzeitig klare Anforderungen an einen Neubau oder an eine Sanierung stellen können. «Wir müssen einerseits ab der Vorstudie miteinbezogen werden und unsere langfristige FM-Strategie kennen. So haben wir eine Chance, aktiv Veränderungen in den zukünftigen Prozessen einzubringen und einen nachhaltigen Betrieb sicherzustellen», fordert die IFMA-Präsidentin. Digitales Bauen (BIM) biete die Gelegenheit, die Vorgaben in der Planung

SVIT FM Day: Unterscheidungsmerkmale gesucht

Der technologische Wandel mit starkem Bezug auf Immobilien und Facility-Management stand am 10. SVIT FM Day im Bocken in Horgen im Zentrum.
Es ging dabei um nichts Geringeres als eine Standortbestimmung und Auslegeordnung zum Facility-Management in bewegten Zeiten. Während am Vormittag der Blick in die Zukunft mit dem rasanten Fortschritt der Digitalisierung im Mittelpunkt stand, führten am Nachmittag Jeannine Pilloud, SBB Delegierte für ÖV-Branchenentwicklung, und René Zahnd, CEO Swiss Prime Site, das veränderte Mobilitätsverhalten der Menschen während der Privat- und Arbeitszeit und die damit veränderten Bedürfnisse an Nutzung und Betrieb von Immobilien über deren gesamten Lebenszyklus ins Zentrum. René Zahnd zeigte auf, wie wichtig die Kundenorientierung für Immobilieneigentümer im Fluss der Digitalisierung ist und wie diese mit den modernen digitalen Hilfsmitteln noch weiter verbessert werden kann. Sein Fazit: Die neue Realität akzeptieren, antizipieren und das Geschäftsmodell anpassen. Für Jeannine Pilloud ist die Nutzung der «Zwischenräume» an Bahnhöfen und Immobilien eine zentrale Herausforderung. Sie bezeichnet die erste und letzte Meile als Interface zwischen Mobilitätsanbieter und Immobilienbranche und spricht von der «Konvergenz von Mobilität und Immobilität». Sie wies auch darauf hin, wie Mobilitätshubs die Städteplanung beeinflussen.
Anlass zu teilweise kontroversen Diskussionen gab die Betrachtung der Servicemodelle für die digital transformierte Immobilie und der Ausblick «Facility-Management im Jahr 2030». Während Redner wie Professor Markus Thomzik von der Hochschule Gelsenkirchen darauf hinwiesen, dass alles, was digitalisiert werden kann, auch digitalisiert werden wird, ging es zum Beispiel Wolfgang Stiebellehner von der Livit AG um die Positionierung des Menschen in diesem Umfeld. Kundenorientierung, Verbindlichkeit in der Führung sowie klare Kommunikation mit Mitarbeitenden und Kunden seien nach wie vor die grössten Erfolgsgaranten und Unterscheidungsmerkmale zwischen den FM-Anbietern. (rb)