

## INTERVIEW

### 15 Jahre Facility Management - Was hat sich geändert?

*Ein Interview mit Torsten Hannusch, Gründer und Inhaber des Facility Management-Unternehmens GIG Technologie & Gebäudemanagement*

**Herr Hannusch, Sie gründeten im Jahr 1998 die GIG Unternehmensgruppe als Unternehmen für integriertes Facility Management mit der Spezialisierung auf technisches Energie- und Gebäudemanagement. Was hat sich in den letzten 12 Jahren aus Ihrer Sicht verändert?**

Als ich die GIG gegründet habe, war der Facility Management-Markt in den Kinderschuhen. Viele Unternehmen hatten sich in dem relativ jungen Industriezweig mit Teilleistungen versucht und einige sind grundsätzlich aus diesem Markt ausgeschieden. Zu den Bekanntesten zählen sicher die Aktivitäten von Raab Karcher, dem Holzmann-Konzern, Veba, ABB, Siemens, der Deutschen und der Dresdner Bank. Insbesondere die Jahre 1996 und 1997 waren durch diverse Neugründungen, Joint Venture und Übernahmen gekennzeichnet.

**Warum haben sich „Großunternehmen“ damals aus Ihrer Sicht nicht am Markt durchsetzen können?**

Als der FM-Markt noch in den Kinderschuhen steckte, haben viele Unternehmen den neuen Markt durch Ausgliederung von Serviceorganisationen oder durch neue Abteilungen großer Industriekonzerne zu erobern versucht. Dafür war der Markt damals noch nicht reif. Die Zeit kam erst, als deutsche Industriekonzerne das Facility Management Ihrer Immobilien outgesourct haben. Heute spielen große Baukonzerne wie Bilfinger Berger, Hochtief und Strabag mit Ihren Tochterunternehmen eine entscheidende Rolle.

**Was zeichnet mittelständische Unternehmen im Vergleich zu den großen Konzernen aus?**

Aus meiner Sicht zählen in einem sich stets ändernden Markt vor allem unternehmerischer Mut, die Konzentration auf Stärken, spezifische Leistungsangebote und ein gesundes Wachstum. Diese machen den Erfolg aus. Zudem profitieren familiengeführte FM-Unternehmen von kurzen Entscheidungswegen und können schnell auf individuelle Kundenbedürfnisse eingehen. So haben sich im Laufe der Jahre die Facility Management-Anbieter als produktbezogene Problemlöser etabliert. Mittelständische Unternehmen punkten durch das Erkennen und Erschließen von Marktnischen, den stetigen Ausbau der FM-Leistungen und die Entwicklung spezieller Spartenkompetenzen.

**Gibt es denn im FM-Markt auch ausländische Player?**

Ausländische Dienstleistungskonzerne haben bisher nur selten versucht, den deutschen Markt durch einen eigenen Markteintritt oder Übernahme zu erschließen. Gelungen ist dies Dienstleistern, die bereits in ihrem Stammgeschäft etabliert waren. Zu Ihnen zählen unter anderem der französische Caterer Sodexo und das ebenfalls aus Frankreich stammende Unternehmen Vinci. Aber auch für die deutschen FM-Unternehmen gewinnt der Auslandsmarkt an Bedeutung. Im Jahr 2007 machten die TOP 25 gerade mal 15 % Umsatz im Ausland. Das Potenzial ist also groß.

**Der deutsche FM-Markt hat in den letzten 15 Jahren ein fulminantes Wachstum hingelegt. Laut dem Branchenverband GEFMA wurde im Jahr 2008 eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 112 Milliarden Euro und damit 5 Prozent des BIP in der FM-Branche erwirtschaftet. Zudem konnten die führenden Facility-Management-Unternehmen in Deutschland auch 2008 mit 12,5 Prozent wieder ein Rekordwachstum hinlegen. Wie steht die GIG nach 12 Jahren am Markt da?**

Ich bin sehr stolz darauf, dass wir in all den Jahren immer ein zweistelliges Wachstum verzeichnen konnten. Teilweise konnten wir unseren Vorjahresumsatz sogar verdoppeln. Durch Leidenschaft für Facility Management, kundenorientierten Service und zukunftsorientierte Leistungen haben wir es geschafft, dass die GIG zu den anerkannten Unternehmen in der Facility Management-Branche gehört.

**Herr Hannusch, welchen Umsatzanteil haben die verschiedenen FM-Services?**

Die GIG hat sich auf das technische und infrastrukturelle Gebäude- und Standortmanagement spezialisiert und macht in diesen Bereichen seinen kompletten Umsatz. Wenn man den Markt betrachtet, wird mehr als 25 % des Umsatzes durch infrastrukturelle Services erzielt, 75 % durch technisches Gebäude- und Standortmanagement.

**Aus welchen Bereichen kommen die Kunden der Facility Management-Unternehmen in Deutschland?**

Den Großteil der Kunden im FM-Markt sind mit ca. 25 Prozent die Industrieunternehmen, gefolgt von Finanzdienstleistern mit 15 Prozent und der öffentlichen Hand. Die Branchen Energie und Infrastruktur, Informations- und Kommunikations-Unternehmen sowie der Handel machen jeweils rund 7 Prozent aus. Viel beachtet und sicher ein Zukunftsmarkt sind Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen, Flughäfen und Arenen.

**Wie sieht es denn mit Wohnimmobilien aus? Spielen diese im FM-Markt eine Rolle?**

Der Bereich der Wohnimmobilien spielt für Facility Management-Anbieter bisher kaum eine Rolle. Die GIG hat seit Beginn ihrer Tätigkeit auf die synergetische Zusammenarbeit mit Property Managern und Asset Managern gesetzt. Bereits im Jahr 2002 erhielten wir einen der ersten FM-Aufträge für Wohnimmobilien im deutschen Markt. Mittlerweile betreuen wir mehr als 50.000 Wohneinheiten an über 200 Standorten in Deutschland.

**Herr Hannusch, Sie haben es ja mehrfach gesagt. Der Facility Management-Markt ist ständig in Bewegung. Wer wird sich aus Ihrer Sicht durchsetzen? Die Spezialisten oder die Komplett-Dienstleister.**

Ich denke, dass der Markt Platz für beide Dienstleistergruppen bietet. Der Facility Management-Markt wächst ständig. Ich bin überzeugt davon, dass weitere neue Marktteilnehmer hinzukommen werden, zum Beispiel Standortbetreiber, die Ihre Dienstleistungen auch über die Standortgrenzen hinaus anbieten. Die Zukunft im FM-Markt wird denjenigen Unternehmen gehören, die solche Trends erkennen und sich rechtzeitig darauf einstellen.

Mit der Gründung des Joint Ventures GIS Infrasite GmbH mit dem Standortbetreiber Infraserb Höchst hat die GIG in diesem Bereich schon vorgesorgt.