

## Gewinnen immer dieselben?

Der Computer, die Software und Hardware, kurz die EDV der Immobilien- und Wohnungswirtschaft. Ist sie Freund oder Feind? Wie gehe ich auf sie ein? Wie nutze ich die EDV zum Erfolg des Unternehmens? Wer schlägt die Brücke? Dr. Klaus Höring, er kennt wie kein anderer die maßgeschneiderte EDV für unsere Branche. In seiner Kolumne nimmt er uns mit in „Hörings EDV-Welt“. Lesen Sie heute: Gewinnen immer dieselben?

Kürzlich fragte mich der Geschäftsführer eines Wohnungsunternehmens, ob bei der Auswertung der Datenbank meines HMC-Markt-reports Wohnungswirtschaftliche DV-Systeme immer dieselben Anbieter vorne stehen und gewinnen. Es liegt nahe, dass es so sein könnte, wenn Anbieter alle Fragen mit „Ja“ beantworten, also so tun, als ob sie alles könnten. Dann müssten sie theoretisch immer in der Rangliste vorne landen. Nun ist es uns glücklicherweise gelungen, die Fragen im Anforderungskatalog immer mehr zu differenzieren und anspruchsvoll zu gestalten, so dass keine Software alle Anforderungen erfüllen wird. Und außerdem können wir erkennen und teilweise auch prüfen, dass die Anbieter überwiegend ehrlich und fair die Fragen beantworten. Bei mehreren Anbietern hat sich nun schon aufgrund von Rückfragen und im Rahmen von Präsentationen ergeben, dass sie die Fragen zu eng ausgelegt und zu ihren Ungunsten beantwortet haben. Tatsächlich gibt es keine Software, die alles kann, und keinen Anbieter, der so tut, als ob...

Aus der Erfahrung mit zahlreichen Auswahlprojekten lässt sich feststellen, dass es ein Spektrum von Leistungsprofilen gibt. Am einen Ende des Spektrums stehen die Angebote mit einem hohen Funktionsangebot und am anderen Ende befinden sich Softwareprodukte, die – zumeist strategisch gewollt – nur einen Ausschnitt an Funktionen anbieten, also z. B. den Bereich der Gewerbeimmobilien oder die Mitgliederverwaltung oder das konzernbezogene Rechnungswesen bewusst auslassen. Einige andere Produkte befinden sich noch so sehr in der Entwicklung, dass sie noch nicht den angestrebten Funktionsumfang erreicht haben. Betrachtet man also nur den Funktionsumfang der Software ohne Gewichtung, so ergibt sich ein theoretisches Spektrum der Angebote, das von 95 % bis etwa 40 % der Anforderungen reicht. In der praktischen Realität aber werden die Wohnungsunternehmen sehr unterschiedliche Anforderungen an die Software und Dienstleistungen haben. Das führt dazu, dass sich die Auswertung des Erfüllungsgrades bei hohen Anforderungen an die Funktionalität spreizt (also differenziert) und bei weniger strengen Anforderungen eher nivelliert, also viele Angebote akzeptabel sind.

Gerade in der letzteren Situation werden weitere Kriterien eine wesentliche Rolle spielen, wie der gewünschte Service oder der Preis. Das lässt sich leicht mit der Entscheidung für ein Auto vergleichen. Wenn ein kleines Auto für die individuellen Anforderungen genügt, warum sollte man sich dann für ein größeres und teureres entscheiden? Lassen wir einmal den Image-Effekt außer Acht, der bei der Software-Auswahl wohl eher eine untergeordnete Rolle spielt. Da ist es schon wichtiger, dass die „Chemie“ zwischen Anbieter und Anwendern stimmt. Dies und das Vertrauen in die Leistung und Zukunftssicherheit des Anbieters sind wichtige weiche Faktoren der Entscheidung, die auf keinen Fall zu vernachlässigen sind. In gewissem Umfang lassen sich auch hierfür harte Fakten zur Untermauerung anführen, wie z. B. die Ertragslage, Finanzkraft und Marktanteil des Unternehmens, die Qualifikation und Firmentreue der Mitarbeiter sowie auch einige technische Voraussetzungen im Software-Design für die Lebensdauer der Software. Diese Entscheidungskriterien werden ebenfalls im HMC-Marktreport abgefragt und von den Wohnungsunternehmen individuell bewertet. Nimmt man nun alle diese Beurteilungskriterien zusammen – die Funktionalität der Software, das mit der Software verbundene Dienstleistungsangebot, das Vertrauen in die Qualität und Zukunftsfähigkeit des Anbieters und last not least den Preis –, so ergibt sich von Fall zu Fall immer wieder eine andere Bewertung und Entscheidungssituation, aus der jeder Anbieter mal als Gewinner hervorgeht. Wenn es anders wäre, hätten wir längst einen ganz oder nahezu monopolistischen Markt. Davon sind wir aber weit entfernt

*Dr. Klaus Höring, E-Mail: Hoering@HMC-cp.de*

Anzeige  
ista  
S. 71