

BAUNETZWOCHE #523

Das Querformat für Architekten

8. November 2018



RISK IT!
STARTUPS UND ARCHITEKTUR?

**HEINRICH
ZILLE**

Berlinische Galerie
stellt Fotos ins
Netz

DIESE WOCHE

Die Startup-Szene ist auf der Suche nach neuen Branchen, und seit kurzem hat sie das Bau- und Immobiliengewerbe im Blick. Damit ändern sich auch die Rahmenbedingungen für die Architekturproduktion, selbst wenn sich deren Vertreter mit den Möglichkeiten bisher eher schwertun. Nadin Heinich blickt auf aktuelle Trends jenseits von BIM & Co.



Titel: Ben Blennerhasset via Unsplash
oben: NASA via Unsplash

6 **RISK IT!**
Startups und Architektur?

3 Architekturwoche

Popularc
Building Radar
Blackprintpartners

4 News

Drei Interviews von Nadin Heinich

25 Bild der Woche

BauNetz Media GmbH

Geschäftsführer: Dirk Schöning

Chefredaktion: Friederike Meyer

Gestaltung / Artdirektion: Natascha Schuler


 Keine Ausgabe verpassen mit
 dem Baunetzwoche-Newsletter.
 Jetzt abonnieren!



Foto: Pininfarina

MONTAG

Das Ding sieht aus wie eine Kobra mit Hut: Der Tower des neuen Flughafens von Istanbul strahlt eine gewisse angriffslustige Dynamik aus, die seinem Erbauer Recep Tayyip Erdoğan vermutlich ganz gut gefallen dürfte. Gestaltet wurde er von den italienischen Auto-Designern Pininfarina. So richtig durchstarten kann man im Nordwesten der Metropole bisher allerdings nicht. Das Projekt wurde zwar pünktlich zum türkischen Nationalfeiertag eröffnet, aber es bleibt noch einiges zu tun. Lediglich ein paar Flugzeuge ließ man pro forma starten, der große Airline-Umzug fiel bisher aus. Berlin braucht um seinen Baustellenrekord jedoch nicht zu bangen, in Istanbul ist man schließlich erst seit vier Jahren zu Gange. *sb*

NEWS

GROSSE OPER, VIEL THEATER AUSSTELLUNG IN STUTTART



Bühnen Köln, Foto: Bernd Zöllner

Im Frühjahr war im DAM in Frankfurt die Ausstellung „Große Oper – viel Theater“ zu sehen, mit der beispielhafte europäische Bühnenbauten präsentiert wurden. Das Projekt stand in Bezug zu den Diskussionen um die dortige Doppelanlage aus Schauspiel und Oper, für die immer wieder der Abriss ins Gespräch gebracht wird. Etwas ähnlich droht in Stuttgart nicht, das dortige Ensemble erfreut sich einer gewissen Beliebtheit. Trotzdem diskutieren man auch hier, denn es bedarf dringend einer Sanierung. Etwas Input kann also nicht schaden, dachte man sich wohl, und holte die Frankfurter Schau ins Stadtpalais. *Bis 25. November 2018*

www.stadtpalais-stuttgart.de

RILLEN UND EISENOXID

OBJEKT IM BAUNETZ WISSEN



Foto: Thomas Bruns

An die einstige Tonofenfabrik im historischen Stadtkern von Lahr fügt sich wie selbstverständlich ein rötlicher Turm, auch wenn er deutlich jüngeren Datums ist. Heneghan Peng ergänzten das ehemalige Industriegebäude um einen kantigen Eckbau und schufen ein neues Museum für Stadtgeschichte. Die Funktion als Treppen- und Verbindungsturm ist ablesbar: Schmale Fensterbänder zeichnen den Anstieg nach. Als diagonale Fugen durchschneiden sie den Betonbaukörper, dessen warmes Rot den Farbton des benachbarten Sandsteins aufnimmt. Bis zu 8 x 3 Meter große Betonfertigteile bringen ihn in Form. Ihre Farbe entstand durch Eisenoxid, die feine Rillenstruktur mittels Strukturmatrizen.

www.baunetzwissen.de/beton

OSLO TRIENNALE

CALL FOR CONTRIBUTORS



Foto: Sugarhouse Studios von Assemble

Architektur hat meist mit Wachstum zu tun: Man braucht mehr Platz oder kann sich schlicht etwas Besseres leisten, auch wollen viele Menschen noch immer ihr eigenes, neues Häuschen, anstatt in einem alten zu wohnen. Die Oslo Triennale, die im Herbst 2019 stattfindet, wagt sich nun jedoch an das Thema Schrumpfung, konkret geht es um „The Architecture of Degrowth“. Angesichts der aktuellen ökologischen Herausforderungen ist das vernünftig, doch was folgt daraus für eine Disziplin, die den Fortschritt liebt? Die Kuratorinnen wollen genau das wissen und haben für die Teilnahme einen Open Call ausgerufen. *Deadline: 19. November 2018*

www.oslotriennale.no

WOHNEN MIT LUDWIG

AUSSTELLUNG IN MÜNCHEN



TU Kaiserslautern

Architektur ohne Pfiff, das klingt nicht unbedingt verlockend. Haben wir davon in Deutschland nicht schon genug? Nun, die Beschreibung stammt vom Architekten selbst, und zwar von Johannes Ludwig, der in seiner Heimatstadt neben schönen Kirchen auch über 2.000 eher unscheinbare Wohnungen errichtet hat. Und klar, es schwingt damit eben auch ein gewisses Understatement mit. Auf den zweiten Blick zeigt sich denn auch, dass die Gebäude durchaus ihre Qualitäten haben. Die Bayerische Architektenkammer, wo die in Zusammenarbeit mit der TU Kaiserslautern erarbeitete Ausstellung zu sehen ist, sieht darin eben auch einen Beitrag zu Wohnungsfrage der Gegenwart.

Bis 23. November 2018

www.byak.de

_Schiefer

Kettengebinde
Wilde Deckung
Bischofsmützen
Fischschuppen
Glimmer
Schwärmer

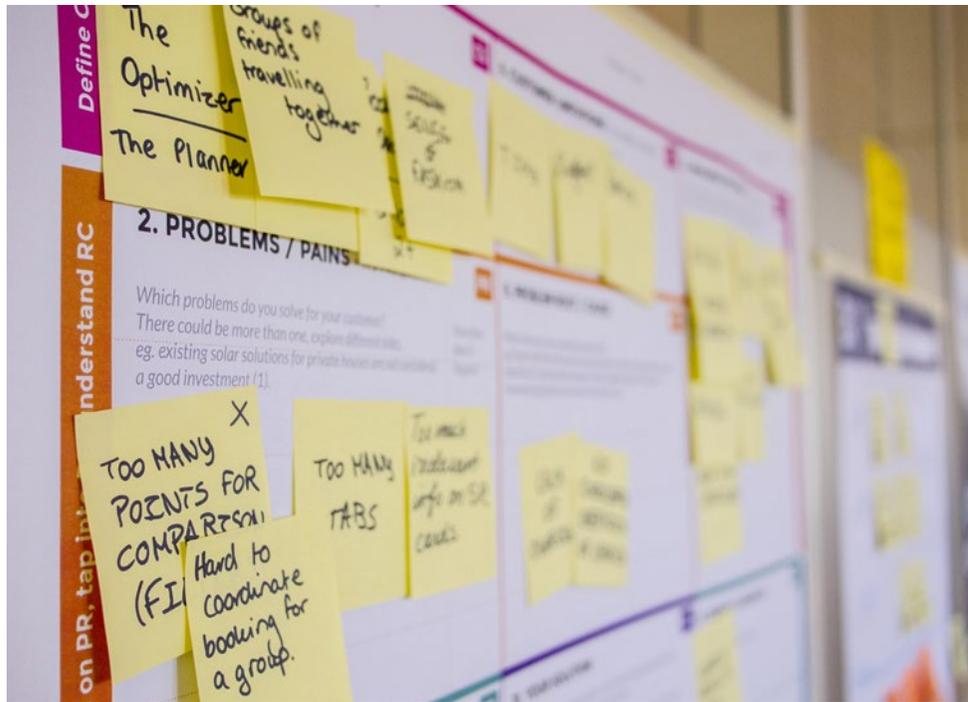
... noch Fragen?

Baunetz_Wissen_



RISK IT!

STARTUPS UND ARCHITEKTUR?



Startups sind bekannt für ihre intensive Arbeitskultur, branchenübergreifend sucht die Szene nach immer neuen Aufgaben. Wird sie auch in der Architektur fündig? Foto: Daria Nepriakhina via Unsplash

RISK IT!

STARTUPS UND ARCHITEKTUR?

VON NADIN HEINICH

Jung, smart, risikofreudig: Proptechs – also Startups mit Fokus auf das Bauen und die Immobilienbranche – haben das Potential, das Baugeschehen auch jenseits von BIM stark zu verändern. Nie zuvor konnten Proptechs in Deutschland so viel Wagniskapital einsammeln wie in diesem Jahr. Erstmals gibt es auch Risikokapitalgeber mit ausschließlichem Fokus auf Proptechs. Dazu kommen Immobilienunternehmen als strategische Investoren. Die Szene ist noch jung, einen ersten Höhepunkt in Bezug auf Unternehmensgründungen erlebte sie im Jahr 2015, als mit der Einführung des Bestellerprinzips die Provision für Immobilienmakler neu geregelt wurde. Der Gesetzgeber hat damit Hürden abgebaut und auch den Zugang für Gründer zur oft sehr verschlossenen Immobilienwelt etwas erleichtert. Da die Baubranche generell als nicht sehr innovationsfreudig gilt, gibt es viel zu digitalisieren.

Viel Geld wird inzwischen auch hierzulande in Startups aus der Immobilienbranche gesteckt. Hier gibt es viel Optimierungspotential, denn bisher war die Branche nur schwer zugänglich. Foto: Floriane Vita via Unsplash

Was hat das nun mit Architektur zu tun? Architekturbüros sind in den allermeisten Fällen keine Startups, weil es sich nicht um skalierbare Geschäftsmodelle handelt. Sie wachsen nicht exponentiell. Ein Architekt versteht einen Entwurf meist als ein individuelles Werk. Das mag sich vielleicht mit dem vermehrten Einsatz von modularem Bauen oder Robotern in der Vorfabrikation und auf der Baustelle langsam ändern. An den Gründungen von Startups sind Architekten aber bisher selten beteiligt. Doch die Welt um sie herum ändert sich massiv, das Digitalisierungspotential ist riesig, und letztlich beeinflussen diese Entwicklungen eben auch unmittelbar, was in Zukunft an Architektur und Stadt entstehen wird. Der Tätigkeitsfokus neuer Unternehmen liegt dabei vor allem auf dem Analysieren und Bewerten von Immobilien, auf der Immobilienfinanzierung und Vermietung und dem Facility Management. Auch bei der Visualisierung von Entwürfen oder Bestandsbauten finden sich Startups. Das konkrete Planen und Bauen bleibt hingegen meist noch außen vor. Nur für den Innenraum gibt es Startups wie Roomhero, die sich vom Konzept bis zur Montage auf das Einrichten von Wohnungen spezialisiert haben.

Am entgegengesetzten Ende der Skala, auf Ebene der Stadt, gibt es hingegen Startups, deren Ideen über den Wirkungskreis der meisten Proptechs weit hinausreichen. Dazu zählen nicht zuletzt neue Mobilitätskonzepte, die großen Einfluss auf die Organisation des städtischen Raums haben könnten. Bei Lilium aus Wessling nahe München wird zum Beispiel ein vollelektrisches Flugtaxi entwickelt. Das Ziel ist ein weltumspannendes Transportnetzwerk aus vertikal startenden Kleinstfliegern, die nach dem Vorbild von Uber per App geordert werden können. 2017 wurde ein erster Prototyp mit zwei Sitzen getestet. Jetzt arbeiten die Entwickler an einem serienreifen Modell mit fünf Sitzen, das Mitte der 2020er Jahre auf den Markt kommen soll. Lilium ist inzwischen mit entsprechend viel Kapital ausgestattet. Dahinter stehen große Investoren wie die Londoner Investmentgesellschaft *Atomico* des Skype-Mitgründers Niklas Zennström und der chinesische Internet-Gigant *Tencent*.

Diese Baunetzwoche gibt anhand von drei Interviews einen Einblick in die Proptech-Szene: Sebastian Doppelhammer, Architekt und Inhaber von *co.mod* Architekten, hat zusammen mit dem (Bau-)Unternehmer Peter Kaufmann *popularc* gegründet, eine



Plattform für Architektur- und Hausbauwettbewerbe. Die Idee ist charmant und passt in die Zeit – die Architektenkammer ist trotzdem (oder deswegen?) nicht begeistert. Paul Indinger gründete wiederum zusammen mit Leopold Neuerburg und Raoul Friedrich *Building Radar*, eine Echtzeit-Suchmaschine für Bauprojekte. Ihre Kunden sind Unternehmen aus der Baubranche, die nach neuen Vermarktungsansätzen suchen. Und Alexander Ubach-Utermöhl, Gründer von *blackprintpartners*, gibt zum Schluss einen Überblick über die Szene. In Frankfurt betreibt er ein Programm für Startups, das durch Coaching zu einer schnelleren Entwicklung verhilft. Einmal im Jahr veranstaltet er in Berlin eine Fachkonferenz zum Thema PropTech und berät zunehmend Immobilienunternehmen bei der Entwicklung digitaler Strategien.

Und ja, dem Leser und der Leserin ist es wahrscheinlich schon aufgefallen, die meisten Gründer, erst recht in der Baubranche, sind noch immer Männer. Frauen, traut Euch!



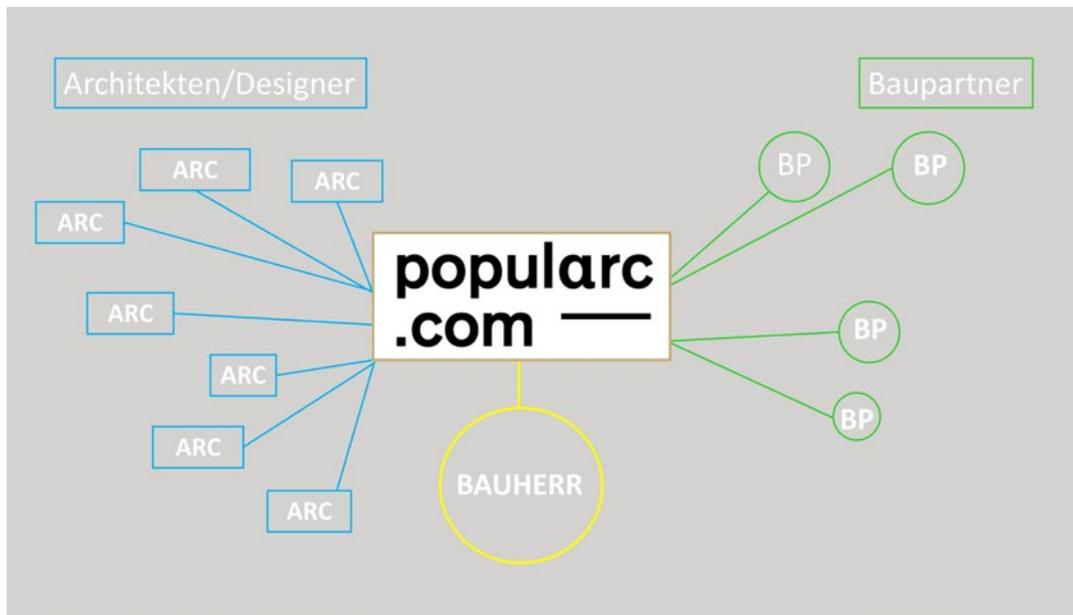
Wird sich mit Technologieprojekten wie dem Lilium Jet auch die Nutzung des Stadtraums ändern? Der Einfluss des Autos war jedenfalls auch in architektonischer Hinsicht enorm. Visualisierung: Lilium GmbH



Sebastian Doppelhammer und Peter Kaufmann, die beiden Gründer von popularc
Fotos: privat, Arne Hartenburg (rechts)

POPULARC

Wettbewerbe sind nichts für kleine Bauaufgaben – oder doch? Sebastian Doppelhammer und Peter Kaufmann betreiben popularc, eine Plattform, die private Häuslebauer und Architekten zusammenbringen will. Je nach gebuchtem Paket erhalten die Kunden schließlich zwei bis vier Entwurfskonzepte. Das Prinzip ist umstritten, aber auch vielversprechend.



Links das Prinzip: Bauherren mit Architetken und Baudienstleistern in Kontakt bringen.
Oben: Ein Entwurf, der im Rahmen eines Wettbewerbs eingereicht wurde.

Wie verdient Ihr bei diesem Konzept?

Wir erhalten zehn Prozent der Wettbewerbssumme. Für die Vermittlung der Bauherren an die Bauunternehmer bekommen wir einen gewissen Prozentsatz sowie dann, wenn wirklich gebaut wird. Da wir noch viel in den Aufbau der Plattform investieren, haben wir damit bisher keinen Gewinn gemacht. Es ist eher ein teures Hobby.

Wie kam es zur Gründung von populararc?

In den 90er-Jahren, mit Anfang 20, habe ich mich im Architekturbüro meines Vaters um Genehmigungsplanungen gekümmert. Schon damals habe ich mich gefragt, warum diese ganzen Einfamilienhäuser nur ein Mal gebaut werden. So entstand die Idee für eine Plattform. „meinhaus“ oder ähnlich sollte sie heißen und von Architekten entworfene, genehmigte und realisierte Einfamilienhäuser sammeln. Findet ein potentieller Bauherr dort sein Traumhaus, sollten die Pläne zu einem Pauschalpreis verschickt und durch einen lokalen Architekten an die örtlichen Gegebenheiten angepasst werden. Im Grunde ist dieser Prozess ähnlich dem, wenn sich jemand in einer Zeitschrift Häuser ansieht und etwas, das gefällt, nachbauen lässt.

Herr Doppelhammer, was ist die Idee von populararc?

Populararc ist eine Plattform für Architektur- und Hausbauwettbewerbe. Ich habe sie zusammen mit Peter Kaufmann, unter anderem Geschäftsführer bei einem mittelständischen Unternehmen für Massivholzhäuser, gegründet. Auf populararc kann jeder Bauherr zum Festpreis einen Architekturwettbewerb starten. Er bekommt in kurzer Zeit eine Vielzahl an Entwurfskonzepten für sein individuelles Traumhaus auf seinem Grundstück. Heute werden 90 Prozent der Einfamilienhäuser ohne Architekten gebaut – diese 90 Prozent zurückzuholen, darum geht es uns.

Pro Wettbewerb nehmen maximal sechs Architekten teil. Der genaue Leistungsumfang für den Bauherrn richtet sich danach, ob er das Basis-, Plus- oder Premiumpaket wählt. Im nächsten Schritt erhält er die Pläne des Gewinners und wird zu einem Bauunternehmer vermittelt, der ihm ein kostenloses Angebot macht. Wird man sich einig, kann der Architekt, der gewonnen hat, natürlich alle folgenden Leistungsphasen weiter betreuen.

Während meines Architekturstudiums gab es das Wahlfach „Innovative Geschäftsmodelle im Bereich der Architektur“. Wir sollten uns überlegen, was man als Architekt statt eines klassischen Architekturbüros machen könnte. Mir hat das sofort gefallen, ich habe meinen ersten Businessplan geschrieben. Nur wurde der damals noch nicht realisiert. Nach dem Studium habe ich die Idee wieder aufgegriffen – Grafiker fanden diese Logo-Design-Contests doch auch alle super. Also habe ich mit einem Kumpel im Keller ein Büro gemietet und eine Crowd-Sourcing-Plattform für Architekturdienstleistungen entworfen, die wir schließlich in Indien haben programmieren lassen.

Peter Kaufmann hatte eine ähnliche Idee für eine Plattform, hat im Internet recherchiert, uns gefunden – und war total genervt. Seine Frau hat ihn schließlich überzeugt, uns mal anzurufen. Wir haben uns gleich gut verstanden und beschlossen, zusammenzuarbeiten. Danach wurden wir in das Strascheg Center for Entrepreneurship aufgenommen, haben Förderung erhalten und popularc parallel zu unseren eigenen Büros weiterentwickelt. Bisher haben wir vier Projekte über die Plattform realisiert. Momentan optimieren wir die Webseite und suchen einen Geschäftsführer. Das ist unsere Entstehungsgeschichte in Kurzform.



Wieviel Detailarbeit ist möglich, wenn sich das Prinzip für Architekten lohnen soll? Popularc ermuntert auch zur Anpassung bereits existierender Entwürfe, was die Effizienz steigern dürfte.

Wie hat sich die Idee weiterentwickelt? Wer sind Eure Wettbewerber?

Wie konzentrieren uns jetzt auf ein kleines Nischenprodukt, das Einfamilienhaus. Vorher war auf unserer Plattform theoretisch alles möglich, vom Wohnungsbau über Hotels bis zum Wolkenkratzer. Unsere größten Konkurrenten heißen *GoPillar* und *Arcbazar*. Sie sind gleichzeitig die digitalen Marktführer im Bereich Innenarchitektur. GoPillar wurde von drei Architekten in Italien gegründet. Sie sind aber von dort weg, weil sie von der Architektenkammer zerlegt wurden. Heute sitzen sie im Silicon Valley und haben eine hohe Finanzierung erhalten. Arcbazar wurden sogar vom MIT gefördert. Bei uns hingegen wird konstruktiv verhindert.

Was sagt denn die Architektenkammer?

Dass wir die HOAI unterschreiten und uns nicht an die Wettbewerbsrichtlinien halten. Beide Punkte kann ich widerlegen! Diesen komplizierten Aufwand für einen Wettbewerb betreibt kaum ein privater Bauherr, der für sich ein Eigenheim baut, abgesehen von ein paar sehr Vermögenden. Uns geht es um die 90 Prozent der Einfamilienhäuser, die ohne Architekten gebaut werden. Sämtliche Kollegen einschließlich der Kammer regen sich über diese Art von Plattform auf und sind sich überhaupt nicht bewusst, dass dieser Markt bereits komplett verloren gegangen ist. So holt man den Markt doch wieder zurück zu den Architekten! popularc ist auch eine gute Möglichkeit für junge Architekten, an erste Aufträge zu kommen. Die klassischen Wettbewerbe können sich heute nur noch die großen Büros leisten.

Wie ist die Kammer auf Euch aufmerksam geworden?

Durch einen Artikel in der Süddeutschen Zeitung. Danach hat bei denen das Telefon nicht mehr aufgehört zu klingeln, sie mussten tätig werden. Zwei Mal hat uns die Bayerische Architektenkammer zu Berufsausschusssitzungen geladen. Es war eine sehr angespannte Stimmung. Wir sind so verblieben, dass wir einen konstruktiven Workshop durchführen.

Was ist daraus geworden?

Nichts. Irgendwann hat bei denen wahrscheinlich das Telefon aufgehört zu klingeln. Außerdem haben wir sie noch an ein paar andere Plattformen verwiesen, an denen sich auch viele deutsche Architekten beteiligen.

Wir sind nur Vermittler. Weder loben wir selbst Wettbewerbe aus, noch nehmen wir daran teil. Ähnlich wie bei airbnb und Uber. Letztere fahren auch nicht Taxi und haben keine eigenen Fahrzeuge. Sie vermitteln.

Es gibt also keinen konstruktiven Dialog mit der Kammer?

Nein. Ich möchte die HOAI nicht grundsätzlich abschaffen, aber sie funktioniert nicht mehr für den digitalen Entwurfsprozess. Und auch nicht für das, was auf der anderen Seite vom Staat gefordert wird. An den Bauprojekten des größten staatlichen Auftraggebers in Deutschland, der Deutschen Bahn, kann man nur teilnehmen, wenn man mit BIM bzw. Revit arbeitet. Wir sind in Deutschland bei diesem Teil der Digitalisierung des Bauens 15 Jahre hinterher. Eine deutliche Mehrheit der Architekturbüros arbeitet nicht mit BIM – im Jahr 2018! Die Leute im Silicon Valley, die die Algorithmen entwickeln, haben zwar überhaupt nichts mit Architektur zu tun, aber sie nehmen sich jetzt trotzdem die Digitalisierung der Baubranche vor. Und sie werden damit ausschließlich versuchen, Geld zu verdienen. Architekten können jetzt (noch) die Augen verschließen, aber sie werden es nicht verhindern können. Es kommen andere, die die Branche radikal verändern werden.

Was ist die große Vision von popularc?

Den Einfamilienhausmarkt wieder zurück zu den Architekten zu holen.

www.popularc.com



Gewinnt ein Projekt, wird ein Preisgeld ausgezahlt und die Nutzungsrechte gehen an den Bauherrn über. Für eine entsprechende Umsetzung muss dieser dann selbst sorgen.



Paul Indinger, Foto: Arne Hartenburg

BUILDING RADAR

Paul Indinger, Leopold Neuerburg und Raoul Friedrich haben Building Radar 2015 gegründet. Die Plattform versteht sich als Informationsservice, der möglichst früh neue Bauprojekte und die beteiligten Unternehmen identifiziert – praktisches Wissen für alle Hersteller, die in diesem Bereich tätig sind.

Die Vision: Ständig aktualisierte Daten aus der Vogelperspektive, Foto: Liyao Xie / iStock

Herr Indinger, worum geht es bei Building Radar?

Wir haben eine Plattform geschaffen, die so früh wie möglich erkennt, wenn irgendwo auf der Welt neue Bauprojekte entstehen. Dafür haben wir eine künstliche Intelligenz entwickelt, mit der wir im Internet alle Arten von Informationen durchsuchen, von Gemeinden, öffentlichen Ausschreibungen, lokalen Zeitungen und so weiter. Diese Informationen interpretieren wir, fügen sie zu Datensätzen zusammen und verkaufen sie an Firmen, deren Services oder Produkte in diesen Projekten zum Einsatz kommen. Unsere Kunden sind Baukonzerne wie Hochtief, Expansionsabteilungen von Supermärkten, die zum Beispiel wissen wollen, wo ein neues Wohngebiet entstehen wird, dazu viele Hersteller wie Viessmann, Forbo oder Vitra, einer unserer allerersten Kunden. Insgesamt sind es jetzt knapp 150.

Wie kam es zu der Gründung von Building Radar?

Als Student habe ich als Nebenjob für einen Teppichfliesen-Hersteller Bauprojekte recherchiert. Das lief damals noch komplett manuell ab. Wir haben auf den Webseiten von Architekturbüros nachgesehen, was an aktuellen Projekten ansteht, und die Informationen in Excel-Liste eingetragen. Ich war während des Studiums ein Jahr in China und hatte diese Recherche zwischenzeitlich an ein paar chinesische Studenten übertragen. Im Masterstudium lernte ich dann meinen jetzigen Mitgründer Leopold Neuerburg kennen, der gerade von Google kam. Gemeinsam überlegten wir, wie sich



diese manuelle Recherche mit Algorithmen automatisieren lässt. Im Mai 2015 haben wir zusammen mit Raoul Friedrich Building Radar gegründet.

Was waren bisher die wichtigsten Entwicklungsschritte? Gab es auch etwas, das nicht funktioniert hat?

Es ist extrem wichtig, sich zu fokussieren. Wir haben am Anfang den Fehler gemacht, zu viele Dinge anzubieten: Wir wollten Bauprojekte finden, diese mit Satellitenbildern verifizieren. Dann wollten wir ein System darum bauen, mit dem direkt aus unserer Plattform heraus, zum Beispiel über automatische E-Mails, Planer oder Projektentwickler angeschrieben werden können.



Nach dem Baubeginn sind schon die meisten Aufträge vergeben. Darum lohnt es sich für die Vertriebsabteilungen vieler Unternehmen der Baubranche, möglichst früh von neuen Vorhaben zu erfahren. Foto: NG via Unsplash

Wir entwicklungsintensiv ist Euer Business?

Wir entwickeln alle Algorithmen selbst und optimieren diese auch laufend weiter. Alle zwei Wochen gibt es bei uns ein Meeting, bei dem verschiedenste Leute zusammensitzen und überlegen, was wir als Nächstes ausprobieren wollen. Es gibt immer mehr Ideen, als wir Ressourcen haben.

Wie ist Euer Team aufgebaut?

Unser Team umfasst gegenwärtig gut 30 Personen. Dabei handelt es sich zur Hälfte um Programmierer, die andere Hälfte besteht vor allem aus Mitarbeitern im Vertrieb und Marketing.

Worin besteht der nächste Entwicklungsschritt?

Die Internationalisierung. Das Schöne an unserem Geschäftsmodell ist, dass es sich weltweit skalieren lässt, weil wir die Datenquellen nur online besuchen müssen. Der größte Entwicklungsschritt, den wir bisher realisieren konnten, war, die Technologie, die wir auf Deutsch entwickelt haben, auch auf Englisch zu beherrschen. Damit können wir den internationalen Markt erschließen, und deswegen werden mittelfristig auch Büros in den USA oder Asien dazukommen.

Rüsten Eure Wettbewerber jetzt nach?

Bei uns geht es nicht um die Datentiefe, sondern darum, die Informationen sehr viel früher als alle anderen zu finden. Unsere Wettbewerber versuchen das auch. Doch handelt es sich um traditionelle Firmen, die können sich meist gar nicht so schnell wandeln. Wir glauben nicht, dass sie diesen Sprung schaffen werden. Daher haben wir weniger Angst vor existierenden Wettbewerbern als vor neuen Startups aus den USA, die mit fünf Mal so viel Geld ausgestattet sind wie wir.

In den letzten eineinhalb Jahren haben wir uns jedoch auf den ersten Teil fokussiert, darauf, aus möglichst vielen unterschiedlichen Datenquellen so früh wie möglich die Projekte zu finden. Das Ziel der meisten unserer Kunden ist es, von einem Projekt zu erfahren, bevor man es physisch sehen kann. Wenn die Baugrube ausgehoben wird, sind bereits 60 bis 70 Prozent der Leistungen und Produkte spezifiziert. Wir haben lange gebraucht, bis unser Produkt auf einem Level war, das die manuelle Recherche hinsichtlich Qualität schlagen kann.

Welchen Umfang an Veröffentlichungen verarbeitet Ihr?

Über 100.000 verschiedene Datenquellen, von der Lokalpresse bis zu den großen Tageszeitungen, Ausschreibungsplattformen oder Websites. An einem Tag lesen wir zum Beispiel über 100.000 Zeitungsartikel. Rechnet man die englischen dazu, sind es wahrscheinlich bald 500.000 pro Tag. Etwa einer von 100 Artikeln ist für uns relevant. Wir finden dadurch Dinge, die man mit manueller Recherche nie entdecken könnte.

Wie lassen sich in New Yorks Häusermeer neue Projekte entdecken? Foto: B&M Noskowski / iStock

Wieviel Unterstützung hattet Ihr während der Gründung?

In Deutschland gibt es sehr viel Unterstützung. Wir waren in über zehn Förderprogrammen, von den Universitäten bis zu privaten Initiativen. Die Herausforderung bestand für uns eher darin, nicht auf zu vielen Hochzeiten zu tanzen. Die Möglichkeit klingt verlockend, einen Wettbewerb zu gewinnen, aber man lässt sich auch vom Geschäft ablenken.

Wer war der erste Kunde?

Der erste Kunde hat nach zwei Stunden wieder gekündigt. (lacht) Unser Service war wohl nicht so, wie er sich das vorgestellt hatte. Wir haben von Anfang an kommuniziert, dass wir an einer wachsenden Idee arbeiten. Das beste Feedback, das man bekommen kann, ist das von einem unzufriedenen Kunden, weil dieser Dir ganz genau sagt, was er erwartet, was bei Deinem Produkt fehlt. Es gilt das ungeschriebene Gesetz, dass Du für Deine erste Software, die Du veröffentlichst, vom Kunden Kritik bekommen solltest, sonst hast Du zu lange damit gewartet. Dann programmierst Du zwei Jahre an etwas, weißt aber gar nicht, wie es am Markt ankommt. Daher haben wir immer sehr früh versucht, vom Markt Feedback zu erhalten.

Was ist das große Ziel?



Auf dem Weg, auf dem wir gerade sind, liegt noch genügend Arbeit vor uns. Es geht darum, immer mehr Daten miteinander zu verknüpfen, Zusammenhänge immer besser zu verstehen. Die Vision lautet weiterhin, als Erste von einem neuen Bauprojekt auf der ganzen Welt zu erfahren.



Neben Bilddaten setzt Building Radar auch auf zahllose andere Informationsquellen. So lässt sich das weltweite Baugeschehen in den Blick nehmen. Foto: Max Bandtke/via Unsplash



Alexander Ubach-Utermöhl,
Foto: blackprintpartners

BLACKPRINTPARTNERS

Alexander Ubach-Utermöhl ist Gründer von blackprintpartners mit Sitz in Frankfurt am Main. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, die Immobilienbranche und die technologiegeleitete Gründerszene zusammenbringen. Als spezialisierter Startup-Accelerator betreibt blackprintpartners ein dicht getaktetes Coaching- und Finanzierungsprogramm, dank dem potentielle Unternehmensgründer ihre Ideen beschleunigt entwickeln können – daher die englische Bezeichnung.



Beim Demo Day stellen junge Startups ihre Projekte vor, die sie bei blackprintpartners weiterentwickelt haben.

Das Bestellerprinzip hat bewirkt, dass Leute, die einen Makler bestellen, diesen auch bezahlen müssen, obwohl er relativ wenig zur Vermietung beiträgt. Das hat im Vermietungsmarkt zu einem Umdenken der Eigentümer geführt. Tech-Leute sind auf die Immobilienbranche aufmerksam geworden, eine Branche, die sehr geschlossen ist. Im B2B-Bereich braucht man einen Zugang, den viele Gründer nicht haben. Der Gesetzgeber öffnete erstmals ein Fenster. Da andere Segmente wie Fintech schon überlaufen waren, hat sich die Gründerszene in Richtung Immobilien neu orientiert.

Proptech ist einer von mehreren Begriffen, die international dafür verwendet werden, und derjenige, der sich inzwischen durchgesetzt hat. Gemeint sind Unternehmen, die mit skalierbaren und damit digitalisierbaren Geschäftsmodellen technologiebasiert Ineffizienzen in der Immobilienbranche lösen.

Herr Ubach-Utermöhl, seit wann gibt es den Begriff „Proptech“? Wie hat sich die Szene in den letzten Jahren entwickelt?

Die „Mutter aller Proptechs“ war Immoscout24.de. Die gibt es schon seit Anfang der 2000er Jahre, als der Begriff „Proptech“ noch gar nicht existierte. Seit 2012 hat die Szene bezogen auf die Anzahl der Gründungen im deutschsprachigen Raum an Fahrt gewonnen. Der Höhepunkt mit 104 Gründungen war 2015, als das Bestellerprinzip eingeführt wurde. Jetzt haben wir uns eingependelt bei Mitte 80 Gründungen pro Jahr.

Wie verhält sich der deutsche Markt im Vergleich zum amerikanischen?

Derzeit gibt es ca. 6.000 Proptechs auf der Welt, ca. 2.000 in Amerika, 2.000 in Europa, 2.000 in den restlichen Regionen. Das Silicon Valley ist nach meinem Verständnis nicht der Hub für die amerikanische Proptech-Szene. Das ist New York. Einer der großen Spieler dort ist *MetaProp*, ein Venture Capital Fonds, der einen Accelerator mit dem Ziel betreibt, den Nachwuchs für den eigenen Fonds selbst heranzuziehen.

Wie sehen die verschiedenen Wachstumsphasen eines Startups aus?

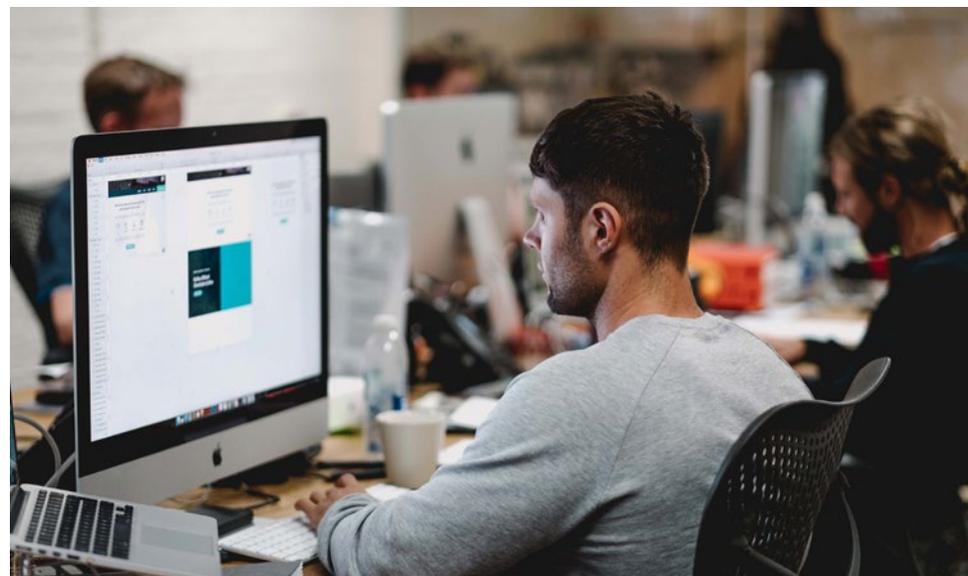
In der Pre-Seed-Runde prüft man die Idee. Die Geldgeber werden in dieser Phase Business Angels genannt. Sie geben mal 25.000 oder 50.000 Euro aus. Danach folgt die Seed-Phase, in der man an einem *Minimum Viable Product*, einem „minimal überlebensfähigen Produkt“ arbeitet und es am Markt testet. Das ist der Moment, in dem die Gründer oft ihre bisherigen Jobs kündigen oder Studenten anfangen, Vollzeit im Startup zu arbeiten. Je weiter man voranschreitet, umso mehr muss man vorweisen. Die nächste klassische Finanzierungsrunde ist dann Series A. Hier geht es darum, ein Geschäftsmodell, das erste Kunden überzeugt hat, zu skalieren. Jetzt steigen die Venture Capital-Unternehmen ein – in diesem Jahr sind erstmals VCs mit Fokus ausschließlich auf Proptechs entstanden – oder, auch das ist neu, Immobilienunternehmen als strategische Investoren. Sie beteiligen sich mit Ticketgrößen ab 500.000 Euro und begleiten die Proptechs über mehrere Finanzierungsrunden. Oft geht es um Summen im höheren einstelligen Millionenbereich.

Strategische Investoren geben nicht nur Geld, sondern implementieren das neue Geschäftsmodell gleich bei sich selbst?

Genau. Ein Startup, das zum Beispiel mit künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen Grundrisse ausliest, wird „intelligenter“, je mehr Pläne ihm vorliegen. Einen Kunden zu gewinnen, der 500 Wohnungen hat, ist super. Aber mit 500 Grundrissen kannst man ein System nicht so anlernen, dass es zu 98 Prozent akkurat ist. Ein Spezialist für künstliche Intelligenz hat mir kürzlich gesagt, dass in dem Moment, in dem man die Daten um den Faktor 1.000 erhöht, die Treffergenauigkeit von 75 auf 98 Prozent steigt. Die Technologie entwickelt sich von „fast nicht zu gebrauchen“ zu „sehr brauchbar“. Ein Beispiel ist eine Kooperation zwischen der *Deutsche Wohnen*, die etwa 163.000 Wohnungen besitzt, und *VRnow*, einem Berliner Startup, das mit Hilfe von maschinellem Lernen Bestandspläne liest.

Um was für Investitionssummen geht es?

Präzise Zahlen in der Immobilienbranche generell schwer zu bekommen. Für 2018 ha-



Noch immer ziemlich männlich geprägt: Die Gründer-Szene hat in diesem Bereich deutlichen Optimierungsbedarf, ebenso wie die Bau- und Immobilienbranche. Foto: Studio Republic via Unsplash

ben wir in der DACH-Region bislang 32 Finanzierungsrunden über eine Million Euro gezählt. Das Gesamtvolumen für diese großen Runden lag je nach Berechnungsmethode zwischen 125 und 150 Millionen Euro. Die kleinen Finanzierungsrunden unter einer Million Euro werden sich in Summe im zweistelligen Millionenbereich bewegen.

Eine Finanzierungsrunde dauert mindestens sechs Monate. Wenn man es richtig gut macht, ist man in vier Monaten durch. Die Gründer unterschätzen das meist. Man sollte für mindestens 18 Monate Kapital einsammeln, sonst hat man gerade das Team zusammengestellt und muss schon wieder Geld akquirieren. Das ist für die Entwicklung des Geschäftes schlecht, denn beides ist Chefsache.

Es heißt oft, dass 90 Prozent der Startups das dritte Jahr nicht überstehen.

Wir tracken auch Marktaustritte. Wir haben 2015 angefangen zu zählen und sind mittlerweile bei etwa 30. Im ersten Jahr entwickelt man ein Konzept, im zweiten Jahr geht man an den Markt, hat eine Finanzierung für 12 oder 18 Monate. Die Konsolidierungsphase kommt noch.



Das Startup-Prinzip ist längst zu einem Lebensentwurf mit eigener Philosophie geworden. Systematisch sucht die Szene nach neuen Betätigungsfeldern, und oft gelingt es ihr, die Spielregeln zu ändern. Foto: Daria Nepriakhina via Unsplash

Wir haben in der Branche wenig Tradition, innovativ zu sein. Von der Ausführung her bauen wir wie vor 100 Jahren. Aber ein paar innovative Unternehmen gibt es schon. Hinsichtlich der Developer beispielsweise *edge technologies*, gegründet von Coen van Oostrom, die weltweit mit neuesten Technologien emissionsneutrale Gebäude bauen wollen. Sie probieren neue Technologien einfach aus. Sie schließen im Rahmen von Projekten beispielsweise auch Mietverträge ab, die Technologien umfassen, die zu dem Zeitpunkt noch gar nicht entwickelt sind. Darauf muss man sich als Mieter erst einmal einlassen.

Sehr innovativ ist auch ein Unternehmen, von dem ich das vor zwei Jahren nicht gedacht hätte: *Vonovia*, mit 400.000 Wohnungen das größte deutsche Wohnungsunternehmen. Schlüsselpersonen des Teams um den Vorstandsvorsitzenden Rolf Buch und den COO Klaus Freiberg kommen aus dem Bertelsmann-Umfeld, das sehr innovationsaffin ist. Sie probieren grundsätzlich Dinge aus und hinterfragen alle Bereiche der Immobilienbranche.

Und noch ein Unternehmen – manche Architekten werden den Kopf schütteln – die Firma Goldbeck. In deren DNA liegt, Planen und Bauen nicht zu trennen. Darum haben sie von der Planung bis zur Auslieferung der Module auf der Baustelle ein System entwickelt, das Schnittstellenverluste zwischen Architekten, Fachplanern und Bauleitung vermeidet. Das innovationsfreundliche Umfeld dafür schafft Jan-Hendrik Goldbeck, der das Unternehmen für internationale Technologie-Trends öffnet.

Ist es schwieriger, für Euer Accelerator-Programm die richtigen Gründer zu finden, Geld aufzutreiben oder etablierten Partner aus der Immobilienbranche zu gewinnen?

Wir sind sehr gut in der etablierten Immobilienwelt vernetzt. Kapital ist genügend vorhanden. Die Herausforderung liegt darin, europaweit talentierte Gründer mit einem vielversprechenden Geschäftsmodell zu finden.

www.blackprintpartners.de

Welche Unternehmen zählen für Sie derzeit zu den spannendsten Proptechs?

Da ist zum einen *Roomhero*, der erste komplett digitale Inneneinrichter von Wohnimmobilien, der zudem direkt beim Hersteller, also zu sehr guten Konditionen, einkaufen kann. Das ist vor allem für Gebäude interessant, die an verschiedenen Standorten nach einheitlichem Standard eingerichtet sein sollen, Hotels oder Studentenwohnheime beispielsweise.

Sehr interessant sind auch Ansätze, die blockchainbasiert Immobilien handelbar machen. Momentan ist es schwierig, eine halbe Wohnung zu kaufen. Warum eigentlich? Man kann eine Aktie kaufen, ein Stück Unternehmen, aber nicht ein Stück Wohnung oder Haus. Das Unternehmen *SwissRealCoin* in der Schweiz arbeitet gerade daran, über eine tokenbasierte Währung Teile von Immobilien zu kaufen, diese zu einem handelbaren Gut zu machen.

Welche Immobilienunternehmen sind besonders innovativ?



Radikaler Wettbewerb ist ein wesentliches Element sogenannter Beschleuniger-Programme, was eine schnelle Entwicklung neuer Ideen begünstigt. Foto: Jordan Whitfield via Unsplash



ALLES NEU

Heinrich Zille ist berühmt für seine Zeichnungen, aber er hat auch viel fotografiert. Oft interessierten ihn die eher heruntergekommenen Teile der Stadt, dort fand er sein Milljöh. Manchmal sieht man auf seinen Fotos aber auch glänzend weiße Mietskasernen, die fast schon an zeitgenössische Investorenware denken lassen. Und ganz falsch ist das nicht, Berlin wuchs nämlich zu seinen Lebzeiten um mehrere Millionen Menschen – da konnte man beim Thema Wohnungsbau nicht zimperlich sein. Zilles Bilder werden übrigens von der Berlinischen Galerie verwahrt, die kürzlich über 600 Aufnahmen uneingeschränkt rechtfrei veröffentlicht hat. *sb*