

„Algorithmen senken die Alltagsroutine“

Über Größe und Grenzen der Künstlichen Intelligenz in der Immobilienwirtschaft

An welchen Stellen wird Künstliche Intelligenz zuerst in der Immobilienwirtschaft Einzug halten?

Künstliche Intelligenz wird in zwei Bereichen in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Zum einen dient sie bereits heute dazu, repetitive Aufgaben zu übernehmen. Zum anderen werden Prognosen und Entscheidungen auf Grundlage erkannter Muster in Daten stärker in das Management von Immobilien Einzug halten. An Stellen, an denen die Abläufe immer und immer wieder die gleichen sind, werden Prozesse automatisiert werden. Im Asset Management etwa geht es dabei um das Sortieren von großen Dokumentenbeständen und die Extraktion der darin enthaltenen Informationen. Wenn zum Beispiel eine Immobilie erworben wird, müssen Mitarbeiter im Asset Management die Dokumentation und Daten bis heute jedes Mal aufwendig manuell in die eigenen Systeme übertragen. Künstliche Intelligenz wird das Problem lösen. Solche automatisierbaren Vorgänge gibt es in vielen Bereichen der Wertschöpfungskette unserer Branche.

Müssen Mitarbeiter dort um ihre Arbeitsplätze fürchten?

Schon seit einigen Jahren sehen wir in mehreren Bereichen unseres Lebens, dass entsprechende Algorithmen eingesetzt werden. Und dennoch sinkt die Zahl der Erwerbslosen in Deutschland konstant. Das hat einen einfachen Grund. Künstliche Intelligenz ist keine disruptive Technologie. Sie dient lediglich als Werkzeug, um bestimmte Aufgaben für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu übernehmen. Die Arbeit soll schneller und effizienter werden und mehr Zeit lassen für die Tätigkeiten, die ein Algorithmus eben noch nicht übernehmen kann. Der per-

sönliche Umgang mit Mietern und Investoren, Mitarbeiterführung und intuitive Entscheidungen auf Basis von Erfahrungen, die außerhalb des klar abgesteckten Wirkungsbereichs einer KI liegen. Denn eine KI kann immer nur in einem vom Menschen vorgegebenen Aktionsrahmen agieren. Wir Menschen haben hingegen die Möglichkeit, auch nicht klar verknüpfte Sachverhalte sozusagen über den Tellerrand hinaus in unsere Entscheidungen einfließen zu lassen. Viele solcher qualitativen Aufgaben werden auch in Zukunft nicht von Algorithmen übernommen werden. Und das sollen sie auch nicht.

Welche Vor- und Nachteile hat die Verwendung von intelligenten Algorithmen für die Immobilienkunden?

Die Vorteile liegen klar auf der Hand, und sie überwiegen. Künstliche Intelligenz erleichtert umständliche Aufgaben und senkt die Routinen im Arbeitsalltag. Das führt zu verbesserten Arbeitsbedingungen. Einfach gesagt: Intelligente Algorithmen übernehmen die Aufgaben, die keiner machen möchte, weil sie einfach langweilig oder unsinnig sind. Viele unnötige Aufgaben entstehen heute durch Medienbrüche und das Copy & Paste von Daten von einer Liste in die andere. Das klassische Reporting eben. Zudem ist das Fehlerpotential von Algorithmen geringer. Sie verlieren schließlich nicht die Konzentration. Aber natürlich gibt es auch Nachteile. So müssen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch lernen, mit der neuen Technologie umzugehen. Bestehende Prozesse, die zum Teil seit Jahrzehnten verinnerlicht wurden, verändern sich deutlich. Nicht für jeden ist das einfach. Diese Transformations-schwierigkeiten konnten wir bereits in den letzten Jahrzehnten etwa bei der Ein-

führung von Computern oder dem Internet sehen. Auch Künstliche Intelligenz kann nur so gut sein wie ihr Anwender. Wenn sie falsch oder zu eingeschränkt genutzt wird, kann sie nicht ihre Potentiale ausschöpfen. Die beste Kombination wird aber auch im Immobilienbereich die Kombination aus den technischen Möglichkeiten einer KI und dem Urteilsvermögen des Anwenders sein. Hierfür müssen die Anwendungsgebiete und die Grenzen dieser Technologie jedoch auch klar sein.

Wo liegen die Grenzen der Digitalisierung in der Immobilienbranche?

Die Grenzen liegen natürlich vor allem in persönlichen Beziehungen und eben in der Fähigkeit von uns Menschen, über den Tellerrand hinauszuschauen. Aber sie finden sich auch dort, wo kein Mehrwert zu erkennen ist, der den Aufwand der Entwicklung lohnt. Technologien brauchen einen konkreten Use Case und sollten nicht nur einen Marketingeffekt erzielen. Wir sollten Prozesse nicht nur digitalisieren, damit sie digital sind. Um eine stringente digitale Entwicklung der Immobilienwirtschaft zu erreichen, müssen wir uns selbst fragen, wo wir Schmerzen haben. Wo ist ein Prozess zu ineffizient? Wo fehlen uns wichtige Informationen? Wo verliere ich viel Zeit in meinem Alltag? Diese Hürden können wir mit Hilfe von Technologie sicherlich meistern. Der Entwicklung sind nun einmal wenig Grenzen gesetzt. Aber es gibt eben auch Bereiche, in denen ein Mensch nicht ersetzt werden kann. Stellen Sie sich doch einmal vor, dass ihr Vermieter nur noch per Chatbot mit Ihnen kommuniziert. Das würde fast jeden von uns stören.

Die Fragen stellte **Michael Psotta**.