

SVIT Schweiz Innovation-Award

Leitfragen zum Projekt

Projekt: Global Real Estate Run
Datum: 20. April 2021
Ansprechperson: Mario Facchinetti, A-Impuls GmbH

1. Was war Ihre Motivation, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen?

Covid zwingt Menschen dazu, mehr Zeit in der Immobilie zu verbringen als ihnen lieb ist. Der Global Real Estate Run sorgt für Gesprächsstoff und motiviert sie, sich zu bewegen und etwas für ihre Gesundheit zu tun. Der Global Real Estate Run soll auch die Nachhaltigkeit fördern: mit jedem Teilnehmer wird ein Baum gepflanzt. Und der globale Event soll aufzeigen, dass Innovation in der Immobilienwirtschaft möglich und wichtig ist: Global denken und lokal handeln dank der Möglichkeiten der Digitalisierung.

2. Was unterscheidet Ihr Vorgehen von bisher bekannten Vorgehensweisen?

Normalerweise werden Events mit einer regionalen Perspektive organisiert. Der Global Real Estate Run wurde von Anfang an global aufgezogen. Er nutzt die Möglichkeiten der Digitalisierung, die durch Covid einen Schub erhalten hat.

3. Was ist nachhaltig an Ihrem Konzept, sowohl finanziell als auch aus Sicht der Nutzerbedürfnisse (Kunde/Endnutzer)?

Eine Studie der ETH zeigt, dass das Pflanzen von Bäumen kurzfristig das effektivste Mittel ist, um CO₂ zu kompensieren. Wir wollen mit der ersten Durchführung 5000 Bäume pflanzen. Damit können wir 110'000 Kilogramm CO₂ pro Jahr kompensieren. Die Teilnehmenden tun etwas für die Gesundheit und das gesellschaftliche Wohlempfinden. Als netter Nebeneffekt können Firmen die CO₂-Kompensation der gepflanzten Bäume in ihre Kommunikation und Nachhaltigkeits-Bilanz aufnehmen.

4. Gibt es politische oder regulatorische Hürden für das Konzept und wenn ja, welche?

Das wird sich im Herbst zeigen. Am 29. Oktober 2021 findet voraussichtlich der zweite Run statt. Dieser wird wieder global aufgezogen, aber regionaler ausgerichtet. D.h. die Bäume werden nicht mit einem internationalen Partner, sondern in der Umgebung der teilnehmenden Firmen gepflanzt. Dazu muss es eine Abstimmung mit den Behörden vor Ort gegeben. Bäume können nicht einfach irgendwo gepflanzt werden.

5. Wer sind die finanziellen Träger des Konzepts? Ist es selbsttragend?

Der Run wird von Sponsoren und den teilnehmenden Firmen finanziert, ist also grundsätzlich selbsttragend. Es ist noch nicht klar, ob das auch bei der ersten Durchführung der Fall sein

wird, da wir noch keine Erfahrung mit den Kosten bei einer steigenden Zahl an Teilnehmenden haben.

6. Gibt es wirtschaftliche Hürden für das Konzept und wenn ja, welche? (Wie reagiert der Markt)

Wir haben gemerkt, dass die Regionalität eine Rolle spielt. Ein häufiger Absagegrund war, dass die globale Ausrichtung nicht ins Konzept passt, weil man regional ausgerichtet ist. Wir dachten, dass wir diesem Punkt bereits Rechnung tragen, mussten uns aber eines Besseren belehren lassen. Deshalb versuchen wir die Bäume bei der nächsten Durchführung regional zu pflanzen. Das bietet mehr Identifikationsmöglichkeit.

7. Für wen entsteht ein (Zusatz-) Aufwand in der Umsetzung des Konzepts, verglichen mit konventionellen Vorgehensweisen?

Aufwand entsteht vor allem für uns als Organisatoren. Unsere Kunden müssen ihre Anspruchsgruppen motivieren, mitzumachen und ihr Engagement entsprechend kommunizieren, um maximalen Mehrwert zu generieren.

8. Welche Akteure stehen in welcher Rolle hinter dem Konzept?

Hinter dem Run stehen wir als Organisatoren, die Sponsoren, die teilnehmenden Firmen und deren Anspruchsgruppen. Wir wollen Firmen darauf aufmerksam machen, dass Mieter und Eigentümer wichtige Akteure in der Branche sind und in Events einbezogen werden sollen.

9. Wo sehen Sie den grössten Nutzen für den Kunden/Endnutzer?

Der unmittelbare Nutzen für Immobilienfirmen entsteht mit dem Angebot eines gesellschaftlichen Events für deren Mitarbeitende, Familien, Kunden und weitere Anspruchsgruppen. Die Möglichkeit der CO₂-Kompensation ist ein netter Nebeneffekt, darf aber nicht die Hauptmotivation sein. Der Teilnehmer, also der Mieter, Eigentümer oder Immobilienprofi, macht etwas Gutes für seine mentale und physische Gesundheit während den monotonen Homeoffice-Tagen. Anhand der Themenbibliothek erhält er interessante Informationen zu Innovationen in der Branche, was wiederum zu Gesprächsstoff für folgende Zoom-Kaffees sorgt. Die ereignisarme Zeit mit Covid wird deutlich interessanter.