

Digital

Handlungsfelder für eine digitale Ethik in der Wohnungswirtschaft – Sieben Fragen an GdW-Präsident Axel Gedaschko

Kaum eine Branche hat den Zugriff auf so viele personenbezogene Daten wie die Wohnungswirtschaft. In dem Maße, in dem digitale Lösungen Mieterverhalten, die Kommunikation zwischen Vermieter und Mieter und die Nutzung elektronischer Services erfassen und die erzeugten Daten verarbeiten, stellt sich die Frage, welche Regeln die Branche für einen verantwortlichen Umgang damit aufstellen sollte. Auch für die Wohnungswirtschaft stellt sich also die Frage nach einer „Digitalen Ethik“. Wir haben dazu mit Axel Gedaschko, dem Präsidenten des Spitzenverbandes GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V., ein Gespräch im Rahmen des diesjährigen Aareon Kongresses führen können.



GdW-Präsident Axel Gedaschko. Foto: GdW / Nils Hasenau)

Mit der Studie „Wohntrends 2035“, die der GdW Ende letzten Jahres zusammen mit InWIS und „Analyse & Konzepte“ vorstellte, wurde noch einmal deutlich: Die Digitalisierung verändert das Wohnen nachhaltig. Bei der Studienpräsentation sprachen Sie davon, dass das Wohnen sogar „revolutioniert“ werde. Wenn wir also künftig in Sachen Wohnen noch mehr als bislang mit Datenströmen zu tun haben werden: Welche zentralen ethischen Implikationen sehen Sie, die sich für Verantwortliche in der Wohnungswirtschaft ergeben? Gibt es so etwas wie eine „Digitale Ethik des Wohnens“?

Axel Gedaschko: Wenn man es optimistisch formuliert, könnte man sagen: Es gibt bereits eine ungeschriebene Ethik, die sich aus dem Grundverhältnis zwischen Mieter und Vermieter ergibt – auch wenn dieses Verhältnis mal besser und mal schlechter ausfallen kann. Dieses traditionelle Miteinander und Miteinanderauskommen reicht aber natürlich nicht aus, um daraus eine konkrete Ethik auch in Zeiten der Digitalisierung darzustellen.

Viele Wohnungsunternehmen sind derzeit in einem Findungsprozess, wie eigentlich ihre künftige Rolle in diesem Themenfeld aussieht. Allen ist klar, dass etwas grundlegend Neues passiert. Wir haben als Verband vor diesem Hintergrund eine Unternehmensbefragung zum Thema Digitalisierung durchgeführt. Hier wurde deutlich, dass eine erkennbar größere Zahl an Unternehmen als noch vor zwei Jahren dieses Thema anpacken will. Das ist eindeutig eine Frage der Unternehmensgröße und der sich hieraus ergebenden Personalkapazitäten, die zur Verfügung stehen. Gleichwohl gibt es auch einige kleinere Unternehmen, die viel weiter fortgeschritten sind als manche „Große“. Die Aufgabe für die Unternehmen wird es sein, einen eigenen „digitalen Weg“ zu finden und zu prüfen, welche Rahmenbedingungen hier gelten – einige Dinge wie etwa der Datenschutz sind gesetzlich definiert und geben dabei Orientierung.

Bleibt noch der Mieter. Wir haben im Rahmen eines großen Feldversuchs zum Themenfeld „Smart Home & Energieeffizienz“ festgestellt, dass es trotz der kostenlosen Bereitstellung der nötigen Sensorik bei Mietern auch Misstrauen gegenüber diesen Technologien gibt. Der Grund: Sie fürchten eine Überwachung. Das zeigt, dass man den Menschen vorher transparent kommunizieren muss, was genau mit den erfassten Daten passiert und was nicht. Wichtig ist es aber zu zeigen, wo die Grenzen im Umgang mit den Daten liegen und wie sich die Verantwortlichkeit im Konkreten darstellt.

In gesellschaftlichen Debatten, zuletzt auch in der Politik, konnte man in jüngster Zeit wiederholt und sehr deutlich sehen, dass es unterschiedliche digitale Generationen gibt, mit unterschiedlichen digitalen Biografien. Wie können wir diese Vielfalt der Erfahrungen und Erwartungen an die Digitalisierung unter einen Hut bringen? Ist das eher eine Aufgabe für die Politik – oder auch konkret für die Wohnungswirtschaft, auch im Dialog mit den Mietern?

Axel Gedaschko: Die Politik muss zunächst einen verständigen Rahmen setzen, der Vertrauen schafft, der Dialoge und Debatten nicht abwürgt und dabei hilft, dass neue digitale Lösungen und der Diskurs darüber für den Einzelnen überschaubar bleiben. Unternehmen müssen ihrerseits eine Strategie fahren, die die vielen Facetten der Digitalisierung berücksichtigt. Natürlich wird man es mit Menschen zu tun haben, die beispielsweise aus Altersgründen sagen „Meine Welt ist das nicht, ich möchte diese Angebote nicht nutzen“. Sie können 80-jährige ja nicht dazu zwingen, das Internet zu nutzen und ihnen signalisieren, sie finden anderenfalls als Mieter gewissermaßen nicht mehr statt. Hier wird man eine Übergangsstrategie fahren müssen, um die unterschiedlichen Generationen zu erreichen: Auf der einen Seite führt man neue digitale Lösungen ein und auf der anderen Seite bleiben klassische Kontakt-Kanäle noch bestehen, sei es die telefonische Erreichbarkeit oder der persönliche Termin.

Die Frage lautet überdies ja auch: Wie bekomme ich Mieter dazu, sich auf digitale Angebote einzulassen, die das schon eher gewohnt sind, im Konkreten aber noch zögern oder sogar Ablehnung oder mindestens Skepsis zeigen? Man muss den Mehrwert aus anderen Bereichen als Vergleich aufzeigen, wo sich solche Neuerungen bereits etabliert haben. Ich nehme da immer ein persönliches Beispiel aus dem Automobil-Umfeld: Vor gut fünf Jahren bot mein neues Auto eine Spracherkennungsfunktion. Obwohl ich mich ja freiwillig für das gewählte Fahrzeug entschieden hatte, auch wegen der eingebauten Neuerungen, habe ich diese Funktion lange Zeit nicht genutzt. Durch Zufall ergab sich vor zwei Jahren aber die Notwendigkeit, das zu tun, und seitdem bin ich begeistert von der Funktion, weil ich jetzt die Hände frei habe. Es braucht also Anleitung oder nachhaltige Impulse. Je komplexer sich Anwendungen präsentieren, umso schwerer fällt es, sich darauf einzulassen. Werde ich aber geführt oder weisen digitale Lösungen an sich schon eine Barrierefreiheit auf, dann erreiche ich mehr Menschen damit. Was nützt es, wenn etwas quasi ein technisches Studium voraussetzt, um es bedienen zu können? Wir Deutschen neigen ja dazu, technische Möglichkeiten in Gänze in Systeme zu packen, je komplexer, desto besser. Aber das haben wir ja schon bei der Unterhaltungselektronik oder beim Smartphone gesehen: Es geht nicht darum, dass ein Gerät unzählige Knöpfe hat und einen möglichst komplexen Eindruck vermittelt – es geht darum, dass Technik leicht von jedem zu bedienen ist.

Erwachsen aus der Durchdringung des Alltags durch digitale Lösungen und Prozesse neue Aufgabenfelder oder sogar Geschäftsfelder für die Wohnungswirtschaft? Ist so etwas wie eine niedrigschwellige „Digitale Bildung“ vielleicht auch eine Aufgabe für Quartierszentren?

Axel Gedaschko: Mit der Anforderung des „Lebenslangen Lernens“ haben wir in unserer Gesellschaft einen ziemlich hohen Anspruch gesetzt. Das ist zwar zu einem gehörigen Teil auch eine Holschuld für uns alle, die vielfältigen Angebote auch wirklich wahrzunehmen. Andererseits muss man seitens der Anbieter auch dafür sorgen, dass so etwas wie „Digitale Bildung“ sichtbar ist und in einer gewissen Durchlässigkeit sowohl in der Volkshochschule, in Abendschulen, an den Universitäten, aber auch in Begegnungszentren und im Seniorentreff angeboten wird. Das sollte regelmäßig Teil der Programmgestaltung aller genannten Institutionen sein. Es geht hier um Teilhabe durch alle Zielgruppen. Selbstverständlich hat da auch die Wohnungswirtschaft eine wichtige Funktion, wenn sie so etwas anbietet. Häufig sind die Unternehmen unserer Branche ja noch die einzigen, die vor Ort so unmittelbar und in relevanter Anzahl die Menschen erreichen. Digitale Bildung wird also tatsächlich im Rahmen von Quartiersarbeit künftig eine neue Aufgabe sein.

Die Philosophie kennt den kategorischen Imperativ von Kant, die Säule seiner Ethik: „Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die Du zugleich wollen kannst, dass sie ein allgemeines Gesetz werde“. Hätten Sie einen „digitalen kategorischen Imperativ“ parat, der uns alle durch die kommenden digitalen Zeiten führt?

Axel Gedaschko: Mein Vorschlag für eine „Anleitung“ oder eine handlungsorientierte digitale Ethik lautet: Kümmere dich selbst um die Dinge der digitalen Welt, die Dir für ein gedeihliches, selbstverantwortetes Miteinander wichtig erscheinen. Ansonsten wird sich jemand darum kümmern. In seinem eigenen Interesse.

Herr Gedaschko, vielen Dank für das Gespräch.

Axel Gedaschko ist seit 2011 Präsident des GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e.V. Der frühere Wirtschafts- und Umweltsenator der Stadt Hamburg ist durch seine ehrenamtliche Tätigkeit in einer Reihe von Gremien und Beiräten in der Wohnungswirtschaft dicht an der Praxis der Branche.

Das Gespräch mit Axel Gedaschko führte Kai Heddergott.

HOME INITIATIVE EXPERTEN BEIRAT KONTAKT

LEITUNGSWASSERSCHÄDEN IN TROCKENEN TÜCHERN

"Im Fall eines Rohrbruchs steht nicht nur meine Wohnung unter Wasser, sondern auch ich auf der Straße."
Mieter aus Dortmund

Volltextsuche

SCHADEN PRÄVENTION.DE
Initiative der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft

EINBRUCH-SCHUTZ >> **BRAND-SCHUTZ >>** **LEITUNGS-WASSER-SCHÄDEN >>** **NATUR-GEFAHREN >>** **SCHIMMEL-SCHÄDEN >>**