

immobilia

JENNY SCHÄPPER-USTER
ÜBER COWORKING SPACES – SEITE 04



IMMOBILIENPOLITIK. Zwei Anläufe auf den Eigenmietwert.....	10
IMMOBILIENWIRTSCHAFT. Büromarkt Genf – Umnutzung von Büro- in Wohnflächen.....	12
BAU & HAUS. FIFA-Museum Zürich – Das Runde passt ins Eckige.....	38

IVO CATHOMEN* •

–Die Sharing Economy ist derzeit in aller Munde. Ist Coworking als Teil davon zu verstehen?

–Absolut. Ähnlich wie beim Auto oder beim B&B geht es im Coworking um wirtschaftliche, aber auch um gesellschaftliche und soziale Fragen. Man muss etwas nicht zwingend exklusiv besitzen, um es nutzen zu können – mit verschiedenen Vorteilen wie tiefere Kosten, örtliche Verfügbarkeit oder Standortvorteile.

–Ist die Schweizer Wirtschaft auch bereit zu Coworking?

–Eine aktuelle Studie von Deloitte zeigt, dass 28% der Arbeitnehmer bereits heute mindestens einen halben Tag pro Woche zuhause arbeiten und die überragende Mehrheit diese Zeitspanne ausbauen möchte. Coworking Spaces etabliert sich als Alternative zu Büro und Homeoffice.

–Das ist die Arbeitnehmerseite. Und wie sieht es auf Arbeitgeberseite aus?

–Es gibt verschiedene Aspekte. Arbeitgeber wollen für neue Talente aus der Generation Y attraktiv sein und müssen sich darum mit neuen Arbeitsformen auseinandersetzen. Mitarbeiter sind mobiler und tendenziell weniger am festen Arbeitsplatz. Daraus abgeleitet streben Unternehmen danach, ihre Raumkosten zu optimieren. Es ist so, dass digitale Nomaden und Jungunternehmen bezüg-

«COWORKING IST EIN THEMA DER PERIPHERIE»

«Coworking Spaces», gemeinschaftliche Büroarbeitsplätze, sind im Medienfieber. Ob sie auch wirtschaftlich zu einem Höhenflug ansetzen, verrät Jenny Schäpper-Uster, Betreiberin von «Büro Lokal» in Wil SG und Präsidentin des Verbandes Coworking Switzerland, gegenüber Immobilien.

Trockag
Wänn's ums Trockne salt!

- **Wasserschadensanierungen**
- **Bauaustrocknungen**
- **Isolationstrocknungen**
- **Mikrowellen-Trocknung**
- **24 Std. Notservice**

www.trockag.ch

Dietikon	043 322 40 00
Boniswil	062 777 04 04
Chur	081 353 11 66
Horw	041 340 70 70
Muffenz	061 461 16 00

Partner





lich neuer Arbeitsformen offener sind als grosse Unternehmen. Die Deloitte-Studie zeigt, dass Mitarbeiter von Grossunternehmen heute die kleinste Gruppe der Coworker ausmachen.

– Die Anbieter von Büroflächen stecken grosse Erwartungen ins Potenzial des Coworking. Berechtigt?

– Es ist wohl eher das Prinzip Hoffnung. Coworking wird die Büroleerstände nicht beheben oder strukturschwache Flächen füllen. Es hat das Potenzial, an den Strukturen zu rütteln, aber nicht kurzfristig. Wir stehen hinsichtlich Arbeitswelten erst in einer frühen Phase eines dynamischen Prozesses.

– Wie bringen Vermieter bestehende Büroflächen und Coworking auf einen Nenner?

– Coworking funktioniert längst noch nicht überall und nicht mit unbegrenzten Flächen. Es braucht ein auf die Situation und die Umgebung abgestimmtes Konzept.

– Gibt es also kein Universalrezept?

– Die Anbindung an den öffentlichen Verkehr ist eine Grundvoraussetzung. Ebenso

eine Mindestgrösse und der offene Grundriss. Bei gemischt genutzten Coworking Spaces mit öffentlichen und halböffentlichen Bereichen – also beispielsweise Café und Arbeitsplätzen – sind die Anforderun-

» Es braucht Idealismus, aber nur mit Idealismus funktioniert's nicht.«

gen anders als bei reinen Büroarbeitsflächen. Jeder Anbieter positioniert sich anders, und es ist zwingend, den lokalen Markt, das Zielpublikum und die Bedürfnisse genau zu analysieren.

– Es gibt aber globale Anbieter, die ihr Konzept multiplizieren.

– Man kann die Konzepte der weltweit agierenden Anbieter und Netzwerke wie WeWork und Impact Hub zum Beispiel

mit Starbucks vergleichen. Es sind Adaptionen eines Konzeptes auf den betreffenden lokalen Markt, beispielsweise hinsichtlich der angemieteten Fläche.

– WeWork und andere Global Players treiben die Kommerzialisierung des Coworking voran. Bewegen wir uns weg vom ursprünglichen Gedanken?

– WeWork ist zwar ein grosser kommerzieller Anbieter. Aber der Nutzer, seine Bedürfnisse und die Interaktion bleiben klar im Mittelpunkt. Regus setzt den Fokus auf Businesscenter-Angebote, bei denen der Aspekt der Interaktion zwischen den Benutzern nicht angesprochen wird. Kommerzielle Anbieter gehen beim Ausbau ihres Netzwerks kalkulierend und planmässig vor. Zusätzliche Player auf dem Markt helfen der ganzen Coworking Community und macht das Konzept im Publikum bekannter und etablierter. Das ist besonders bei Nutzern aus traditionellen Grossunternehmen wichtig. Ich bin aber überzeugt, dass die kooperativen Anbieter nicht verdrängt werden. Jeder hat sein ganz spezifisches Profil und seine Anhänger.



● BIOGRAPHIE

JENNY SCHÄPPER-USTER

ist Geschäftsführerin des Coworking Spaces «Büro Lokal», Wil SG, Mitgründerin und Verwaltungsrätin der VillageOffice Genossenschaft sowie Präsidentin von Coworking Switzerland, der nationalen Vereinigung der Betreiber von Coworking Spaces in der Schweiz. Dank ihrer internationalen Vernetzung ist sie eine fundierte Kennerin der globalen Entwicklung im Bereich der Coworking Spaces und gleichzeitig am Puls der Szene in der Schweiz. Davor war Jenny Schäpper mehrere Jahre als Produkt- und Projektleiterin in verschiedenen Schweizer KMU tätig (Kybun, Spring Switzerland, Scott). ●

– WeWork ist in der Schweiz nicht auf dem Markt. Warum?

– Es gibt Gerüchte, dass WeWork derzeit in der Schweiz intensiv mögliche Standorte evaluiert. Mit Blick auf die bereits eröffneten Spaces weltweit haben wir in der Schweiz noch kaum die von WeWork angestrebte kritische Masse. Der Schritt würde wohl aus anderen, strategischen Gründen erfolgen.

– Globale Anbieter bieten oft Flächen mit 1000 Quadratmetern und mehr. Wo stehen wir in der Schweiz?

– Unsere Flächen sind deutlich kleiner. Das hat mehrere Gründe. Im internationalen Vergleich ist die Nachfrage noch geringer. Dann die geringere Bevölkerungszahl unserer Städte und schliesslich die Lage unserer Spaces. Wir bei «Büro Lokal» haben 180 Quadratmeter Nutzfläche. Die Regel sind 100 bis 200 an eher peripheren Lagen und grösseren Flächen in den Zentren. Fast die Hälfte der Schweizer Coworking-Anbieter plant gemäss Deloitte in den nächsten zwei Jahren einen Ausbau der Fläche am Standort. Drei von vier rechnen mit einem Zuwachs der Nachfrage.

– Sie sprechen periphere Standorte an. Haben solche Lagen Erfolg?

– Grundsätzlich müssen Coworking Spaces sehr gut mit dem öffentlichen Verkehr erschlossen und in Bahnhofsnähe sein. Das kann, muss aber überhaupt nicht in den Grosszentren sein. Coworking wird in Zukunft vielmehr ein Thema

» Coworking ist kein Quickfix für heruntergewirtschaftete Gebäude und Überangebot.«

der Peripherie werden, weil die Arbeitsform hier den grössten Nutzen entfaltet: Pendler müssen nicht ins Zentrum fahren, sondern zum nächsten Coworking Space. Das spart Ressourcen und leistet einen Beitrag für die Reduktion der Pendlerkilometer und ist damit eine Alternative zum Mobility Pricing, wie es der Bundesrat vorschlägt.

– Dann ist Coworking kein Hipster-Thema?

– Nein, eigentlich überhaupt nicht, obwohl es von den Medien oft gerne so positioniert wird. Urbane Standorte ziehen schon Hipsters an, aber Digital Nomads gibt es in jeder Berufsgruppe und Alterssparte. Das Durchschnittsalter der User

liegt weltweit bei 40 Jahren. Das bestätigen auch meine Erfahrungen.

– Welche Auslastung darf man erwarten?

– Eine durchschnittliche Nutzung von 30 bis 40% sollte die Grundlage der Wirtschaftlichkeitsüberlegung sein. Dies entspricht

auch etwa der Auslastung in einem herkömmlichen Büro. Das bedeutet, dass ein Anbieter deutlich mehr Coworker hat als Arbeitsplätze, weil diese selten gleichzeitig an Ort sind. Optimal ist eine Grundauslastung mit fixen Mietern – etwa 50% der Nutzer mit einem Monatsabonnement – damit die Fixkosten gedeckt sind. Wer zu Beginn mit einer

» Alle Nutzungen in den Grosszentren anzusiedeln ist Unsinn.«



höheren Auslastung kalkuliert, rechnet falsch. Anders sieht es mit einer frequenzstarken öffentlichen Nutzung wie einem Café aus.

– Können Vermieter mit herkömmlichen Mieten rechnen?

– Bei den Büroarbeitsplätzen definitiv nicht. Die Nachfrage und Auslastungen müssen nun erstmal in den Markt hineinwachsen, damit die Coworking Spaces finanziell tragfähig sind. Das heisst aber nicht, dass die Zahlungsbereitschaft der Betreiber steigt. Es ist ja auch nicht so, dass Restaurants für den Vermieter gleich rentabel sind wie Büronutzungen. Aber es braucht sie, und sie bringen Frequenz. Coworking kann ein Weg sein, ein Quartier aufzuwerten. Darum müssen Vermieter anders kalkulieren.

– Welche Voraussetzungen muss eine Fläche erfüllen?

– Ein Open-Space-Bereich ist zwingend, dazu können einzelne kleinräumige Gliederungen als Einzel- und Teambüros genutzt werden. Ein Sitzungsraum darf auch nie fehlen. Ausschliesslich oder überwiegend Kleinräume sind selten ge-

wünscht. In der Regel wollen Betreiber einen Ausbaustandard «Rohbau plus». Alle weiteren Voraussetzungen sind abhängig vom Konzept. Die Verträge ha-

» Coworking wird eines Tages Mainstream sein und dann auch nicht mehr Coworking heissen, sondern einfach Arbeiten.«

ben oft kurze Laufzeiten. In der unmittelbaren Umgebung sollten sich Läden, Restaurants, Take-aways, Fitnesscenter, Kinderhorte und ähnliche Dienstleister befinden.

– Wie lang ist der Planungshorizont?

– Das ist von Fall zu Fall verschieden. Ein bis zwei Jahre sind aktuell die Regel. Es ist sehr schwer, darüber hinaus zu planen. Einzelne Betriebe wie zum Beispiel Seedspace in Genf fangen mit Übergangsnutzungen an und wechseln dann in fest gemietete Standorte. Citi-

zen Space in Zürich verfügt über einen fixen Standort im Escher-Wyss-Quartier und belebt einen weiteren Standort als Übergangsnutzung.

– Können wir von den Erfahrungen im Ausland lernen?

– Die häufigsten Fehler sind, dass Projekte überstürzt und ohne präzises Konzept gestartet wurden und der Space langfristig nicht tragbar war. Ich weiss, dass sich grosse Anbieter ein Jahr und mehr in die Planung und Konzeption eines neuen Standortes stecken und dafür von Beginn weg bessere Ergebnisse erzielen.



IVO CATHOMEN
Dr. oec. HSG, ist leitender Redaktor der Zeitschrift Immobilien.