

Wirtschaftswissenschaftliche Schriften

**Reihe: Angewandte Wirtschaftspolitik und
Wirtschaftsforschung**

Stefanie Döring

Zusammen flexibel ist man weniger allein?

**Eine empirische Analyse der neuen
Arbeitsform Coworking als Möglichkeit der
Wissensgenerierung**

Heft 01/2010

Fachbereich Betriebswirtschaft

Schriftenreihe: Wirtschaftswissenschaftliche Schriften, Jahrgang 2010, Heft 1

Reihe: Angewandte Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung

Herausgeber: Dipl.-Bw. Silko Pfeil (M.A.)

Die vorliegende Publikation entstand im Rahmen einer Diplomarbeit an der Fachhochschule Jena, Fachbereich Betriebswirtschaft.

Autorin: Dipl.-Bw. Stefanie Döring (FH)

Betreuer: Dipl.-Bw. Silko Pfeil (M.A.)

ISSN 1868-1697
ISBN 3-939046-18-3

Fachhochschule Jena, Fachbereich Betriebswirtschaft
Carl-Zeiss-Promenade 2
D-07745 Jena
Tel.: 03641-205-941
Fax: 0364-205-942

Diese Publikation wurde mit äußerster Sorgfalt bearbeitet, Verfasser/in und Herausgeber/in können für den Inhalt jedoch keine Gewähr übernehmen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und Einspeicherung in elektronische Systeme des gesamten Werkes oder Teilen daraus bedarf – auch für Unterrichtszwecke – der vorherigen Zustimmung der Fachhochschule Jena, Fachbereich Betriebswirtschaft und des Autors.

Printed in Germany

Abstract

Weil es in vielen Bereichen nicht notwendig ist, seinen Beruf zu festen Kernarbeitszeiten von einem Arbeitsplatz in den Räumlichkeiten des Arbeitsgebers auszuüben, entwickelte sich 2005 als logische Fortführung anderer flexibler Arbeitsformen das Konzept des Coworking.

Da hierzu kaum wissenschaftliche Veröffentlichungen existieren, kann die vorliegende Arbeit als Grundstein der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema Coworking angesehen werden. Unter anderem wurde ein Definitionsvorschlag für den bislang sehr unscharfen Coworking Begriff entwickelt, alle aktuellen Coworking Spaces in Deutschland inkl. ihres Angebotspektrums zusammengestellt und eine Onlinebefragung des aktuellen Nutzerkreises durchgeführt.

Mit dieser sollten unter besonderer Berücksichtigung des Wissenstransfers die Schwerpunkte Nutzercharakteristika, Veränderung des Arbeitsverhaltens, Erwartungen bzgl. Ausstattung und Zahlungsbereitschaft von Coworking Angeboten sowie die Bedeutung der fünf hergeleiteten Nutzenaspekte (Work-Life-Balance, Ressourcen-, Wissens-, Effizienz- und Sozialisationsaspekt) empirisch analysiert werden.

Es konnte festgestellt werden, dass die überwiegend webbasierten und künstlerischen Freiberufler insbesondere früher zu Hause erledigte Tätigkeiten in Coworking Spaces verlagern. Zudem stellen Coworking Spaces selten den ausschließlichen Arbeitsort dar, wobei aber rund 20% der Befragten diese Arbeitsform an mehr als drei aufeinanderfolgenden Tagen der Woche nutzen. Bei der Zahlungsbereitschaft und den gewünschten Ausstattungsmerkmalen zeigt sich hingegen kein einheitliches Bild. Außerdem wurde deutlich, dass Coworking hauptsächlich über Empfehlungsmarketing bekannt wurde.

Schlüsselworte:

Business Center, Coworking, Coworking Space, Desksharing, Effizienzaspekt, Flexible Office, implizites Wissen, Ressourcenaspekt, Sozialisationsaspekt, Telearbeit, Transferhemmnisse, Wissensaspekt, Wissensmanagement, Wissenstransfer, Work-Life-Balance

E-Mail-Adresse der Autorin:

steff_doering@yahoo.de

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Einführung.....	1
1.2	Inhaltliche Abgrenzung und Zielstellung der Arbeit.....	2
1.3	Struktur der Arbeit	3
1.4	Begriffliche Abgrenzung.....	4
2	Wandel des Büroarbeitsplatzes	5
2.1	Historischer Abriss	5
2.2	Anforderungen der Arbeitsvertragsparteien an die Arbeit	7
2.3	Organisatorischer Wandel	11
2.4	Outsourcing von Arbeitsplätzen	15
3	Coworking – Die Arbeitsform der Zukunft?.....	18
3.1	Ursprung	18
3.2	Begriffsdefinition und Abgrenzung zu verwandten Konzepten	19
3.3	Das Manifest des Coworking.....	21
3.4	Coworking aus Nutzersicht	23
3.4.1	Nutzergruppen	23
3.4.2	Vorteile der Arbeit in Coworking Spaces	23
3.4.3	Nachteile der Arbeit in Coworking Spaces.....	27
3.5	Coworking aus Anbietersicht	28
3.5.1	Charakteristika des Angebotes	28
3.5.2	Angebotsspektrum	29
3.5.3	Aktuelle Verbreitung und Initiativen	32

4	Wissensmanagement und Wissenstransfer durch Coworking	40
4.1	Der Wissensmanagementprozess nach Probst, Raub und Romhardt	40
4.2	Förderung des Wissensmanagements	43
4.3	Barrieren des Wissenstransfers	44
4.4	Abbau von Transferhemmnissen	46
5	Empirisches Forschungsdesign	49
5.1	Ablauf der Untersuchung	49
5.1.1	Ziel und Rücklauf	49
5.1.2	Hypothesen für die empirische Untersuchung	50
5.1.3	Fragebogen und Pretest	51
5.2	Datenbereinigung der Stichprobe	53
5.3	Charakterisierung der Stichprobe	54
6	Deskriptive Ergebnisauswertung	56
6.1	Nutzercharakteristika	56
6.2	Veränderung des Arbeitsverhaltens durch Coworking	60
6.3	Ausstattung und Zahlungsbereitschaft bei Coworking Angeboten	69
6.4	Bekanntheitsgrad von Coworking Spaces in Deutschland	79
6.5	Kurzzusammenfassung der deskriptiven Ergebnisse	80
7	Fazit	81
	Anhang	83
	Literaturverzeichnis	90

Abkürzungsverzeichnis

BVW	Betriebliches Vorschlagswesen
F & E	Forschung und Entwicklung
GP	Gliederungspunkt
h	Stunde
IAO	Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation
IfM	Institut für Mittelstandsforschung Bonn
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
IT	Informationstechnologie
IW	Institut der deutschen Wirtschaft
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MS	Microsoft
PLZ	Postleitzahl
USA	United States of America

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Zahl der Beschäftigten in Büroberufen	1
Abbildung 2:	Neue Arbeits- und Bürokonzepte.....	10
Abbildung 3:	Koordinaten der Bürowelt.....	11
Abbildung 4:	Ablauf der Arbeitsform des Desksharing.....	14
Abbildung 5:	Die fünf Gebote des Coworking	21
Abbildung 6:	Coworking Spaces weltweit (Stand 25.11.2009)	32
Abbildung 7:	Coworking Spaces in Deutschland (Stand 15.05.2010)	32
Abbildung 8:	Kernprozesse des Wissensmanagements	41
Abbildung 9:	Nutzungsverhalten der Coworking Nutzer (Frage 3).....	51
Abbildung 10:	Screenshot Frage 3	53
Abbildung 11:	Altersverteilung der Befragten (arithmetisches Mittel=31,98; Standardabweichung=6,9; n=90)	54
Abbildung 12:	Wohnsitz der Befragten (n=88)	55
Abbildung 13:	Jahr des Abschlusses der Hochschul- bzw. Berufsausbildung der Teilnehmer (n=83) ...	55
Abbildung 14:	Branchenaufteilung (n=90).....	57
Abbildung 15:	Tätigkeitsverhältnis (n=90).....	58
Abbildung 16:	Übersicht der Wanderbewegungen der Coworking Community in Deutschland	60
Abbildung 17:	Arbeitsverhalten aktuell und vor der Nutzung von Coworking Spaces (n=86)	61
Abbildung 18:	Plus-Minus-Grafik bzgl. des Arbeitsverhaltens durch die Nutzung von Coworking Spaces (absolute Häufigkeit)	62
Abbildung 19:	Durchschnittliche Bedeutung der verschiedenen Nutzenaspekte	68

Abbildung 20:	Zahlungsbereitschaft der Coworking Nutzer	70
Abbildung 21:	Anteil der Nutzergruppen von Coworking Spaces (n=85)	72
Abbildung 22:	Zusammensetzung der Nutzergruppen nach Branche	73
Abbildung 23:	Zahlungsbereitschaft nach Nutzergruppen	73
Abbildung 24:	Durchschnittliche Bewertung des Grundangebots in Coworking Spaces	75
Abbildung 25:	Gegenüberstellung Interesse/Desinteresse an Zusatzangeboten	77
Abbildung 26:	Zahlungsbereitschaft für Zusatzangebote	77
Abbildung 27:	Kommunikationskanäle von Coworking Spaces (n=89, Mehrfachnennungen möglich)..	79

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Gründe für die Umgestaltung von Arbeitsplätzen	7
Tabelle 2:	Anforderungen des Arbeitnehmers an die Arbeit.....	8
Tabelle 3:	Anforderungen des Arbeitgebers an die Arbeit	9
Tabelle 4:	Anforderungskriterien Arbeitgeber – Arbeitnehmer durch flexiblere Arbeitsformen	15
Tabelle 5:	Anforderungskriterien Arbeitgeber – Arbeitnehmer durch Outsourcing der Arbeitsplätze.	17
Tabelle 6:	Übersicht der Vor- und Nachteile von Gruppenbüros	30
Tabelle 7:	Anbietervergleich Coworking Spaces in Deutschland	
Tabelle 8:	Allgemeine Barrieren des Wissensmanagements aus Sicht der Industrie	44
Tabelle 9:	Nutzungshäufigkeit verschiedener Arbeitsplätze zu 0% bzw. 100%	63
Tabelle 10:	Kategorienbildung der Nutzungsmuster	64
Tabelle 11:	Nutzungsmuster in Coworking Spaces	65
Tabelle 12:	Übersicht der Vor- und Nachteile von Coworking Spaces.....	66
Tabelle 13:	Kumulierte Zahlungsbereitschaft der Coworking Nutzer	71
Tabelle 14:	Klassifizierung der Nutzergruppen	71
Tabelle 15:	Deskriptive Analyse der Zahlungsbereitschaft für Zusatzangebote in Euro.....	78
Tabelle 16:	Tabellarische Kurzzusammenfassung der Hypothesen	80

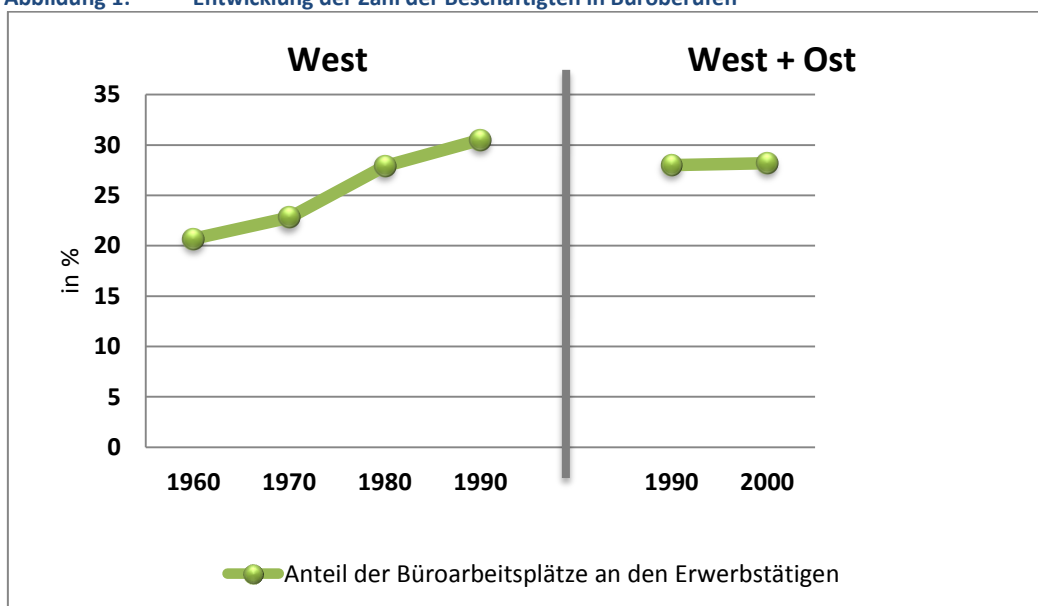
1 Einleitung

1.1 Einführung

Wie in Zukunft die Arbeits- und Büroorganisation gestaltet werden, gehört für uns alle und insbesondere für Menschen, denen die Verantwortung für die Arbeitsgestaltung obliegt, zu entscheidenden Fragen (Albers 2008: 9). Mittlerweile bestimmt unsere Arbeitsweise fundamental unseren persönlichen Lebensstil und dient – insbesondere in wissensintensiven Berufen – überwiegend der Selbstverwirklichung (Haarmann 2002: 140).

Der sich in den letzten Jahrzehnten vollziehende Wandel von physischen hin zu überwiegend geistigen Tätigkeiten spiegelt sich auch in der stetig steigenden Anzahl von Büroberufen wieder (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: Entwicklung der Zahl der Beschäftigten in Büroberufen



Quelle: Möller/Sonntag 2000: 1

In vielen Bereichen ist es zudem nicht mehr zwingend notwendig, dass man seinen Beruf zu festen Kernarbeitszeiten von einem Arbeitsplatz in den Räumlichkeiten des Arbeitgebers ausübt. Home Office, Telearbeit und Desksharing sind neue Organisationsformen der Arbeit, die sich aus dem Trend der Flexibilität heraus entwickelt haben.

Das Büro ist dort, wo der Stelleninhaber sich gerade befindet und arbeiten kann: Zu Hause, am Flughafen, in der Bahn, vor Ort beim Kunden oder auch in Cafés (Rey 2002: 11). Möglich wird dies durch moderne Technologien, wie immer leistungsfähigere mobile Computer, schnelles Breitband-Internet, kleine mobile Speichermedien oder Cloud Computing.¹

Im gleichen Zuge wandeln sich auch die Anforderungen an die Mitarbeiter und deren Bedürfnisse: Die Verquickung von Arbeits- und Privatsphäre bedingt ein höheres Maß an Flexibilität, Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit. Kollegen werden ebenso wie Projekte und Arbeitgeber schneller wechseln, als dies noch vor zehn Jahren der Fall war (Rettig 2008).

Allerdings bestehen zwischen Arbeitsformen und Lebensstil interdependente Beziehungen. Dem Wunsch nach einer selbstbestimmteren Arbeitsweise sowie besserer Vereinbarkeit von Familie und Beruf kann durch mobile Arbeitsformen besser entsprochen werden (Haarmann 2002: 140).

Um die Nachteile durch den Verlust der originären ‚Bürogemeinschaft‘ auszugleichen, entstand Mitte des vergangenen Jahrzehnts in den USA die Idee des Coworking, welche sich seit der Eröffnung des ‚betahauses‘ 2009² auch in Deutschland rasant verbreitet. Neben Fixkostenteilung gehören der Zugang zu neuesten Technologien, Wissensaustausch und Vernetzung der Nutzer zu den propagierten Vorteilen. Vorliegende Arbeit soll die Nutzeffekte dieser neuen Arbeitsform anhand einer detaillierten Analyse aus Nutzersicht identifizieren.

1.2 Inhaltliche Abgrenzung und Zielstellung der Arbeit

Ausgangspunkt der Untersuchungen bildet eine Analyse der Bedürfnisse des Arbeitgebers bzw. -nehmers an die Arbeit und wie diese durch verschiedene traditionelle sowie neu entwickelte Arbeitsformen erfüllt werden.

¹ Ermöglicht die Bereitstellung und Nutzung von IT-Infrastrukturen, Plattformen und anderen im Internet verfügbaren elektronischen Diensten (Braun/Kunze et. al. 2009: 3).

² Das betahaus in Berlin gilt als eines der ersten Coworking Spaces in Deutschland.

Darauf aufbauend geht die Verfasserin der Frage nach, ob Coworking – insbesondere unter den Aspekten des Wissensaustauschs und Vernetzung der Nutzer – eine geeignetere Form der Arbeit darstellt, als Telearbeit, Flexible Office, Desksharing, Mobile Office oder Business Center.

Für eine derartige Potentialanalyse ist es erforderlich das Coworking Konzept umfassend vorzustellen. Weil es sich bei Coworking um ein vergleichsweise neues Konzept handelt, stellt diese Arbeit einen ersten Versuch dar, sich dem Thema auf wissenschaftlicher Basis zu nähern. Der dabei genutzte interdisziplinäre Ansatz verwendet als zweiten Schwerpunkt die theoretischen Grundlagen des Wissenstransfers. Die aus der Zusammenführung der beiden Theorieteile abgeleiteten Hypothesen wurden mit Hilfe eines von der Verfasserin erhobenen Datensatzes überprüft. Die internetbasierte Befragung fokussierte die aktuellen Nutzer von deutschen Coworking Spaces sowie deren Erwartungen an Coworking Angebote. Auf eine Datenerhebung der Anbieterseite musste aus Kapazitätsgründen verzichtet werden.

1.3 Struktur der Arbeit

Zu Beginn der vorliegenden Arbeit wird ein Überblick über die Veränderung der Büro- und Arbeitswelt gegeben. Gliederungspunkt (GP) 2 stellt einleitend den Wandel der Büro- und Arbeitswelt dar. Weiter werden die Anforderungen des Arbeitnehmers als auch des Arbeitgebers der analysierten traditionellen und neu entwickelten Arbeitsformen Telearbeit, Flexible Office, Desksharing, Mobile Office und Business Center aufgezeigt. Anschließend erfolgt in GP 3 eine Auseinandersetzung mit dem Konzept des Coworking. Insbesondere wird auf den Ursprung des Coworking, das Manifest des Coworking sowie auf Coworking aus Nutzer- und Anbietersicht eingegangen. Den Abschluss des GP 3 bildet eine Übersicht der aktuellen Verbreitung und Initiativen von Coworking Spaces in Deutschland sowie Coworking weltweit.

Verschiedene Ansatzpunkte des Wissensmanagements und Wissenstransfers durch Coworking werden in GP 4 dargestellt. Den Abschluss dieser Arbeit bilden die Ausführungen zur empirischen Untersuchung.

GP 5 stellt das methodische Vorgehen dar, während in GP 6 die Auswertungen der Befragung bezüglich der Nutzercharakteristika, Veränderung des Arbeitsverhaltens sowie erwartete Ausstattung und Zahlungsbereitschaft von Coworking Angeboten zusammengefasst werden. Im letzten GP werden die Erkenntnisse zusammengefasst.

1.4 Begriffliche Abgrenzung

Nachfolgend sollen die für diese Arbeit relevanten Begrifflichkeiten Coworking, Wissen, Wissensmanagement und Wissenstransfer kurz erläutert werden.³

Coworking stellt eine neue Form der Arbeitsorganisation dar, bei der voll ausgestattete Arbeitsplätze in einem Bürogebäude des Coworking Anbieters stunden-, tage-, wochen- oder monatsweise angemietet werden. Zusätzlich werden i.d.R. – teilweise im Preis enthaltene aber auch teilweise gegen Aufpreis erhältliche – Zusatzleistungen, wie Konferenzräume, Espressomaschinen, Entspannungsplätze etc. angeboten (Bizzarri 2009: 1).

Zur Verdeutlichung des Begriffs **Wissens** liegen eine Vielzahl an Definitionen vor. Vordergründlich besteht Wissen aus einer Vielzahl an Informationen, die wiederum aus Daten bestehen, die zu einem Kontext zusammengesetzt werden (Davenport/Prusak 1998; Wilke 2004; Nonaka/Takeuchi 1997). Zur Sicherung von Wissen in Unternehmen wird der Prozess des **Wissensmanagements** ausgeübt. In der vorliegenden Arbeit wird **Wissenstransfer** als Austauschprozess zwischen den Nutzern von Coworking Spaces verstanden. Dabei geht es im Vordergrund um die Weitergabe des vorhandenen Wissens und die Generierung von neuem Wissen.

³ Ausführlich wird in GP 3 und 4 auf die vorliegenden Schwerpunkte eingegangen.

2 Wandel des Büroarbeitsplatzes

Die nachfolgenden Ausführungen enthalten einen Überblick über die sich in den letzten Jahrzehnten vollziehende Flexibilisierung der Arbeit. Ausgehend von einem kurzen geschichtlichen Überblick über die Entwicklung der Arbeit im 19. und 20. Jahrhundert wird dargestellt, wie sich durch Herausbildung immer neuer Arbeitsformen der traditionelle Büroarbeitsplatz verändert hat. GP 2.2 stellt in Anbetracht dessen die veränderten Anforderungen seitens des Arbeitgebers und Arbeitnehmers gegenüber. Abschließend wird in GP 2.3 thematisiert, inwiefern die neuen Arbeitsformen innerhalb des Unternehmens (Telearbeit, Flexible Office und Desksharing) bzw. Mobile Office und Business Center, die ihre Arbeitszeit größtenteils außerhalb des Unternehmens ableisten, diesen Anforderungen genügen.

2.1 Historischer Abriss

Infolge der industriellen Revolution begann Anfang des 19. Jahrhunderts der Büroausbau im heutigen Sinne. Infolge dessen waren die Unternehmer dazu veranlasst, einen erheblichen Koordinationsaufwand zu bewältigen. Aufgrund des tiefgreifenden Wandels durch neue Technologien wurden Arbeitsstrukturen und -inhalte an diese neuen Prozesse angeglichen (Geberzahn/Redemann 1994: 5). In den USA eröffneten die ersten Bürozentren, wie z. B. der Chicago Loop oder New York Manhattan. Prägend für diese Zeit war der Taylorismus. Ein wesentlicher Bestandteil dieser Managementlehre umfasste die Leitgedanken der Ordnung, Hierarchie, Überwachung und Depersonalisierung (Matthies 1997: 44). Dabei ging es im Vordergrund um vollwertige Zeitausnutzung, technische Vervollkommnung, Einheitslohn für vergleichbare Mitarbeiter sowie rationale Organisation, wie z.B. im Zuge der Arbeitsvorbereitung. Dadurch sollte ein maximaler Auslastungsgrad bei den Mitarbeitern sowie auch bei den Produktionsanlagen erreicht werden. Menschliche Arbeit wurde als weitgehend homogenes Betriebsmittel angesehen.

Sowohl in Bezug auf die Anforderungen an die Mitarbeiter als auch bei deren Ausstattung existierten kaum Unterschiede: Sie arbeiteten an standardisierten Arbeitsplätzen, bekamen eine pauschale Vergütung, trugen einheitliche Arbeitskleidung, wurden mit gleichen Hilfsmitteln ausgestattet usw..

Im Vordergrund stand zu dieser Zeit die Leistungssteigerung der Arbeiter (Esche 2007: 15). Im Laufe der Jahre erkannte man jedoch, dass sich die Arbeitsleistung der Mitarbeiter steigern lässt, wenn man den Arbeitsplatz auf ihre individuellen Bedürfnisse anpasst und das Arbeitsumfeld nicht ausschließlich an den Erfordernissen des Produktionsprozesses ausrichtet, sondern auch ergonomische und psychologische Erfordernisse beachtet. Deshalb wurden die Räume zur Arbeitserbringung heller und freundlicher ausgestattet (Albers 2008: 53). Weiterhin entwickelten sich verstärkt seit Anfang der 80er Jahre neue Organisationsformen der Arbeit, die der angestrebten Humanisierung der Arbeit dienen (Esche 2007: 22).

Neben einer zunehmenden Übertragung von Verantwortung von Seiten des Arbeitgebers auf den Mitarbeiter, wurde vielerorts die bilaterale Kommunikation ausgeweitet. Die Anforderungen an die Selbstständigkeit, Flexibilität und Qualifikation stiegen stetig an. Zudem ist mittlerweile eine starke Verschmelzung von Arbeits- und Privatleben festzustellen. Die Gründe für diesen Wandel in der Arbeitswelt sind vielfältig (Lehner/Scholz et.al. 2009: 127). Neben der Tatsache, dass sich der Arbeitsmarkt in bestimmten, insbesondere hochqualifizierten, Segmenten immer mehr zum Anbietermarkt entwickelt, wirken die in Tabelle 1 dargestellten ökonomischen, technologischen, rechtlich-politischen, sozio-kulturellen und psychisch-ökologischen Determinanten:

Tabelle 1: Gründe für die Umgestaltung von Arbeitsplätzen

ökonomische Determinanten	<ul style="list-style-type: none"> • Globalisierung von Großkonzernen • regionale Differenzierung • Abbau von Kartellen • Stärkung der Käuferposition • strukturelle Verschiebungen zwischen Wirtschaftssektoren
technologische Determinanten	<ul style="list-style-type: none"> • schnelle Diffusion neuer Technologien • Notwendigkeit hoher Investitionen in F&E • revolutionäre Potenziale infolge neuer Kommunikationstechnologie
rechtlich-politische Determinanten	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffung von Wirtschaftszonen außerhalb politischer Grenzen • Liberalisierung der Wirtschaftsgesetze • Änderung in Zoll- und Handelsabkommen • Wettbewerb der Standorte • verschärfte Produzentenhaftung
sozio-kulturelle Determinanten	<ul style="list-style-type: none"> • Verschiebung in den demographischen Strukturen • Veränderung von Wertesystemen relevanter Bevölkerungsgruppen • Sozialkontakte zwischen gesellschaftlichen Interessengruppen • Mobilitäts- und Lernbereitschaft in der Gesellschaft
psychisch-ökologische Determinanten	<ul style="list-style-type: none"> • klimatische Veränderungen • ausgebrochene und drohende Naturkatastrophen • verstärkte Anforderungen an ein verändertes Umweltmanagement der Unternehmen

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Boch 2007: 67

2.2 Anforderungen der Arbeitsvertragsparteien an die Arbeit

Bei der Anpassung der Unternehmensprozesse und Arbeitsplatzgestaltung sind immer sowohl die Anforderungen des Arbeitgebers als auch die des Arbeitnehmers zu berücksichtigen. Seitens des Arbeitnehmers steigt der Wunsch nach selbstbestimmter Arbeitsleistung und Mitbestimmung in den für ihn relevanten Organisationsteilen (Schuler/Brandstätter 2007: 160). Weitere Aspekte, die den Mitarbeitern bei ihrer Arbeit wichtig sind, können unterschiedlich zusammengefasst werden. Als Grundlage der folgenden Ausführungen soll Tabelle 2 dienen:

Tabelle 2: Anforderungen des Arbeitnehmers an die Arbeit

Arbeitsbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • individuell angepasste Arbeitszeiten (Dauer und Lage) • geringe körperliche Belastungsfaktoren (Lärm, Hitze etc.) • ausreichende Ergonomie der Möbel • bedarfsgerechte Werkzeuge und räumliche Verhältnisse • an den Betriebsablauf angepasstes Arbeitstempo
organisatorische Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • Sicherheit des Arbeitsplatzes • leistungsgerechte Aufstiegschancen • Weiterbildungsmöglichkeiten zur ständigen Aktualisierung des Wissens für den Arbeitsprozess • offene Informationspolitik der Organisation (z.B. klare Ansprechpartner)
soziale Bedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktmöglichkeiten zu Kollegen und Kunden → gutes Arbeitsverhältnis zu Kolleginnen/Kollegen und Vorgesetzten → Betriebsklima
finanzielle Bedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • leistungsgerechtes Arbeitsentgelt • Sozialleistungen

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Schuler/Brandstätter 2007: 161

Die Aspekte, die der Unternehmer von der Arbeitserbringung erwartet, ergeben sich im Wesentlichen aus den generellen unternehmerischen Zielsetzungen Effizienz und Gewinnerwirtschaftung sowie aus den externen Einflussfaktoren, die auf das Unternehmen als System einwirken. Zusammenfassend sollen die in Tabelle 3 dargestellten Merkmale als Anforderungen seitens des Arbeitgebers unterstellt werden:

Tabelle 3: Anforderungen des Arbeitgebers an die Arbeit

motivierter Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der Produktivität der Mitarbeiter • Steigerung der Qualität des Arbeitsoutputs
qualifizierte Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> • effiziente, loyale, produktive und kreative Mitarbeiter • Fähigkeiten der Mitarbeiter: <ul style="list-style-type: none"> ○ Analysefähigkeit ○ Lernbereitschaft ○ Kommunikationsfähigkeit ○ Kooperationsfähigkeit ○ Teamfähigkeit ○ Verantwortungsübernahme ○ Flexibilität • Weiterbildungsbereitschaft des Mitarbeiters • vielfältig qualifizierte und damit flexibel einsetzbare Mitarbeiter (Generalisten anstatt Spezialisten)
optimale Betriebsorganisation	<ul style="list-style-type: none"> • Abbau von Mehrarbeitszuschlägen • Erhöhung der Qualifikation • Verbesserung des Betriebsklimas • Nähe zum Kunden
Kosten	<ul style="list-style-type: none"> • Vollausslastung der Produktionsanlagen • Abbau von Fehlzeiten • Verringerung des Verwaltungsaufwands • minimale Verwaltungskosten
Kontrolle	<ul style="list-style-type: none"> • Verfügbarkeit des Arbeitnehmers nach Bedarf • Zeiterfassung als zusätzliche Kontrolle

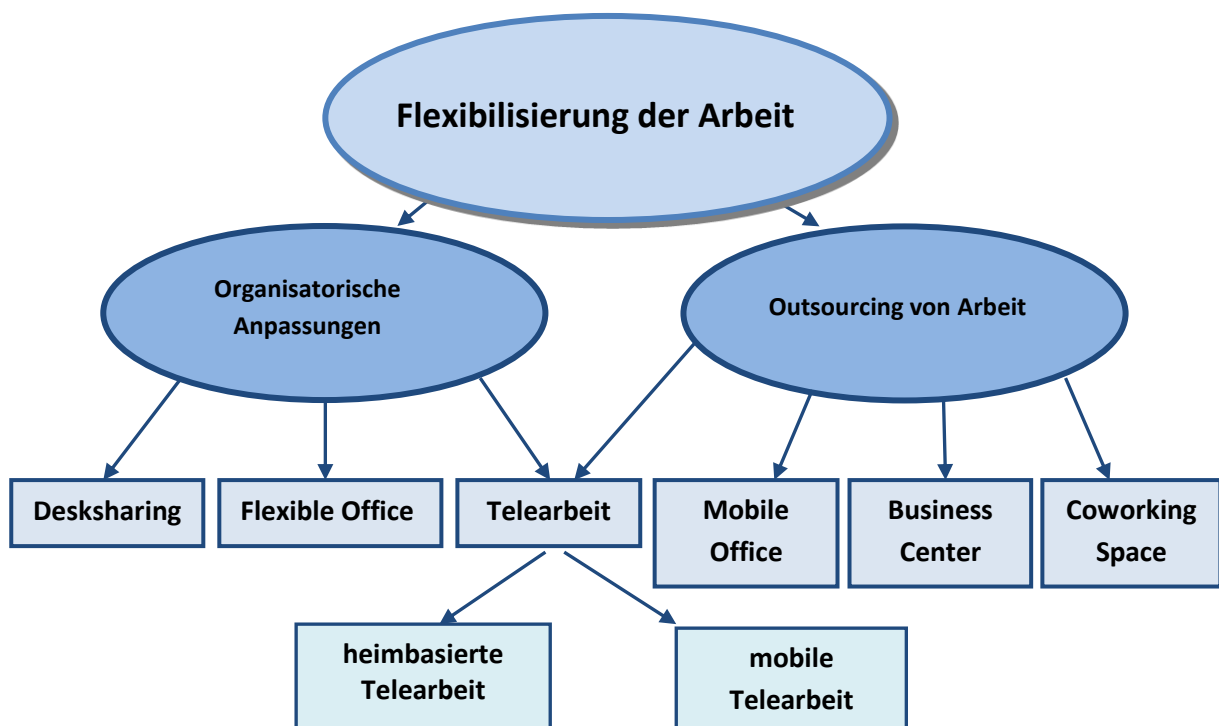
Quelle: eigene Darstellung

Traditioneller Arbeitsort war ein fester Arbeitsplatz innerhalb eines Unternehmens, d.h. jedem Arbeitnehmer stand in einem definierten Büro ein konstanter Ort zur Verfügung, an dem er zu vertraglich fixierten Arbeitszeiten die Aufgaben für das Unternehmen, bei dem er beschäftigt ist, ausüben konnte.

Während überwiegend physische Tätigkeiten von Arbeitern an Arbeitsplätzen in der Produktion bearbeitet wurden, erledigten Angestellte ihre überwiegend psychischen Arbeiten am Büroarbeitsplatz. Der Büroarbeitsplatz unterscheidet sich vom Produktionsarbeitsplatz dahingehend, dass weniger die direkte Leistungserbringung i.S.v. Herstellung eines physischen Gutes im Vordergrund steht, sondern vielmehr Informationen empfangen, erzeugt, bearbeitet, weitergeleitet und verarbeitet werden (Albers 2008: 52).

In der kritischen Auseinandersetzung, inwieweit der Standard-Büroarbeitsplatz den Anforderungen von Arbeitnehmer und -geber an die Arbeit entspricht, zeigten sich große Defizite. Aufgrund dessen kam es zwangsläufig zu der Frage, wie sinnvoll diese Organisationsform der Arbeit überhaupt ist. Um den obig verdeutlichten Bedürfnissen des Arbeitgebers und Arbeitnehmers besser zu entsprechen, wurden in den letzten Jahrzehnten verstärkt Flexibilisierungen vorgenommen, die die Kreation neuer Arbeits- und Bürokonzepte begünstigten. Zur besseren Strukturierung sollen zunächst die Formen vorgestellt werden, bei denen der Mitarbeiter nach wie vor vorwiegend im Unternehmen tätig ist (organisatorische Anpassungen) und anschließend diejenigen, bei denen dies nicht der Fall ist (Outsourcing von Arbeit):

Abbildung 2: Neue Arbeits- und Bürokonzepte



Quelle: eigene Darstellung

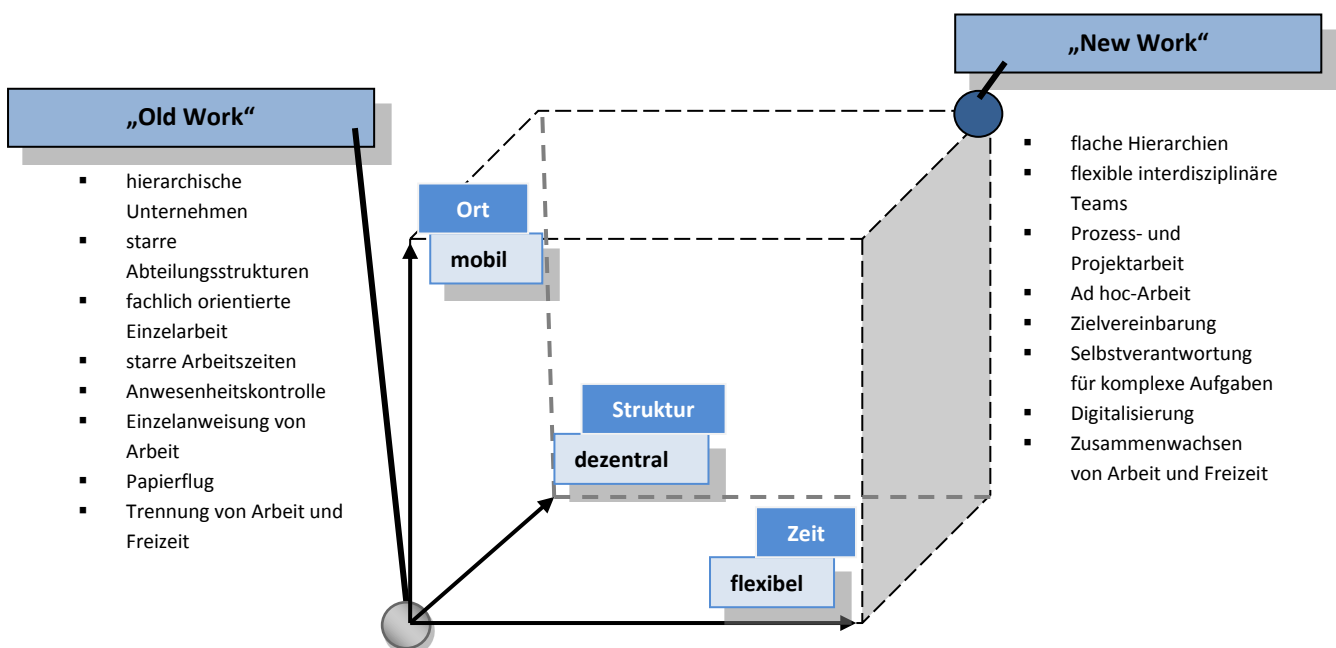
2.3 Organisatorischer Wandel

Die Anpassungsprozesse begannen innerhalb der Unternehmensstrukturen, die anfänglich als gegeben angesehen wurden und betrafen die Organisation des Unternehmens, die internen Strukturen und Prozessabläufe, aber auch die Büroorganisation. In der betriebswirtschaftlichen Literatur werden diese Veränderungen unter dem Stichwort ‚Organisatorischer Wandel‘ diskutiert (Lehner/Scholz et.al. 2009: 127).

Spath/Bauer konstatieren, dass „der Zeitsprung in die Wissensgesellschaft des neuen Jahrtausends ... eng mit dem Büro, dem Wissenscenter der Zukunft, verbunden“ ist. Als weit verbreitete neue Formen der Arbeit sind Telearbeit, Flexible Office sowie Desk-sharing zu nennen.

Die Unternehmen beabsichtigten durch die Einführung dieser neuen Konzepte der Arbeitsplatzgestaltung eine optimierte Auslastung der unternehmerischen Ressourcen sowie die Erhöhung der Flexibilität des Unternehmens. Letztere manifestiert sich im Hinblick auf drei wesentliche Dimensionen der Arbeit, die Spath/Bauer als ‚Koordinaten der Bürowelt‘ bezeichnen:

Abbildung 3: Koordinaten der Bürowelt



Quelle: Spath/Bauer 2006: 11

Wie in Abbildung 3 zu sehen ist, arbeiteten Unternehmen bisher mit überwiegend starren Arbeitszeiten, an fixen Orten und mit zentralen Unternehmensstrukturen. Der blaue Punkt stellt den Wandel in der Arbeitswelt dar.

Die Unternehmen arbeiten heutzutage vermehrt mit flexibleren Arbeitsmodellen, High-Tech-Equipment und in einem globaleren Umfeld.

Dies bedeutet, Mitarbeiter können angepasst an die Tätigkeit mobiler und flexibler arbeiten (Spath/Bauer 2006: 11).

Telearbeit

Unter dem Begriff der Telearbeit werden verschiedene Arbeitsformen zusammengefasst, bei denen der Mitarbeiter zumindest einen Teil seiner Arbeit von zu Hause aus erledigt. Als Vorreiter der Telearbeit gelten Computerhersteller, Softwareentwickler und Telekommunikationsanbieter. Telearbeit an sich ist keine neu entwickelte Form der Arbeitsorganisation. Aufgrund wirtschaftlicher und umweltpolitischer Überlegungen wurde bereits Anfang der 70er Jahre die Diskussion um die Wirkungsfähigkeit der Telearbeit angestoßen.

Durch die Entwicklung modernster kostengünstiger Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), aber auch den Handlungsdruck durch die zunehmende Globalisierung der Wirtschaft, wurde das Thema Telearbeit in den 90er Jahren wieder aktuell (Schwarb/Vollmer 1999: 2). Heutzutage ist Telearbeit eine wichtige Arbeitsform zahlreicher Berufe in Management, Verwaltung und Produktion.

Laut einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) wurde Telearbeit im Jahr 2009 von 21,9% der deutschen Unternehmen angeboten. Im Jahre 2006 waren es nur 18,5% und 2003 erst 7,8%. Die Zahlen basieren auf Kennzahlen einer im Herbst 2009 durchgeführten Befragung von Geschäftsführern und Personalverantwortlichen von insgesamt 1.319 Unternehmen in Deutschland.

Studien zu Folge sollen bis 2020 vier von fünf der in Deutschland lebenden Personen zumindest zeitweise von zu Hause arbeiten (Hansel 2009).

Anstatt die Büroarbeitsplätze im Unternehmen bei Nutzung von Telearbeit ungenutzt zu lassen, wurden weitere Organisationsformen wie Desksharing und Flexible Office entwickelt.

Flexible Office

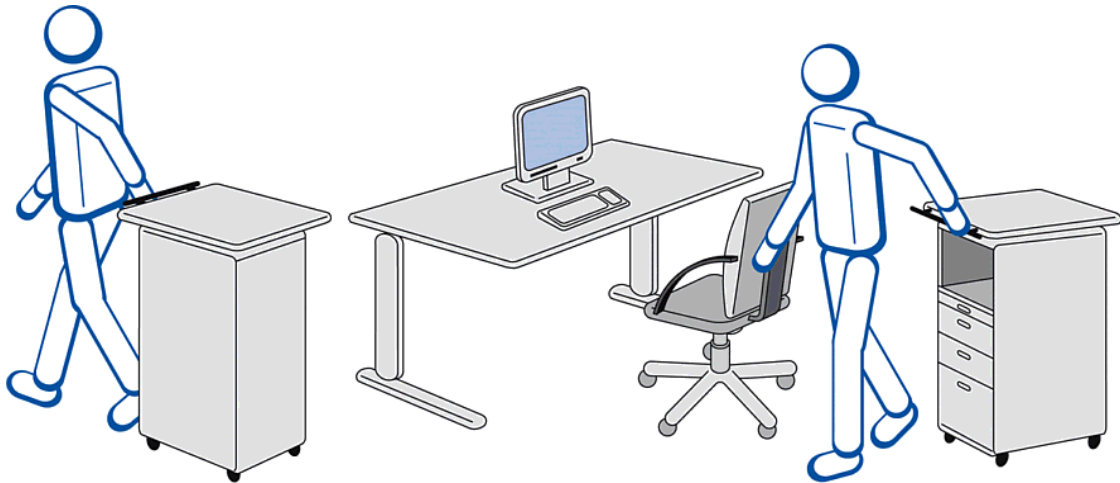
Während die Form der Telearbeit an einem Arbeitsplatz innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens durchgeführt werden kann, wird bei der Ausprägung des Flexible Office die Anordnung der Büroarbeitsplätze im Unternehmen entsprechend der aktuellen Erfordernisse angepasst. Braucht der Mitarbeiter einen ruhigen Arbeitsplatz, wird die Anordnung des Arbeitsorts durch Trennwände separiert. Ist es für den Mitarbeiter hingegen wichtig mit seinem Team zusammen zu arbeiten, wird für diese Form des gemeinsamen Arbeitens ein geräumigerer Arbeitsplatz zur Verfügung gestellt (Schmalzl 2004: 266).

Desksharing

Desksharing, auch Shared Desk genannt, ist eine Organisationsform, bei der innerhalb eines Unternehmens weniger Arbeitsplätze als Mitarbeiter zur Verfügung stehen (Schwarb 2000: 4). Der Grund für die Einführung von Desksharing ist die erkannte Vakanz von Arbeitsplätzen in einem Bürogebäude. Arbeitsgebiete oder Tätigkeiten, wie bspw. Projektarbeiten, Außendienst, Beratung, IT-Administration oder Training müssen nicht nur am eigenen Arbeitsplatz stattfinden, sondern können auch in Besprechungsräumen, beim Kunden, in Seminarräumen, bei Kollegen oder von zu Hause aus durchgeführt werden (Albers 2008: 185).

An einem Büroarbeitsplatz können bis zu acht Mitarbeiter arbeiten (Spath/Bauer 2006: 13). Zum Desksharing sind in Unternehmen Vertriebs-, Service- oder Consultingbereiche gut geeignet. Abbildung 4 verdeutlicht die Nutzung von Desksharing Arbeitsplätzen:

Abbildung 4: Ablauf der Arbeitsform des Desksharing



Quelle: http://1.1.1.3/bmi/www.buero-forum.de/uploads/pics/Desk_Sharing_02.gif vom 19.01.2010

Der Vorteil des Desksharing liegt für das Unternehmen in der Flächeneinsparung sowie in der Reduzierung von Miet-, Investitions- und Folgekosten (Zinser 2002: 60). Der Grund zur Nutzung des Desksharingkonzepts liegt für den Arbeitnehmer in der freien Auswahl des Arbeitsorts. Jeder einzelne Mitarbeiter, der diese Arbeitsform anwendet, kann mobil arbeiten. Persönliche Unterlagen werden hier in Schränken an bestimmten Orten im Unternehmen oder in sog. Caddys⁴, welche als mobiles Staulement genutzt werden, untergebracht und können flexibel an dem aktuellen Arbeitsplatz genutzt werden (Spath/Bauer 2006: 13).

Zudem können bei teamorientiertem Arbeiten größere Arbeitsflächen genutzt werden. Als nachteilig werden jedoch die geringe Verbundenheit mit der Arbeitsumgebung und IT-dominierte Arbeitsprozesse angeführt. Zudem haben Kunden, Besucher und Mitarbeiter anderer Abteilungen keine feste Anlaufstelle.

⁴ fahrbare Container

Tabelle 4: Anforderungskriterien Arbeitgeber – Arbeitnehmer durch flexiblere Arbeitsformen

Arbeitgeber	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ motivierte Mitarbeiter ○ qualifizierte Mitarbeiter ⊕ optimale Betriebsorganisation ⊕ Kosten – Kontrolle
Arbeitnehmer	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Arbeitsbedingungen ⊕ organisationale Rahmenbedingungen ○ soziale Bedingungen ○ finanzielle Bedingungen

Legende:

⊕ wird positiv beeinflusst	– wird negativ beeinflusst	○ Wirkungsrichtung unklar
----------------------------	----------------------------	---------------------------

Quelle: eigene Darstellung

Durch diese unternehmensinterne Flexibilisierung konnte, wie Tabelle 4 verdeutlicht, den Bedürfnissen von Arbeitnehmer und -geber bereits besser entsprochen werden, allerdings stellt sich zwangsläufig die Frage, ob eine Bürogemeinschaft als organisatorischer Rahmen überhaupt gebraucht wird.

2.4 Outsourcing von Arbeitsplätzen

Die bereits in GP 2.3 vorgestellten neuen Organisationsformen der Arbeit zeichnen sich durch die Unterstützung modernster IKT aus, die als rasant entwickelnde technische Basis auch mobiles Arbeiten ermöglichen. Deshalb bildeten sich auch in den letzten Jahren weitere Organisationsformen der Arbeit heraus (Zinser 2004: 17), die mit einem verstärkten Outsourcing von Arbeitsplätzen aus den Unternehmen einhergehen.

Ausprägungsformen sind hierbei die Telearbeit (heimbasiert, Telearbeit On-Site⁵), Mobile Office und Business Center.

⁵ Damit das Kooperationsunternehmen Zeit und Kosten spart, siedelt es sich direkt neben oder in dem Unternehmen an. Der Kooperationspartner hat hier einen festen Arbeitsplatz und kann dadurch etwaige anfallende Reparaturen, Reinigungen, Planungen oder Kontrolle der Dienstleistung schneller durchführen. On-Site Telearbeit bezeichnet die Ausführung der Arbeit am Ort des Wertschöpfungspartners oder -prozesses.

Telearbeit

Formen der bereits in GP 2.3 thematisierten Telearbeit können auch dem Outsourcing von Arbeitsplätzen zugerechnet werden.

Bei heimbasierter Telearbeit, Telearbeit On-Site sowie mobiler Telearbeit wird vorwiegend von zu Hause und individuell gearbeitet. Weitere Konzepte der Telearbeit sind kollektive Telearbeit, bei denen Mitarbeiter außerhalb des Unternehmens sowie überwiegend im Team tätig werden. Ausprägungen sind Satellitenbüros, Nachbarschaftsbüros und Telearbeitszentren.

Mobile Office

Bei der Form des mobilen Büros handelt es sich streng genommen um eine weitere Spezifikation der Telearbeit, in der Mitarbeiter ortsunabhängig mittels moderner Kommunikationstechnik bspw. Notebooks und PDA arbeiten. Folglich ist es dem Unternehmen möglich, durch verschiedene technologische Applikationen gleichzeitig in der Nähe des Kunden und des Unternehmens zu arbeiten. So können Mitarbeiter vor Ort mit dem Kunden Aufträge besprechen und diese an das eigene Unternehmen senden (Schmalzl 2004: 252). Diese Erscheinungsform wird überwiegend von Außendienstmitarbeitern und Servicetechnikern ausgeübt.

Zudem verstärkte sich in den letzten Jahren die Tendenz zur Beschäftigung von externen Mitarbeitern, d.h. eigene Mitarbeiter sollen nun nicht mehr als Festangestellte im Unternehmen arbeiten, sondern als Selbstständige, auf eigene Rechnung. Die Form der Selbstständigkeit stellt in Krisenzeiten eine gute, in Einzelfällen auch die einzige Erwerbsmöglichkeit dar. Daher werden auch in diesem Jahr vermehrt Erwerbstätige in die Form der Selbstständigkeit treten (IfM 2010). Vorrangig sind hier Berufsgruppen betroffen, bei denen ohnehin klassische Arbeitsverhältnisse eher seltener sind. Dies sind bspw. Grafikdesigner, Journalisten, Werbefachleute, Informatiker, Dolmetscher uvm. (Oberhofer 2010: 2). Das Problem für diese Berufsgruppen ist jedoch, dass sie keine geregelten Arbeitszeiten einhalten müssen und keinen festen Arbeitsplatz zur Verfügung haben, an dem sie diszipliniert arbeiten können.

Unternehmen stellen derartigen Mitarbeitern Arbeitsplätze zur Verfügung oder Externe buchen selbst Arbeitsplätze bspw. in Business Centern oder Coworking Spaces.

Business Center

In Business Centern können Unternehmen Büros und Konferenzräume für einen längeren Zeitraum anmieten, in denen bspw. Außendienstmitarbeiter flexibel tätig werden können. Diese befinden sich meist in der Nähe von Verkehrsknotenpunkten, der Innenstadt oder auch an Flughäfen (Schmalzl 2004: 267).

Weiter werden auf Verlangen ein eigener Sekretariatsservice sowie die entsprechende Büroinfrastruktur, bestehend aus Büromöbeln, Telekommunikations- und Internetdienstleistungen, zur Verfügung gestellt. Diese Form der Büroanmietung stellt eine Mischform aus Telearbeit und den im GP 3 ausführlich diskutiertem Thema Coworking dar. Überprüft man die Zielwirksamkeit dieser sich in den letzten Jahren herausgebildeten Arbeitsformen, lässt sich feststellen, dass diese den Anforderungen von Arbeitnehmer und -geber optimal entsprechen.

Sowohl den individuellen Bedürfnissen der Mitarbeiter als auch dem Kostenbewusstsein der Unternehmen kommen die flexiblen Beschäftigungsformen mehr entgegen als der traditionelle Büroarbeitsplatz oder die im Zuge des organisatorischen Wandels herausgebildeten Organisationsformen der Arbeit (vgl. Tabelle 5):

Tabelle 5: Anforderungskriterien Arbeitgeber – Arbeitnehmer durch Outsourcing der Arbeitsplätze

Arbeitgeber	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ motivierte Mitarbeiter ○ qualifizierte Mitarbeiter ⊕ optimale Betriebsorganisation ⊕ Kosten – Kontrolle
Arbeitnehmer	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ Arbeitsbedingungen ⊕ organisationale Rahmenbedingungen ○ soziale Bedingungen ○ finanzielle Bedingungen

Legende:

⊕ wird positiv beeinflusst	– wird negativ beeinflusst	○ Wirkungsrichtung unklar
----------------------------	----------------------------	---------------------------

Quelle: eigene Darstellung

3 Coworking – Die Arbeitsform der Zukunft?

Nachdem im vorangegangenen GP der organisatorische Wandel der Arbeit betrachtet wurde, wird im Folgenden die neue Arbeitsform des Coworking näher erläutert. GP 3.1 zeigt zunächst den Entwicklungsprozess des Coworking auf. Nach kurzer Begriffsdefinition und Abgrenzung zu verwandten Konzepten werden in GP 3.2 die gemeinsamen Werte der Coworking Spaces näher beschrieben. Eine Erläuterung der (potentiellen) Nutzergruppen sowie der Vor- und Nachteile der neuen Arbeitsform findet in GP 3.4 statt. Abschließend gibt GP 3.5 einen Überblick über aktuelle Coworking Angebote im Sinne des aktuellen Verbreitungsgrades und in Gründung befindlicher Initiativen.

3.1 Ursprung

Im Jahre 2005 entwickelte Brad Neuberg, Softwareprogrammierer in San Francisco, eine revolutionäre Geschäftsidee. Er verfolgte den Gedanken, einen neuartigen Arbeitsraum für Freelancer⁶ anzubieten. Die bisher häufig genutzten öffentlichen Plätze entsprachen weder den ergonomischen Ansprüchen noch konnte man sich die Personen, neben denen man arbeitete, aussuchen. Nutzstiftende Kontakte mit ähnlichen Selbstständigen kamen demzufolge vorrangig zufällig zustande.

Zu Beginn mietete Neuberg zwei Tage pro Woche einen Raum im Mission District⁷, um Gleichgesinnten Arbeitsplätze zur Verfügung zu stellen und selbst flexibel zu bleiben (DeBare 2008). Dieser Raum war mit gemeinsam genutztem Equipment, wie Drucker, Faxgerät, W-LAN und Radiointernet ausgestattet (Butler 2008). In der Anfangsphase nutzten hauptsächlich Freunde von ihm die Möglichkeit der gemeinsamen Arbeit. Nach und nach schlossen sich jedoch auch andere Menschen, wie Informatiker, Unternehmer, Designer und Filmemacher seinem Coworking Projekt an (DeBare 2008). So entstand ‚The Hat Factory‘ in San Francisco.

⁶ Person, die für ein Unternehmen Aufträge ausführt, jedoch nicht wie ein Arbeitnehmer an das Unternehmen gebunden ist.

⁷ Stadtviertel von San Francisco

Die schnelle Verbreitung dieses neuen Arbeitskonzepts ist zudem auf die Initiativen von Tara Hunt und Chris Messina zurückzuführen. Diese eröffneten 2006 den Coworking Space ‚Citizen Space‘ in San Francisco, um Menschen einen Arbeitsplatz zur Verfügung zu stellen und deren Zusammentreffen in einer kreativen Arbeitsatmosphäre zu fördern (Citizen Space 2009).

Ihre Fortschritte dokumentierten Hunt und Messina in zwei Webblogs.⁸ Diese bieten Coworking Nutzern noch heute die Möglichkeit, Erfahrungen und neue Ideen auszutauschen. Desweiteren beschleunigten sie die globale Verbreitung des Coworking Konzepts im Internet, was die rasche Nachahmung der Geschäftsidee auf allen Kontinenten begünstigte.

3.2 Begriffsdefinition und Abgrenzung zu verwandten Konzepten

Um zu verdeutlichen, was unter Coworking zu verstehen ist, ist es erforderlich, einerseits die wesentlichen Elemente vorzustellen, die dieses Konzept charakterisieren und andererseits Coworking von vergleichbaren Angeboten abzugrenzen. Aktuell existiert weder in der Coworking Community noch in der wissenschaftlichen Literatur eine allgemein anerkannte Begriffsdefinition. Ein Versuch der Bildung einer solchen Definition wurde am 29.04.2010 beim Treffen der Coworking Community in Stuttgart angeregt, ist jedoch noch nicht fertig gestellt.

Coworking ermöglicht die Kombination von freiem Arbeiten und der Interaktion mit Anderen. Ein Coworking Space offeriert seinen Nutzern neben der Anmietung von Büroarbeitsplätzen sowohl materielle als auch immaterielle Zusatzleistungen, wie bspw. betriebswirtschaftliche Beratungsdienstleistungen oder informellen Austausch mit Gleichgesinnten über eigene Projekte. Im Gegensatz zu Angestellten im Büro können Coworking Nutzer selbst entscheiden, an welchem Ort, wann, wie oft und wie lange sie arbeiten.

⁸ Weblogs sind ständig aktualisierte Webseiten. Inhalt von Blogs ist i.d.R. ein kurzer Artikel mit Bild. Ein wichtiger Bestandteil sind die Verlinkungen zu anderen Webseiten (Friebe/Lobo 2009: 191 f.).

Zudem sind Coworking Spaces bewusst so gestaltet, dass man einfach mit anderen Nutzern in Kontakt treten kann. Bspw. weisen viele Coworking Spaces Couches, Kaffeeküchen etc. auf, um den informellen Austausch zu fördern. Auch werden vielerorts regelmäßige Abendveranstaltungen mit Vorstellungsrunden initiiert (Coworking Day Stuttgart 2010). Coworking Spaces werden derzeit überwiegend von Freiberuflern genutzt. Jedoch stellt dies nicht die einzige Nutzergruppe dar, was in GP 3.4.1 weiter ausgeführt wird.

Oftmals wird mit dem Begriff Coworking eine Bürogemeinschaft assoziiert. Während diese eher eine feste und dauerhafte Gemeinschaft darstellen (verglichen mit Gemeinschaftspraxen bei Ärzten), ist der ständige Nutzerwechsel für Coworking Spaces charakteristisch (Oberhofer 2010: 3).

Desweiteren werden Business Center und Coworking Spaces häufig gleichgestellt. Jedoch steht bei einem Business Center die Bereitstellung von Büroräumen (Einzel- und Gemeinschaftsbüros) an zentralen Verkehrsknotenpunkten sowie die Vermietung von Konferenzräumen im Vordergrund. Bei Coworking wird hingegen die Kollaboration in der individualisierten Arbeitswelt der Freiberufler, Selbstständigen und angestellten Erwerbstätigen als Oberziel verfolgt. Die Bürovermietung stellt dabei einen Nebenaspekt dar (Coworking Day Stuttgart 2010).

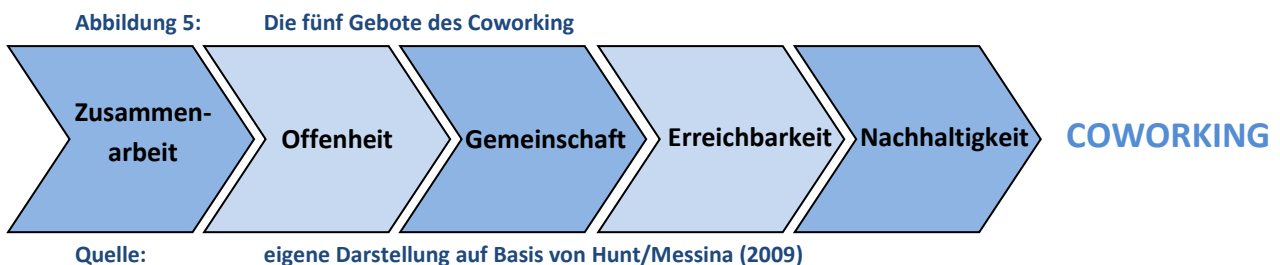
Auf Basis der bisherigen Erkenntnisse wird von der Verfasserin für die vorliegende Arbeit Coworking wie folgt definiert:

Coworking ist eine aktuell primär von Freiberuflern genutzte Arbeitsform, bei der Erwerbstätige mit den verschiedensten Aufgabenbereichen unabhängig von ihrem aktuellen Arbeitgeber an einem Ort zusammenarbeiten. Dabei besteht kein fester Nutzerkreis, was vielfältige soziale Beziehungen ermöglicht. Die immateriellen Zusatzleistungen, wie die Möglichkeit des Wissenstransfers, des informellen Austauschs, der Kollaboration und Interaktion mit Anderen sind für die Nutzer kein Nebenaspekt, sondern als Hauptmotiv häufig wichtiger, als die reine Bereitstellung eines Schreibtisches für flexibles Arbeiten.

3.3 Das Manifest des Coworking

Als zwei Vorreiter der Coworking Bewegung entwickelten Tara Hunt und Chris Messina ein normatives Manifest, welches die gemeinsamen Werte der Coworking Idee präzisiert. Wie bereits in GP 3.2 ausgeführt, werden vordergründig nicht nur Arbeitsplätze bereitgestellt, sondern eine Möglichkeit geboten, Menschen aus unterschiedlichen Arbeitsbereichen zu kombinieren, um dadurch zu profitieren.

Die Arbeitsform des Coworking zeichnet sich durch fünf Gebote aus, die in Abbildung 5 dargestellt werden (Coworking Day Stuttgart 2010, Citizen Space 2009):



Als größter Nutzen in Coworking Spaces wird das Zusammentreffen und die **ZUSAMMENARBEIT** von Menschen mit unterschiedlichsten Ideen und Hintergründen bezeichnet (Coworking Stuttgart 2010). Desweiteren gelangen die Nutzer durch den informellen Austausch untereinander an effizientere Arbeitslösungen, z.B. potentielle Vertragspartner, was in gemeinsamen Projekten und Synergien münden kann.

Ein zweites Gebot stellt die **OFFENHEIT** jedes einzelnen Coworking Space dar. Coworking bietet gegenseitigen Austausch sowie die Möglichkeit zur Bildung von Netzwerken. Es werden Möglichkeiten für offene Diskussionen und freien Gedankenaustausch innerhalb der Arbeitsstätte geboten (Coworking Stuttgart 2010). Die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit kann zudem die Innovationskultur fördern (Kurfer 2010).

Zudem bildet sich infolge von Zusammenarbeit und Offenheit eine **GEMEINSCHAFT**. Coworking Nutzer unterstützen sich durch die Zusammenarbeit gegenseitig bei aktuellen Projekten. Coworking Anbieter und Nutzer verstehen es zudem sehr gut, sich über Social-Network-Seiten im Internet miteinander zu vernetzen.

Jeder Coworking Space besitzt eine eigene Facebook- oder XING-Seite, die untereinander verlinkt sind. So gelang nicht nur die schnelle Verbreitung des Coworking Trends im Internet, sondern auch die digitale Organisation von Sitzungen, Nutzertreffen und die Bekanntmachung neuer Coworking Initiativen (hallenprojekt.de 2009).

Coworking Spaces sollten desweiteren dauerhaft zugänglich sein. Die **VERFÜGBARKEIT** ist ein weiterer Grundpfeiler von Coworking Spaces. Die Nutzung sollte keine exorbitanten Kosten verursachen, damit sowohl Freiberufler, Start-Ups, als auch Studierende und Festangestellte Arbeitsplätze anmieten können.

Ein im Manifest explizit verankerter Vorteil des Coworking ist die **NACHHALTIGKEIT** sowohl in ökologischer als auch ökonomischer Hinsicht. Die On-Demand-Nutzung von W-LAN, Drucker, Kopierer, Besprechungsräumen usw. spart nicht nur Kosten, sondern ist auch ressourcensparender als die Vorhaltung in jedem einzelnen Unternehmen. Zudem können bei flächendeckender Verbreitung von Coworking Spaces Transportaufwendungen und damit auch CO₂ eingespart werden. Nutzer könnten wohnortnahe Coworking Spaces mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder per Fahrrad einfacher als einen festen Arbeitsplatz am Standort des Arbeitgeberers erreichen. Infolgedessen können Coworking Nutzer zum Schutz der Umwelt beitragen. Aber auch die Nachhaltigkeit von langfristigen Beziehungen und der Austausch zwischen den innerhalb von Coworking Spaces arbeitenden Geschäftspartnern können unter dem Gebot der Nachhaltigkeit subsumiert werden.

3.4 Coworking aus Nutzersicht

3.4.1 Nutzergruppen

Personen, die in Coworking Spaces einen Arbeitsplatz anmieten wollen, müssen keine expliziten Voraussetzungen erfüllen. Vordergründig sind Coworking Spaces für Menschen ausgelegt, die einen flexiblen Arbeitsplatz in einer kollaborierenden Arbeitswelt benötigen (betahaus 2010). Deutsche Coworking Spaces werden überwiegend von freien Mitarbeitern der Kreativbranche genutzt, die so störungsfreier arbeiten können (Bauer 2010: 86ff.).

Jedoch können Coworking Angebote für eine Vielzahl von Nutzergruppen interessant sein, u.a. für:

- festangestellte Erwerbstätige
- Freiberufler
- Selbstständige
- Freelancer
- Unternehmensgründer/Start-Ups
- Studenten
- usw..

3.4.2 Vorteile der Arbeit in Coworking Spaces

Die Arbeit in Coworking Spaces ist mit einer Vielzahl von Vorteilen verbunden, die sich zu fünf wichtigen Aspekten bündeln lassen:

Effizienzaspekt

Vielen Kleinunternehmen, Freiberuflern oder Start-Ups ist es nicht möglich, jede Dienstleistung einzukaufen. Coworking kann insbesondere für diese Nutzergruppen zur gegenseitigen Hilfe beitragen, was demzufolge die Motivation steigert (Oberhofer 2010: 3).

Wie bereits ausgeführt, fördert Coworking die Zusammenarbeit und vereinfacht die Anbahnung von Geschäftsbeziehungen, was im Fachjargon als ‚cross-pollination‘ bezeichnet wird (Schürholz 2010). Dies resultiert nicht zuletzt aus gemeinsamen Interessen, korrespondierenden Geschäftsfeldern und der Offenheit unter den Coworking Nutzern.

Nicht ohne Grund wird deshalb Coworking auch als ‚soziales Empfehlungsmarketing unter Wissensarbeitern‘ bezeichnet (Schürholz 2010).

Coworking ist aus Sicht der Nutzer durch eine einzigartige Atmosphäre des Zusammenarbeitens geprägt, die gleichermaßen inspirierend wie kreativitätsförderlich wirkt (Russell 2008). Aus diesem Grund spielt in Bezug auf produktives Arbeiten das Raumklima sowie -design eine entscheidende Rolle.

Ressourcenaspekt

Ein insbesondere für Start-Ups und Festangestellte wichtiger Vorteil besteht im problemlosen und vergleichsweise günstigen Zugang zu professioneller Büroinfrastruktur. Neben der Grundausstattung (Schreibtisch, Stuhl und W-LAN) bieten Coworking Spaces umfassende technische Infrastruktur, wie Drucker, Kopierer und Scanner. Deren Anschaffung wäre für jeden einzelnen Nutzer eventuell nicht tragbar (Bizzarri 2009: 1).

Zudem können kleinere Unternehmen bei Expansion ihre Fixkosten (sprungfixe Kosten) variabilisieren. Es müssen nicht sofort neue Räumlichkeiten angemietet werden, sondern über die zeitlich befristete Einmietung in Coworking Spaces kann bei Unsicherheit über die weitere Marktlage ein freies Wachstum ohne (sprung)fixe Kosten realisiert werden. Dadurch können Unternehmen flexibler agieren und Kosten einsparen.

Je nach Wunsch kann sich der Coworking Nutzer stunden-, tage- oder monatsweise einen Arbeitsplatz anmieten. Dadurch bleibt er bei der Gestaltung seiner Arbeitszeit und -kosten flexibel (Bauer 2010: 86).

Desweiteren stellt die Reduzierung langer Anfahrtswege zur täglichen Arbeitsstätte einen wesentlichen Einsparungseffekt dar. Perspektivisch können Coworking Spaces einen Ort bilden, an dem Arbeiter unabhängig von ihrem Arbeitgeber wohnortnah tätig werden können. Somit müssen keine weiten Anfahrtswege in Kauf genommen werden. Ebenfalls werden die daraus resultierenden Staus zu den Stoßzeiten (Rush-Hour) überwiegend aufgelöst.

Sozialisationsaspekt

Vordergründig werden Coworking Spaces aufgesucht, um isoliertes Arbeiten zu vermeiden. Coworking Spaces führen Kontakt untereinander herbei. Im Unterschied zu zufälligen Kontakten, z.B. in einem Café, generiert die Zusammenkunft mit Gleichgesinnten Interaktionen und gegenseitige Hilfe (Bizzarri 2009: 9). Auch Studenten könnten sich in Coworking Spaces einen Arbeitsplatz anmieten, um diesen zum Schreiben von Seminar- oder Abschlussarbeiten zu nutzen. Dabei könnten sie von anderen Nutzern Anregungen erhalten, die den Facettenreichtum der Arbeit erhöhen und die Interdisziplinarität fördern.

Für viele Coworking Nutzer ergeben sich zudem Kontakte, die für sie nicht nur beruflich, sondern auch persönlich wertvoll sind.

Desweiteren belegen nach Mas/Moretti (2009) mehrere Studien den Vorteil der Arbeit in einer Gemeinschaft: Wer kreativ und produktiv sein will, braucht Kollegen.

Dies entspringt einem Forschungsbericht der Universität von Bologna sowie des Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Wissenschaftler der Universität von Bologna ließen eine Gruppe von Studenten jeweils alleine sowie im Team Briefe eintüten. Ergebnis dieser Studie war, dass die Studenten, die in Teams arbeiteten, effektiver waren. Die weniger produktiven Studienteilnehmer wurden allein durch die Anwesenheit von Kollegen motiviert. Die Leistung stieg um fast 40% (Mas/Moretti 2009).

Zu vergleichbaren Resultaten kommt auch eine Untersuchung des MIT. In dieser Studie untersuchten Forscher, wie lange sich Callcenter-Beschäftigte mit ihren Kollegen unterhielten. Das Ergebnis war, dass informelle Gespräche vor allem in Phasen stattfinden, in denen der Mitarbeiter eine geringere Produktivität aufweist. Jene Kollegen, die sich oft und intensiv mit Anderen unterhielten, waren in ihrer Arbeitsphase effektiver. So lag die Produktivität der Mitarbeiter, die informelle Gespräche führten, um fast 10% höher als der Mitarbeiter, die störungsfreier arbeiteten (Mai 2009).

Wissensaspekt

Coworking führt zur Bildung von Netzwerken – überwiegend informeller Art. In Coworking Spaces gibt es ‚Kaffeeküchenplausch‘, ‚Flurfunk‘ sowie fachlichen und fachübergreifenden Gedankenaustausch (Pabelick 2009). Coworking bietet außerdem die Möglichkeit im Austausch mit Anderen verbesserte Lösungsvorschläge zu erfahren sowie geteiltes und neuerlangtes Wissen in gemeinsamen Projekten weiterzuentwickeln.

Je nach Zusammensetzung der Nutzer eines Coworking Space, bieten sich dort vielfältige Möglichkeiten der Zusammenarbeit und Geschäftsanbahnungen.

Die Initiierung von gemeinsamen Projekten oder der einfache Tausch von Dienstleistungen ermöglicht den Wissenstransfer zwischen Coworking Nutzern, auch über klassische Unternehmensgrenzen hinaus (Kurfer 2010).

Work-Life-Balance

Freies Arbeiten von zu Hause aus bringt dem Heimarbeiter viele Vorteile, jedoch verliert dieser dadurch den Kontakt zu Kollegen und Kunden. Zudem fällt es ohne Kontrolle vielen schwer sich selbst zu disziplinieren – die Ablenkung durch Social Network-Webseiten oder Hausarbeit ist bei Heimarbeit groß (Kurfer 2010).

Infolge der Kernöffnungszeiten von Coworking Spaces ergeben sich für Coworking Nutzer Anhaltspunkte zur Strukturierung des Tagesablaufs.

Dies bewirkt einen psychologischen Vorteil, indem der Coworking Nutzer die Möglichkeit hat „Arbeit bei der Arbeit zu lassen“ und sich auf seine Freizeit zu konzentrieren. Desweiteren ermöglicht es dem Arbeiter eine Trennung zwischen Arbeit und Freizeit (Oberhofer 2010: 4).

Durch flächendeckende Verbreitung von Coworking Spaces reduzieren sich nicht nur die täglichen Pendelzeiten sondern den Nutzern wird auch mehr Zeit für die Gestaltung von Familien- oder Freizeitaktivitäten zur Verfügung stehen. Demzufolge kann eine bessere Vereinbarkeit zwischen Beruf und Familie erreicht werden (Evers 2000: 69).

Desweiteren besteht die Idee Nutzern die Kinderbetreuung zu vereinfachen, indem die Kinder, während die Eltern in Coworking Spaces arbeiten, betreut werden. Das Angebot der Kinderbetreuung besteht aktuell in Köln, Leipzig und Stuttgart (Stand Mai 2010).

3.4.3 Nachteile der Arbeit in Coworking Spaces

Trotz aller Vorteile, die durch die Arbeit in Coworking Spaces entstehen können, verursacht die Anmietung eines Arbeitsplatzes monatlich variable Kosten. Nicht nur die Kalkulation der Nutzungsmiete, sondern auch der individuelle Anfahrtsweg ist dabei zu berücksichtigen. Aktuell sind Coworking Spaces nur in größeren Städten verfügbar. Allerdings sollten bei einer Kosten-Nutzen-Abwägung auch die Opportunitätskosten, die bei der Nutzung der bisherigen Arbeitsstätte anfallen, berücksichtigt werden.

Ein weiterer wesentlicher Nachteil in Coworking Spaces ist der hohe Lärmpegel, der bei der Zusammenarbeit auf engem Raum nahezu automatisch entsteht. Menschen, die zur völligen Konzentration vorwiegend Ruhe benötigen, werden in Coworking Spaces nur unter starker Beeinträchtigung arbeiten können (Oberhofer 2010: 5). Auch die fehlende Privatsphäre ist an der Arbeit in Coworking Spaces zu kritisieren. So wird in Coworking Spaces darauf hingewiesen, Vorsicht zu bewahren bei wichtigen Telefonaten oder bedeutenden, nicht für Dritte bestimmten Daten (Oberhofer 2010: 5).

Abschließend sind zudem die Beeinträchtigungen infolge der ständigen sozialen Kontakte, die zwangsläufig untereinander herbeigeführt werden, auszuführen. So müssen Coworking Nutzer Methoden entwickeln, um sich gegenseitig zu signalisieren, wann sie gestört werden können und wann nicht.

3.5 Coworking aus Anbietersicht

3.5.1 Charakteristika des Angebotes

Medienberichten zufolge werden heutzutage überwiegend Arbeitsplätze entfernt von sogenannten Telearbeitsplätzen, Bürogemeinschaften oder eigens angemieteten Büros bereitgestellt. Dies erfordert den verstärkten Aufbau von Coworking Spaces (Dettmer/Kretz et.al. 2010: 83ff.). In Deutschland resultiert eine Vielzahl von Eröffnungen vor allem daraus, dass die Gründer von Coworking Spaces gemeinsam mit Gleichgesinnten in einem Raum zusammen arbeiten wollen, um die Vorteile der Nutzung (siehe GP 3.4.2) selbst zu erleben (Küchenradio, Podcast: 2010).

Nach Meinung der Coworking Anbieter soll allen Erwerbstätigen die Möglichkeit der Anmietung eines Coworking Arbeitsplatzes geboten werden, da sich dieser durch ein forderndes Arbeitsumfeld und inspirierende Menschen auszeichnet (Coworking Day Stuttgart 2010).

Spezielle Voraussetzungen zur Eröffnung eines Coworking Space existieren nicht (Coworking Day Stuttgart 2010). Jedoch ergeben sich für die effektive und erfolgreiche Bereitstellung von Coworking Leistungen verschiedene Anforderungsmerkmale:

- hinreichende Analysen des potentiellen Abnehmerkreises in der jeweiligen Stadt
- Erlangung eines Überblickes über aktuelle Angebote von Coworking Anbietern
- sorgfältige Planung des Eröffnungsangebots sowie des -zeitpunktes
- Eröffnung an zentralen Orten, die möglichst gut per Öffentlichem Personalverkehr (ÖPNV), Bahn oder Auto zu erreichen sind

- Angebot verschiedenster Entspannungsmöglichkeiten, wie Couches oder Liegesessel, Meetingräume und Küchenausstattung
- Angebot von zusätzlichen Dienstleistungen
- transparenter Mietpreis für alle Nutzergruppen

Aktuell ist die Idee des Coworking allerdings deutschlandweit noch nicht verbreitet. Zudem rechnen viele Coworking Anbieter innerhalb ihres aktuellen Planungshorizonts nicht mit einer Gewinnerwirtschaftung (Coworking Day Stuttgart 2010).

Dies erfordert die Teilsubventionierung der Coworking Spaces durch die Gründer selbst, was diese jedoch in Kauf nehmen, weil sie als Nutzer die in GP 3.4.2 aufgeführten Vorteile selbst in Anspruch nehmen können. Zur Querfinanzierung und der Entwicklung einer Community werden Coworking Spaces verstärkt für Abendveranstaltungen oder kreative Projekte genutzt.

3.5.2 Angebotsspektrum

Die Grundausrüstung in Coworking Spaces beinhaltet i.d.R. einen Schreibtisch inkl. Stuhl, W-LAN- und Stromanschluss, Kopierer, Drucker, Fax, Konferenzräume sowie individuell angepasste Zusatzangebote.

Es werden vorwiegend Einzel- sowie Gemeinschaftsarbeitsplätze angeboten. Coworking Nutzer sitzen an sich aneinandergereihten Arbeitsplätzen, die vom Aufbau her den Gruppenbüros als Mischform des Zellen- und Großraumbüros ähneln. Es bestehen überwiegend gleichwertige Arbeitsmöglichkeiten für mehrere Personen.

Bei Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile von Gruppenbüros ist ersichtlich, dass diese Form des Büroaufbaus ein Optimum an Kommunikationsmöglichkeiten gewährleistet (vgl. Tabelle 6). Desweiteren besteht die Möglichkeit der Nutzung ausgestatteter Küchen, Bars oder Cafés.

Tabelle 6: Übersicht der Vor- und Nachteile von Gruppenbüros

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> • gute Kommunikationsmöglichkeiten • optimaler Informationsfluss • hohe Flexibilität in der Arbeitsplatzanordnung und -gestaltung • nahezu gleichwertige Arbeitsplätze • überschaubare Raumgliederung • vorteilhafte Flächenbilanz 	<ul style="list-style-type: none"> • erhöhter Geräuschpegel • fehlende Privatsphäre • Raumklima muss abgestimmt werden • Gefahr der Arbeitsplatzverdichtung in Fensternähe • fehlende räumliche Distanz • ständige soziale Kontakte

Quelle: Rudow 2004, 256; Viering 2007: 72

Zusatzangebote umfassen, je nach Coworking Space, Schließfächer, eigene Postanschrift, 24h Zugang (24/7) sowie weitere an den Coworking Nutzer angepasste Auswahlmöglichkeiten.

In Coworking Spaces werden desweiteren Abendveranstaltungen nicht ausschließlich nur für Coworking Nutzer angeboten. Durch dieses Zusammentreffen können sich die Coworking Nutzer informell kennenlernen und schneller Kontakte untereinander knüpfen.

Bei der Anmietung von Arbeitsplätzen in Coworking Spaces existieren verschiedene Modelle bezüglich der Arbeitsplatzgestaltung und Nutzungsdauer.

(A) Arbeitsplatzgestaltung

1 Flex Desk

Bei Anmietung eines **Flex Desks** bucht man die Möglichkeit, in einem Coworking Space zu arbeiten, jedoch nicht die Option auf einen konkreten Arbeitsplatz.

Jeden Tag kann bzw. muss ein neuer Arbeitsplatz innerhalb des Coworking Spaces aufgesucht werden. Dieser Arbeitsplatz wird nach Arbeitsende sauber und leer verlassen, was in allen Coworking Spaces weltweit als „Clean Policy“ bekannt ist.

Persönliche Utensilien können in Schließfächern oder Caddys verstaut werden, die am nächsten Tag an den neuen Arbeitsplatz mitgenommen werden können. Dies ist je nach Tarif im Mietpreis enthalten oder muss hinzu gebucht werden.

2 Fix Desk

Die Anmietung eines **Fix Desks** ist teurer, garantiert jedoch einen festen Arbeitsplatz während der kompletten Nutzungsdauer. Meistens können zudem weitere Zusatzangebote, wie Konferenzräume, ein eigener Briefkasten sowie eine eigene Postanschrift kostenfrei oder ermäßigt hinzu gebucht werden.

Auch bei Nutzung eines festen Arbeitsplatzes können persönliche Dokumente in Schließfächern oder Caddys, die sich entweder am festen Arbeitsplatz oder in einem Gruppenraum befinden, untergebracht werden. Je nach Tarifen können auch Depotfunktionen genutzt werden.

(B) Nutzungsdauer

Nutzungsverträge in Coworking Spaces erlauben die Nutzung der Coworking Angebote für einen vertraglich fixierten Zeitraum, bspw. Stunden, Tage, Wochen oder Monate. Oftmals verlängern sich monatliche Kontrakte automatisch um einen weiteren Monat, wenn nicht zwei bis vier Wochen vor Vertragsende gekündigt wurde.

Jedoch bestehen i.d.R., verglichen mit „normalen“ Mietverträgen, kurze Kündigungsfristen, die eine flexible Nutzung ermöglichen. Desweiteren bieten nahezu alle Coworking Spaces in Deutschland die Nutzung über 10er oder 12er-Karten, die die Anmietung eines Arbeitsplatzes an zehn oder zwölf Tagen innerhalb eines Jahres ermöglichen, an. Die Nutzungsbedingungen sind jedoch bei jedem Coworking Space zu vielfältig, als das man sie global darstellen könnte.⁹

⁹ Eine detaillierte Übersicht der bestehenden Anbieter zeigt Tabelle 7.

3.5.3 Aktuelle Verbreitung und Initiativen

Coworking weltweit

Der Ursprung des Coworking liegt, wie schon in GP 3.1 ausgeführt, in den USA. Mittlerweile existieren jedoch auf der ganzen Welt derartige Orte, an denen vorwiegend Selbstständige arbeiten und netzwerken können. Zuerst wurden Coworking Spaces in größeren Städten eröffnet. Anlass für die Eröffnung gemeinsamer Büroräume waren die hier vergleichsweise hohen Mietpreise.

Derzeit gibt es über 300 Coworking Spaces weltweit (Google Maps 25.11.2009). Die Mehrheit der bestehenden Coworking Spaces befindet sich in Europa und den USA. Zudem gibt es Projekte in Afrika, Asien und Lateinamerika (siehe Abbildung 6).

Abbildung 6: Coworking Spaces weltweit (Stand 25.11.2009)



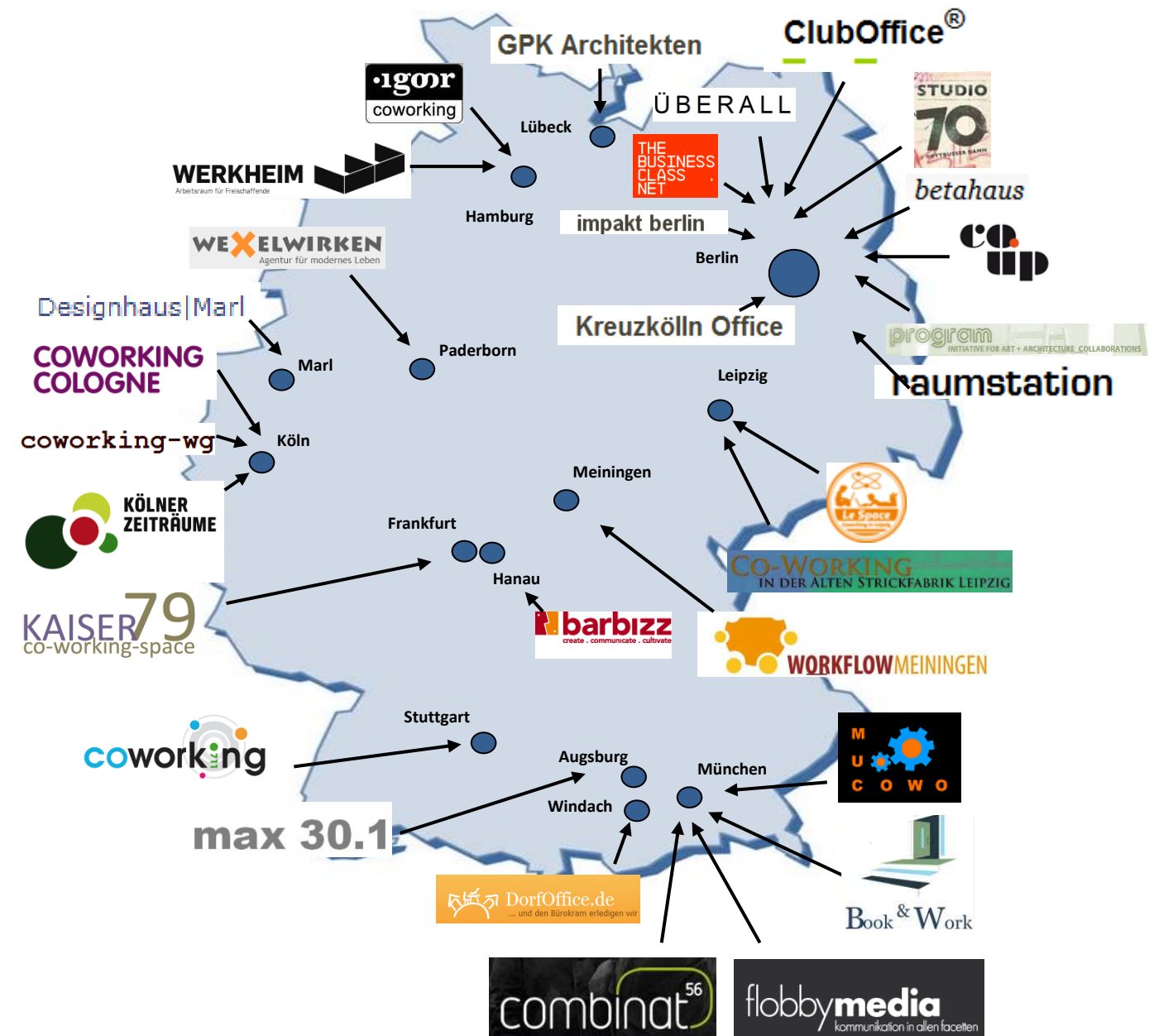
Quelle: Google Maps,
<http://maps.google.com/maps/ms?ie=UTF8&oe=UTF8&msa=0&msid=106781626613503194308.00043ae28812f6044bed3> vom 25.11.2009

Coworking in Deutschland

In Deutschland befindet sich Coworking aktuell noch in der Anfangsphase. Derzeit gibt es in Deutschland 30 feste Anbieter von Coworking Spaces (vgl. Abbildung 7). Ebenfalls sind eine Vielzahl von Eröffnungen in den kommenden Wochen und Monaten geplant, bspw. in Darmstadt, Erfurt, Köln, Hamburg, Konstanz, Magdeburg, Nürnberg, Rüsselsheim und Würzburg.

Die aktuell in Deutschland verfügbaren Coworking Spaces wurden im Hinblick auf ihr Angebotspektrum analysiert und verglichen (siehe Tabelle 7).

Abbildung 7: Coworking Spaces in Deutschland (Stand 15.05.2010)



Quelle: eigene Darstellung

Tabelle 7 stellt im Folgenden die derzeit bestehenden Anbieter von Coworking Spaces innerhalb Deutschlands dar. Die Autorin hat im Vorfeld dieser Arbeit vorliegende Anbieter befragt sowie deren Internetpräsenzen analysiert. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Coworking Spaces derzeit überwiegend in Berlin eröffnet werden. Des Weiteren wurde ersichtlich, dass die Coworking Anbieter verschiedene Nutzungsmöglichkeiten, wie Flex-Desk- und Fix-Desk-Anmietung sowie 10er-, 12er- und Tageskarten anbieten. Von insgesamt 30 befragten Anbietern bieten 90% Fix-Desk-Arbeitsplätze an sowie 70% Flex-Desk-Arbeitsplätze. Für die Anmietung eines Flex-Desk-Arbeitsplatzes müssen monatlich zwischen 59,00 bis 280,00 Euro und für einen Fix-Desk-Arbeitsplatz monatlich zwischen 119,00 bis 350,00 Euro aufgewendet werden. 10er- bzw. 12er-Tickets werden von 57% der Coworking Anbieter bereitgestellt.

Wie bereits in GP 3.5.1 dargestellt, werden von Coworking Spaces verschiedene Leistungen offeriert, die ein Grund für die großen Preisschwankungen sind. Zusammenfassend bieten alle 30 Anbieter eine im Nutzungspreis enthaltende W-LAN-Verbindung an. Des Weiteren wird die Benutzung von Kopierer/Drucker, Faxgerät und Scanner, falls im Coworking Spaces vorhanden, von fast allen Coworking Anbietern als Inklusivleistung angesehen. Für die Nutzung eines Schließ- und Postfaches muss jedoch i.d.R. eine Gebühr entrichtet werden. Einen Telefonanschluss bieten – gegen Aufpreis – nur von 15 der 30 analysierten Anbieter.

Mind. ein Konferenzraum ist in 83% der Coworking Spaces vorhanden. Während bei Anmietung eines Fix-Desk und Flex-Desk die Nutzung des Konferenzraums im Umfang einiger weniger Stunden pro Monat kostenfrei möglich ist, müssen ihn Nutzer mit Tagesticket bzw. 10er, 12er-Karten ihn gegen ein entsprechendes Entgelt anmieten.

Da Freiberufler und Selbstständige aktuell den größten Anteil am Nutzerkreis der Coworking Spaces ausmachen und diese nicht an feste tägliche Arbeitszeiten gebunden sind, bieten derzeit 19 von 30 Anbietern einen Zutritt rund um die Uhr.

Spezielle Voraussetzungen für die Ausstattung in Coworking Spaces existieren derzeit noch nicht, ein wichtiger und derzeit von fast allen analysierten Anbietern offerierter Bestandteil ist jedoch das Angebot verschiedenster Entspannungsmöglichkeiten und Küchenausstattung. Diese Aufenthaltsmöglichkeiten fördern den informellen Austausch zwischen den Coworking Nutzern.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass jeder Coworking Space ein individuelles Angebot vorzeigt, jedoch einige Grundausstattungs-elemente in jedem Space vorhanden sind.

Tabelle 7: Anbietervergleich Coworking Spaces in Deutschland

	Adresse	Plätze	Preis in Euro pro Monat	Fix	Flex	10er Karte	12er Karte	Tageskarte	W-LAN	Kopierer/Drucker	Faxgerät	Beamer	Telefon	Scanner	24/7	Küche	Konferenzraum	Schließfach	Postfach	Besonderheiten
Augsburg																				
Max 30.1 www.max30-1.de	max 30.1 Maximilianstraße 30 86150 Augsburg	20	229,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	?	10h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			179,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	?	5h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			79,00				X		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	—	?	€	—	€	
			12,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	—	?	€	—	€	
Berlin																				
betahaus www.betahaus.de	betahaus Prinzessinnenstr. 19-20 10969 Berlin	120	229,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	10h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			179,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	5h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			99,00				X		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1h	€	€	
			12,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	€	
Club Office www.cluboffice-berlin.de	ClubOffice Berlin c/o World Business Alliance Center Berlin Bundesallee 171 - 175 10715 Berlin	190	249,90	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			199,90		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	10h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			149,90			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	10h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			?					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	5h	—	—	
co.up http://co-up.de	co.up Adalbertstr. 7-8 10999 Berlin		120,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	
			60,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	
			10,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	
impakt berlin - raum für soziale innovation www.iq-consult.com	Impakt berlin – raum für soziale innovation Erkelendamm 59-61 Portal 1, 3. OG 10999 Berlin	45	290,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Weiter Angebote: -Coaching - Social Entrepreneurship
			270,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			20,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	€	

Legende:

<input checked="" type="checkbox"/>	im Coworking Space vorhanden	—	nicht im Coworking Space vorhanden	?	nicht ersichtlich	i.A.	in Arbeit
-------------------------------------	------------------------------	---	------------------------------------	---	-------------------	------	-----------

	Adresse	Plätze	Preis in Euro pro Monat	Fix	Flex	10er Karte	12er Karte	Tageskarte	W-LAN	Kopierer/Drucker	Faxgerät	Beamer	Telefon	Scanner	24/7	Küche	Konferenzraum	Schließfach	Postfach	
Kreuzkölln Office http://www.facebook.com/group.php?gid=104970906208479&ref=ts	Kreuzkölln Office Friedelstr. 40 12047 Berlin	12	150,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	
			400,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	Büro 2 Seat
			15,00				X		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	können von Unternehmen/ Partner zusätzlich genutzt oder vermietet werden
Program www.programonline.de	Program Invalidenstrasse 115, 10115 Berlin	15	130,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Raumstation www.raumstation-berlin.net	raumstation_berlin Stendalerstrasse 4 10559 Berlin	40	208,25	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	10h	—	<input checked="" type="checkbox"/>	
			149,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	5h	—	<input checked="" type="checkbox"/>	
			109,00				X		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	1h	—	€	
			10,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	—	€	
Studio70 http://studio70.info	Studio70 Kottbusser Damm 70, 10967 Berlin	15-20	148,50		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Konferenzraumnutzung: fair use
		prepaid	80,00			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	5h	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	24/7 nach Absprache
			90,00			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	2h	<input checked="" type="checkbox"/>	€	Sammelkarte
			10,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	—	—	—	—	€	—	€	
The Business Class.net www.thebusinessclass.net/en/node/52	BCN Berlin Paul-Lincke-Ufer 44A, 2. HH, Fabrik, Aufgang A, EG 10999 Berlin		149,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	für zwei Wochen
			89,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	für eine Woche
			120,00			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
			15,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	€	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
ÜBERALL http://uberall-berlin.blogspot.com	ÜBERALL Oppelnerstraße 12 10997 Berlin	?	?	?	?	?	?	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	?	?	?	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	?	
Frankfurt																				
Kaiser79 www.kaiser79.de	Kaiser79 Kaiserstraße 79 60329 Frankfurt am Main	12	250,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	?	<input checked="" type="checkbox"/>	?	5h	?	<input checked="" type="checkbox"/>	
			170,00			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	?	—	?	€	?	€	
			20,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	?	?	?	—	?	€	?	€	

Legende:

<input checked="" type="checkbox"/>	im Coworking Space vorhanden	—	nicht im Coworking Space vorhanden	?	nicht ersichtlich	i.A.	in Arbeit
-------------------------------------	------------------------------	---	------------------------------------	---	-------------------	------	-----------

	Adresse	Plätze	Preis in Euro pro Monat	Fix	Flex	10er Karte	12er Karte	Tageskarte	W-LAN	Kopierer/Drucker	Faxgerät	Beamer	Telefon	Scanner	24/7	Küche	Konferenzraum	Schließfach	Postfach	
Hamburg																				
Igoor Coworking www.igoor.de	igoor coworking GbR Lange Reihe 2 20099 Hamburg	40	330,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	i.A.	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	€	
			22,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	i.A.	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	€	
Werkheim-Hamburg www.werkheim-hamburg.de	Werkheim-Hamburg Planckstr. 13 22765 Hamburg	100	180,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	€	€	€	
			65,00			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	€	€	€	
			15,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	€	€	€	
			2,50		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	€	€	€	18 -22:00h
Hanau																				
barbizz www.barbizz-co-creation.de	Barbizz Co-Creation Hessen Homburg Platz 1 63452 Hanau	30 - 40	10,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	—	—	alle Varianten werden auch pro Woche angeboten
Einzelplatz			80,00			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	—	—	
Einzelplatz	Aktion bis 31.12.2010		118,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	—	—	
Loge (6 Plätze)	Aktion bis 31.12.2010		583,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	—	—	
Köln																				
Kölner Zeiträume www.koelner-zeitraeume.de	Kölner Zeiträume Scheidtweilerstr. 69 50933 Köln	18	16,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	10 h Open Office
			20,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	10 h Einzelbüro
coworking wg coworking-wg.de	coworking-wg Bonnerstraße 211 50968 Köln	?	149,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	?	€	?	?	?	?	€	?	€	?	
CoworkingCologne http://coworkingcologne.posterous.com/	CoworkingCologne Deutz-Mülheimerstrasse 129 51063 Köln	40	150,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	i.A.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	
			60,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	i.A.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	5er Karte
			15,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	
Leipzig																				
Le Space www.le-space.de	Le Space Lützner Straße 91, 04177 Leipzig		169,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	Konferenzräume sind in Planung
			119,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	
			69,00			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	<input checked="" type="checkbox"/>	—	€	€	
			10,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	€	€	

Legende:

<input checked="" type="checkbox"/>	im Coworking Space vorhanden	—	nicht im Coworking Space vorhanden	?	nicht ersichtlich	i.A.	in Arbeit
-------------------------------------	------------------------------	---	------------------------------------	---	-------------------	------	-----------

	Adresse	Plätze	Preis in Euro pro Monat	Fix	Flex	10er Karte	12er Karte	Tageskarte	W-LAN	Kopierer/Drucker	Faxgerät	Beamer	Telefon	Scanner	24/7	Küche	Konferenzraum	Schließfach	Postfach		
Bellevue Leipzig www.bellevue-leipzig.de	Bellevue Leipzig (Alte Strickfabrik) Berliner Straße 65 04129 Leipzig	?	149,00	X					€	€	—	?	€	—	☑	☑	€	☑	☑		
			119,00		X				€	€	—	?	€	—	☑	☑	€	€	€		
			49,00				X		€	€	—	?	€	—	—	☑	€	€	€		
			12,00					X	€	€	—	?	€	—	—	☑	€	€	€		
Lübeck																					
GPK Architekten http://gpk-architekten.de/	GPK Architekten Sophienstraße 19-21 23560 Lübeck	3	169,00	X					☑	☑	☑	☑	☑	☑	—	☑	10h	—	☑		
			90,00			X			☑	☑	☑	☑	☑	☑	—	☑	3h	—	—		
			10,00					X	☑	☑	☑	☑	☑	☑	—	☑	2h	—	—		
Marl																					
Designhaus Marl http://www.designhaus-marl.de/	Designhaus Marl Friedrichstraße 30 45772 Marl	10	165,00	X					(☑)	☑	—	—	—	☑	☑	i.A.	☑	☑	—		
Meiningen																					
Workflow Meiningen http://workflowmeiningen.wordpress.com/	Workflow Meiningen Nonnenplan 7 98617 Meiningen	11	119,00	X					☑	☑	☑	€	☑	☑	€	☑	€	€	€		
			69,00			X			☑	☑	☑	€	☑	☑	—	☑	€	€	€		
			11,90					X	☑	☑	☑	€	☑	☑	—	☑	€	€	€		
München																					
Combinat 56 www.combinat56.de	Combinat 56 GmbH Adams-Lehmann-Str. 56 80797 München	18	350,00	X					☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑		
			30,00					X	☑	☑	☑	—	☑	☑	—	☑	€	—	€		
			270,00			X			☑	☑	☑	—	☑	☑	—	☑	€	—	€		
Book&Work www.book-and-work.de	book and work Hiltenspergerstrasse 44 80796 München	?	19,00					X	?	?	?	?	?	?	?	☑	☑	?	?		
MuCoWo www.mucowo.de	Munich CoWorking Heiglhofstr. 1c 81377 München	12	250,00	X					☑	☑	—	—	—	☑	€	☑	€	☑	€	Zusätzliches angebot der Halbtagskarte (5 Std.) 10,00€	
			135,00		X	X			☑	☑	—	—	—	☑	—	☑	€	€	€		
			15,00					X	☑	☑	—	—	—	☑	—	☑	€	€	€		

Legende:

☑	im Coworking Space vorhanden	—	nicht im Coworking Space vorhanden	?	nicht ersichtlich	i.A.	in Arbeit
---	------------------------------	---	------------------------------------	---	-------------------	------	-----------

	Adresse	Plätze	Preis in Euro pro Monat	Fix	Flex	10er Karte	12er Karte	Tageskarte	W-LAN	Kopierer/Drucker	Faxgerät	Beamer	Telefon	Scanner	24/7	Küche	Konferenzraum	Schließfach	Postfach		
Flobbimedia www.coworking-munich.de	flobbimedia Morassistraße 8 80469 München	5	280,00	X	X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	—	—	im Monat	
			20,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	—	—		
			3,00						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	—	—	pro Stunde	
Paderborn																					
WeXelwirken www.wexelwirken.net	WeXelwirken Mühlenstraße 20 33098 Paderborn	10	160,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	i.V.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	kein Coworking Anbieter - vorwiegend Coworking Space	
			5,00					X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	i.V.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>		
Stuttgart																					
Coworking Stuttgart coworking-stuttgart.de	Coworking0711 Heilbronner Str. 7 70174 Stuttgart	ca. 20	239,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
			159,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	3 Tage pro Woche
			59,00		X				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	1 Tag pro Woche
			139,00			X			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	€		
			15,00		X			X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	<input checked="" type="checkbox"/>	€	€	€		
Windach																					
Dorf Office http://dorffice.de/?page_id=48	Dorf Office Steinebacher Feld 5 86949 Windach	10	20,00	X					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	—	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—	—	nur Donnerstags von 9:00 – 17:00h	

Legende:

<input checked="" type="checkbox"/>	im Coworking Space vorhanden	—	nicht im Coworking Space vorhanden	?	nicht ersichtlich	i.A.	in Arbeit
-------------------------------------	------------------------------	---	------------------------------------	---	-------------------	------	-----------

Quelle: eigene Darstellung

4 Wissensmanagement und Wissenstransfer durch Coworking

Wie in GP 3.2 bereits erläutert, bietet Coworking einen Raum, in dem Menschen zusammen arbeiten und kollaborieren können. GP 4 zeigt auf, dass Coworking vielfältige, für den erfolgreichen Transfer von Wissen zwischen den Interaktionspartnern förderliche Situationen, ermöglicht. Im Folgenden wird in GP 4.1 das Modell des Wissensmanagement nach Probst/Raub et. al. (1998) näher erläutert. Anschließend wird dieses Modell auf die Arbeit in Coworking Spaces bezogen. In GP 4.2 werden Transferhemmnisse aufgeführt und aufgezeigt, wie Coworking zum Abbau dieser beitragen kann.

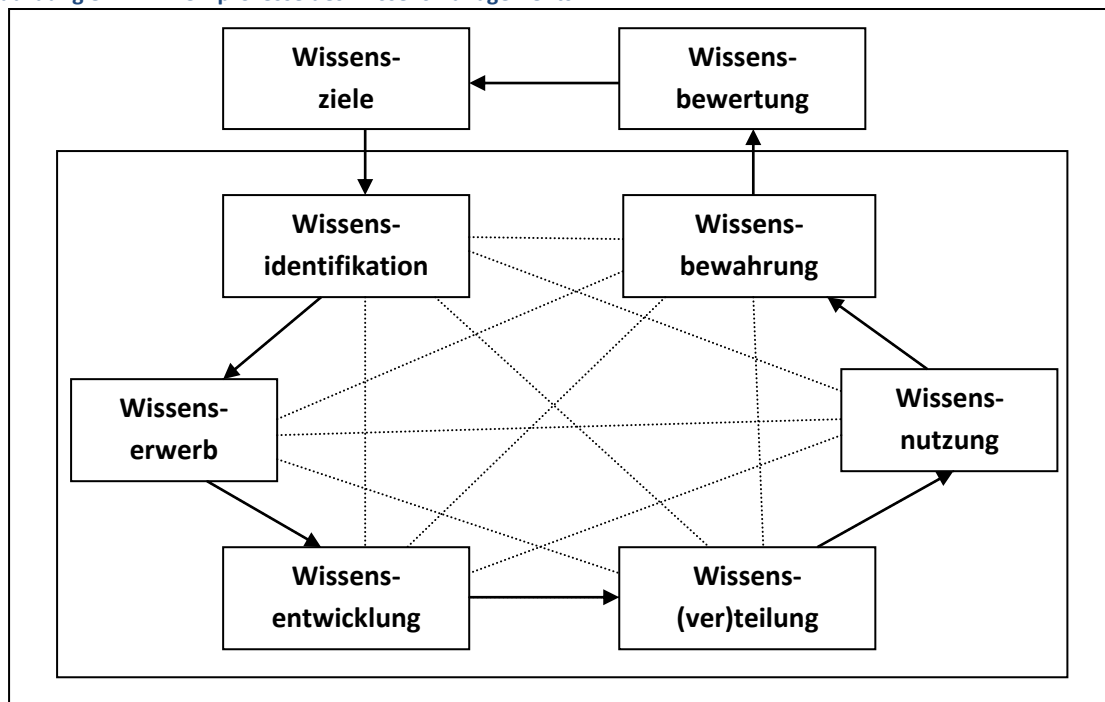
4.1 Der Wissensmanagementprozess nach Probst, Raub und Romhardt

Unter Wissensmanagement versteht man die Einflussnahme auf die Wissensbasis einer Person oder Unternehmung (Brücher 2004: 11). Heutzutage ist Wissen noch vor Arbeit, Kapital und Rohstoffen der wichtigste Produktionsfaktor. Ein definiertes Wissensmanagement stellt daher einen erheblicher Faktor zur Steigerung der Qualität der Produkte und der Produktion dar (Bullinger/Warnecke et.al. 2003: 362).

Nach Probst/Raub et.al. (1998) wird das Konzept des Wissensmanagements in sechs miteinander in Verbindung stehende Kernprozesse unterteilt (vgl. Abbildung 8), die Elemente eines komplexen Regelkreislaufs sind.

Ausgangspunkt ist die Definition der Wissensziele. Auf die Formulierung der Wissensziele folgen die Wissensidentifikation, der Wissenserwerb, die Wissensentwicklung, Wissens(ver)teilung, Wissensnutzung und Wissensbewahrung.

Abbildung 8: Kernprozesse des Wissensmanagements



Quelle: Probst/Raub et.al. 1998: 56

- **Wissensziele:** Am Anfang des Wissensmanagementprozesses steht die Definition der Wissensziele, die sich aus den allgemeinen Unternehmenszielen ableiten lassen (Probst/Raub et.al. 1998: 61ff.).
- **Wissensidentifikation:** Ziel der Wissensidentifikation ist es eine angemessene Transparenz über intern sowie extern verfügbare Know-How-Quellen herzustellen und Wissensdiskrepanzen aufzulösen (Probst/Raub et.al. 1998: 99ff.).
- **Wissenserwerb:** Vorwiegend umfasst der Wissenserwerb Maßnahmen, bei denen bedeutendes externes Wissenspotential von Dritten auf einem Wissensmarkt eingekauft wird, welches selbst nicht hätte angeeignet oder abgeschöpft werden können (Probst/Raub et.al. 1998: 52).
- **Wissensentwicklung:** Bei diesem Baustein des Wissensmanagementprozesses werden noch nicht vorhandene Fähigkeiten durch Aktivitäten der Forschungs- und Entwicklungs-Abteilung (F&E) bzw. anderer Bereiche der Organisation selbst entwickelt (Probst/Raub et.al. 1998: 216).

- **Wissen(ver)teilung:** Aufgaben der Wissens(ver)teilung bestehen in der Vervielfältigung von Wissen durch die Weitergabe an andere Mitarbeiter, in der Sicherung von Fähigkeiten und Erfahrungen sowie im bilateralen Wissensaustausch, der wiederum neues Wissen generieren kann.
- **Wissensnutzung:** Während bei der Wissens(ver)teilung auf die benutzerfreundliche Umsetzung und den gezielten Zugriff auf unternehmensrelevante Informationen Wert gelegt werden soll, wird in der Phase der Wissensnutzung das neu erworbene Wissen von den Mitarbeitern verteilt und genutzt.
- **Wissensbewahrung:** Einmal im Unternehmen vorhandenes Wissen sollte bei Bedarf verfügbar sein. Daher ist eine gezielte Bewahrung von Erfahrungen und Informationen in Form verschiedenster Speichermedien (bspw. Projektdatenbanken, Expertensysteme) von Vorteil.
- **Wissensbewertung:** Am Ende des gesamten Prozesses wird das vorhandene Wissen überprüft, geordnet und mit den gesetzten Zielen verglichen. Auf diese Weise werden Schwächen sowie Fehler des eigenen Vorgehens deutlich.

Das Modell nach Probst et.al. (1998) orientiert sich stark am Managementprozess. Des Weiteren kann eine Teilung des Modells in zwei Kreisläufe vorgenommen werden. Der innere Kreislauf beinhaltet operative Elemente des Wissensmanagements, während der äußere Kreislauf zusätzlich strategische Aspekte umfasst (Grizelj 2005: 171).

Wesentliche Kritikpunkte am vorgestellten Modell verweisen auf die mangelnde Berücksichtigung der Rahmenbedingungen, die noch ausstehende empirische Validierung, die geringe Theoriebindung sowie die Tatsache, dass konkrete Umsetzungshilfen gegeben werden. Praktische Schwierigkeiten ergeben sich bspw. bei der Implementierung von Informationssystemen in den Wissensmanagementprozess und die Vorgehensweise der Ableitung von Wissenszielen aus den allgemeinen Unternehmenszielen (Rohleder 2004; North 1999: 167). Ein weiterer Kritikpunkt ist die Auswahl und Anordnung der Modellelemente (Hippner 2001: 194). Rohleder kommt zu dem Schluss, dass es dem Modell nicht gelingt „die unzureichende theoretische Basis durch einen pragmatischen Praxisbezug auszugleichen“ (Rohleder 2004).

Trotz dieser Kritik ist das Modell nach Probst/Raub et.al. (1998) aus Sicht der Verfasserin gut geeignet für eine Strukturierung des Wissensmanagementprozesses. Auf Basis der Phasenunterscheidung können abstrakte Themen in besser erfassbare Einheiten zerlegt werden.

4.2 Förderung des Wissensmanagements

Bezogen auf das Modell nach Probst/Raub et.al. (1998) werden folgende Modellelemente durch Coworking positiv beeinflusst:

Durch die in Coworking Spaces entstehenden persönlichen Kontakte, besteht die Möglichkeit, dass sich die Nutzer gegenseitig auf interessante und relevante Informationen aufmerksam machen (**Wissensidentifikation**).

Neben der face-to-face-Kommunikation werden derartige Hinweise auch über die vielfältigen Online-Portale (XING, Facebook, Wikipedia, Twitter, Blogs etc.) ausgetauscht, wodurch ständig neue Impulse für den ‚Blick über den Tellerrand‘ gegeben werden. Häufig wird der direkte Zugang zu den Informationen über Verlinkungen vereinfacht (**Wissenserwerb**).

Durch die persönliche Zusammenarbeit bzw. Online-Kollaboration der Coworking Nutzer können i.S.d. **Wissensentwicklung** gemeinsam neue Lösungsvorschläge, Ideen und Projekte entwickelt werden (ZDF Wirtschaftswunder 2010). Die **Wissens(ver)teilung** wird durch die möglichen Abendveranstaltungen mit Vorstellungsrunden, informelle face-to-face-Kontakte und die Internetseiten der Coworking Spaces positiv beeinflusst. Förderlich wirkt zudem der von vielen Nutzern explizit geäußerte Wunsch nach Austausch und sozialen Kontakten (Reed 2007). Durch die Möglichkeit bei der gemeinsamen Arbeit jederzeit Rückfragen zu stellen, ist auch der Austausch impliziten und unstrukturierten Wissens möglich.

Unklarheiten bei der Anwendung des neuerlangten Wissens (**Wissensnutzung**) können zudem durch die gute Vernetzung der Coworking Community schnell beseitigt werden. Rückfragen bei anderen Personen, die auf einer ähnlichen Wissensbasis arbeiten, sind sowohl online als auch innerhalb des Coworking Spaces jederzeit möglich.

Da viele Coworking Nutzer überwiegend im Internet aktiv sind, sind kurze Antwortzeiten gewährleistet, so dass der Arbeitsfluss nicht übermäßig lang unterbrochen werden muss. Aktuell, u.a. auch auf dem Coworking Day am 12.06.2010 in Köln, wurden in der Coworking Community Maßnahmen zur Optimierung der **Wissensbewahrung** diskutiert. Bisher existiert keine einheitliche Plattform, auf der das gemeinsam entwickelte Wissen strukturiert erfasst wird, sondern lediglich projektbezogene Dokumentationen.

4.3 Barrieren des Wissenstransfers

Wissenstransfer kann durch eine Vielzahl individueller oder kultureller Faktoren behindert werden, die die Prozessstufen des Wissenstransfermodells und damit zusammenhängende Lernprozesse hemmen.

Bullinger/Wörner et.al. (1998) befragten ohne branchen- oder größenspezifische Einschränkung Unternehmen mit Sitz oder Niederlassung in Deutschland zu allgemeinen Wissensmanagementbarrieren. Tabelle 8 zeigt die am häufigsten genannten Barrieren des Wissensmanagements, von denen der Großteil auch auf den Prozess des Wissenstransfers übertragen werden kann.

Tabelle 8: Allgemeine Barrieren des Wissensmanagements aus Sicht der Industrie

Barrieren	Prozent
Zeitknappheit	70,1
fehlendes Bewusstsein	67,7
Unkenntnis über Wissensbedarf	39,4
Einstellung „Wissen ist Macht“	39,0
fehlende Transparenz	34,6
fehlende Anreizsysteme	34,4
Mitarbeiterspezialisierung	32,3
kein organisierter Wissensaustausch	28,7
keine fördernde Unternehmenskultur	28,7
ungeeignete IT-Struktur	28,3
hierarchische Strukturen	28,0
Konkurrenz der Organisationseinheiten	27,6

Quelle: Bullinger/Wörner et.al. 1998: 17

- **Zeitknappheit**

Durch die hohe Einbindung der Mitarbeiter in das operative Tagesgeschäft bestehen oftmals nur wenige Möglichkeiten auf informeller Ebene Wissen auszutauschen. Bei face-to-face-Austausch wird dieses Problem zudem potenziert, da sowohl der Wissenssender als auch der -empfänger zur gleichen Zeit verfügbar sein müssen.

- **fehlendes Bewusstsein**

Insbesondere bei implizitem Wissen sind sich die Wissensinhaber oft nicht bewusst, dass sie über auch für andere wertvolle Wissenspotentiale verfügen. Diese Personen tauschen aufgrund der Wahrnehmungsblockade ihr Wissen nicht mit anderen, obwohl sie prinzipiell dazu bereit wären.

Andererseits ist es auch denkbar, dass Mitarbeiter, die über einen umfangreichen Erfahrungsschatz verfügen, ihr Wissen deshalb nicht transferieren, weil der Gegenwert für die Wissensabgabe nicht exakt quantifizierbar ist. Das fehlende Bewusstsein stellt demnach einen erheblichen Potentialverlust für das Unternehmen dar (Eberle 2003: 20ff.).

- **Unkenntnis über Wissensbedarf**

Wissensaustausch kann andererseits auch dadurch gehemmt werden, dass der Wissenssender nicht weiß, welches Wissen der Empfänger benötigt bzw. welche Empfänger das vorhandene Wissen nachfragen. Zudem sind bei spezifischem Wissen häufig Vorkenntnisse notwendig, die für den erfolgreichen Wissenstransfer vorab beim Empfänger geprüft und ggf. geschaffen werden müssen. Wenn nicht vor Beginn des Wissenstransfers gewährleistet ist, dass beide Interaktionspartner das gleiche Wissensniveau aufweisen, kann dies zum Scheitern des Übertragungsprozesses führen.

- **Einstellung „Wissen ist Macht“/Mitarbeiterspezialisierung**

Von großer Bedeutung ist auch der machttheoretische Ansatz (Seidel 2003: 93ff.). Wenn der Wissenssender befürchtet in Folge des Wissenstransfers seinen Expertenstatus zu verlieren, wird seine Bereitschaft dafür sehr gering ausfallen.

- **keine fördernde Unternehmenskultur/kein organisierter Wissensaustausch**

Unternehmen können Maßnahmen initiieren, um sowohl den formellen als auch informellen Wissensaustausch unter den Organisationsmitgliedern aktiv zu fördern. Die Einrichtung von Teeküchen oder ähnlichen Begegnungsräumen ermöglicht zufällige Kontakte zwischen den Mitarbeitern, die den Ausgangspunkt für Wissenstransferprozesse bieten können.

- **hierarchische Strukturen**

Auch Aussagen von Mitarbeitern unterer Hierarchieebenen können wertvolle Hinweise zur Optimierung der Produktions- und Organisationsgestaltung darstellen.

4.4 Abbau von Transferhemmnissen

Coworking kann zum Abbau einiger in GP 4.3 nach Bullinger/Wörner et.al. (1998) benannten allgemeinen Barrieren des Wissensmanagements führen:

- **fehlendes Bewusstsein/Unkenntnis über Wissensbedarf**

Dadurch, dass sich Coworking Nutzer in persönlichen Gesprächen in den Coworking Spaces oder über die Online-Kommunikationsmedien äußern, in welchen Bereichen sie Unterstützung benötigen, kann die Einschätzung des eigenen Wissensstandes geschärft werden.

Auch potentielle Wissenstransferpartner sind durch die Bekanntheit der Nutzergruppen-Bedürfnisse einfacher identifizierbar. Der Austausch, bspw. bei den Abendveranstaltungen in Coworking Spaces, kann dabei helfen abzuschätzen, welche Kosten und welcher Nutzen mit der Wissensteilung mit anderen Nutzern verbunden sind.

Die gegenseitige Vorstellung der Arbeitsgebiete und aktuellen Projekte erhöht zudem die Transparenz, deren mangelnde Ausprägung in der empirischen Erhebung von Bullinger/Wörner et.al. 1998 von 35% als Transferbarriere genannt wurde.

- **Einstellung „Wissen ist Macht“/Mitarbeiterspezialisierung**

Wie bereits angeführt, sind Coworking Nutzer tendenziell sehr kooperationsbereit, was an der Vielzahl der immateriellen Effekte liegt, die sie mit der Nutzung erzielen. Zudem besteht - resultierend aus der Zusammensetzung des Nutzerkreises von Coworking Spaces - für den überwiegenden Teil kein Anreiz zur Wissenshortung, da man nicht intern mit anderen Mitarbeitern konkurriert, sondern die Coworking Nutzer häufig aus unterschiedlichen Regionen und Branchen stammen.

- **keine fördernde Unternehmenskultur/kein organisierter Wissensaustausch**

Die offene Kultur in Coworking Spaces wirkt vertrauensbildend und damit förderlich auf die grundsätzliche Bereitschaft zum Wissenstransfer. Coworking Spaces sind oftmals so angelegt, dass die Nutzer durch speziell dafür eingerichtete Begegnungsstätten, wie bspw. hauseigene Cafés oder integrierte Gemeinschaftsküchen, zu informellem Wissensaustausch angeregt werden. An diesem Ort findet ein Großteil des fachübergreifenden Austauschs unter den Coworking Nutzern statt.

Davenport/Prusak (1998) und Ronzheimer (1999) stellen die besondere Bedeutung der informellen Gespräche an der Kaffeemaschine für den Austausch impliziten Wissens und die Bildung informeller Netzwerke (Communities) heraus. Davenport/Prusak (1998) argumentieren sogar, dass die Zufälligkeit der Kommunikationspartner „die Entdeckung neuer Ideen [fördert], die sich bei einer gezielten eingeleiteten Erörterung so nicht ergeben würden“.

Durch die inspirierende Arbeitsumgebung sowie die wertvollen Sozialkontakte in Coworking Spaces sind die Nutzer zudem eher bereit auf die unterschiedlichen Kulturen bzw. Bezugsrahmen der Anderen einzugehen und diese Erfahrungen in neuen Projekten anzuwenden, als dies Mitarbeiter in festen Organisationsstrukturen tun würden.

Coworking bietet demnach aus den theoretischen Überlegungen heraus zahlreiche transferförderliche Aspekte, die das Wissensmanagement positiv beeinflussen können bzw. geeignet sind, Transferhemmnisse abzubauen. Um deren Bedeutung für den aktuellen Nutzerkreis von Coworking Spaces zu überprüfen, wurde von der Verfasserin eine empirische Untersuchung durchgeführt, deren Kernergebnisse in den folgenden GP vorgestellt werden sollen.

5 Empirisches Forschungsdesign

Nachdem im vorangegangenen GP die theoretischen Grundlagen näher erläutert wurden, haben die nachfolgenden Ausführungen die empirische Untersuchung zum Inhalt. Die folgende Beschreibung des Untersuchungsdesigns dient der Interpretation der im Rahmen der empirischen Erhebung gewonnenen Ergebnisse. In diesem Zusammenhang wird in GP 5.1 der Untersuchungsablauf aufgezeigt, die Ziele der Untersuchung sowie die Stichprobengröße und -auswahl dargestellt. GP 5.2 beschreibt die notwendigen Prozesse der Datenbereinigung. Abschließend wird der auswertungsrelevante Datensatz charakterisiert (GP 5.3). GP 6 stellt die zur Beantwortung der aufgestellten Hypothesen durchgeführten Analysen vor.

5.1 Ablauf der Untersuchung

5.1.1 Ziel und Rücklauf

Zentrale Zielstellungen der empirischen Untersuchung liegen in der Charakterisierung des aktuellen Nutzerkreises von Coworking Spaces, deren Arbeitsverhalten, Motiven der Coworking Nutzung sowie der Erwartungshaltung bzgl. der Ausstattung von Coworking Spaces.

Hierzu wurde durch die Verfasserin ein Fragebogen erstellt, der vor Beginn der Feldphase einem Pretest unterzogen wurde. Befragt wurden ausschließlich Personen, die bereits in Coworking Spaces arbeiten oder gearbeitet haben. Da in Coworking Spaces überwiegend Freiberufler und Selbstständige arbeiten, erfolgte die Datenerhebung in der von der Zielgruppe favorisierten Form eines Online-Fragebogens. Zur Erreichung einer möglichst hohen Rücklaufquote wurde der Link via verschiedener von der Coworking Community genutzter Onlineportale (Twitter, Facebook, XING) publik gemacht.

Im Zeitraum vom 03.03.2010 bis 24.03.2010 haben 116 Coworking Nutzer teilgenommen, wobei der durchschnittliche Zeitaufwand für die Beantwortung ca. 10 Minuten betrug.

Zur Erfassung, Aufbereitung und deskriptiven Analyse der geschlossenen Fragen bediente sich die Verfasserin der Statistiksoftware SPSS.

5.1.2 Hypothesen für die empirische Untersuchung

Mit der durchgeführten Befragung sollen die folgenden Hypothesen überprüft werden:

- H1: In Coworking Spaces bilden die künstlerischen und webbasierten Berufstätigen eine Mehrheit.*
- H2: Coworking Spaces werden überwiegend von Freiberuflern genutzt.*
- H3: Coworking Nutzer arbeiten überwiegend in Coworking Spaces in der Nähe ihres Wohnorts.*
- H4: Coworking Nutzer verlagern insbesondere früher zu Hause erledigte Tätigkeiten in Coworking Spaces.*
- H5: Coworking Nutzer sind selten länger als drei Tage am Stück in einem Coworking Space aktiv.*
- H6: Vorteile durch die persönlichen Kontakte sind die am häufigsten genannten Gründe für die Nutzung von Coworking Spaces.*
- H7: Maximal 20% der Coworking Nutzer sind bereit mehr als 150 Euro für die Grundausstattung zu zahlen.*
- H8: Die meisten Coworking Nutzer ziehen es vor einen kleinen Fixpreis (exklusive kostenpflichtiger Zusatzangebote) statt eines hohen Fixpreises, bei dem viele Zusatzangebote kostenfrei sind, zu zahlen.*
- H9: Abhängig Beschäftigte haben eine geringere Erwartungshaltung bezüglich der Ausstattung von Coworking Spaces als Selbstständige.*
- H10: Verglichen mit den anderen Zusatzangeboten weisen Coworking Nutzer bei betriebswirtschaftlichen Beratungsangeboten (Rechtsberatung, Finanzberatung, Projektakquise, Weiterbildung) die höchste Zahlungsbereitschaft auf.*
- H11: Die Coworking Nutzer sind überwiegend durch Medienberichte (Internet und Zeitungsartikel) auf Coworking aufmerksam geworden.*

5.1.3 Fragebogen und Pretest

Der zunächst in Form eines Microsoft-Word-Dokuments (MS) entwickelte Fragebogen basiert auf den theoretischen Kenntnissen, Medien- und Erfahrungsberichten sowie einem Referenzfragebogen.

Der erste Teil des Fragebogens (Frage 1-6) analysierte die aktuelle Beschäftigungssituation des Befragten, u.a. in Form des Wirtschaftszweigs, in dem die Befragten hauptsächlich arbeiten, ihrer gegenwärtigen Beschäftigungsform sowie des Nutzungsverhaltens verschiedener Arbeitsorte (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Nutzungsverhalten der Coworking Nutzer (Frage 3)

Bitte geben Sie an, an welchen Arbeitsplätzen Sie aktuell unter Nutzung von Coworking Spaces tätig sind und welche Art von Arbeitsplätzen Sie vor der Nutzung von Coworking Spaces verwendeten. Verteilen Sie dazu pro Spalte 100% (entspricht der Gesamtarbeitszeit).

	Aktuell	vor der Nutzung von Coworking Spaces
zu Hause	%	%
beim Kunden	%	%
beim Arbeitgeber	%	%
öffentliche Plätze (z.B. Cafés)	%	%
Coworking Space	%	0 %
Sonstiges, und zwar:	%	%
Gesamt	100%	100%

Quelle: Fragebogen, eigene Darstellung

Im Folgenden sollten die Teilnehmer angeben, wann sie in Coworking Spaces arbeiten, welche Coworking Standorte sie nutzen und aufgrund welchen Mediums sie von Coworking Kenntnis erlangt haben.

Der zweite Teil des Fragebogens (Frage 7a, 7b und 8) beinhaltete Fragen zur Grundausstattung und den Zusatz-Angeboten von Coworking Spaces sowie der Zahlungsbereitschaft der Nutzer.

Mit der folgenden Frage (Frage 8) sollten die Motive der Coworking Nutzung identifiziert werden. Auf Basis der in GP 3.4.2 entwickelten Unterscheidung des Sozialisations-, Wissens-, Work-Life-Balance, Effizienz- und Ressourcenaspekts wurden 18 Statements entwickelt, die von den Befragten auf einer sechsstufigen-Likert Skala¹⁰ bewertet werden sollten. Dabei konnten sie zwischen mehreren Abstufungen auf einer Skala mit den Extremen ‚trifft nicht zu‘ bis ‚trifft vollkommen zu‘ wählen. Wie bereits bei Frage 7a, verwendete die Verfasserin bewusst eine gerade Stufenzahl, damit die ‚Flucht in die Mitte‘ für die Befragten nicht möglich ist.

Den Abschluss des Fragebogens bildeten allgemeine soziodemografische Angaben zu Geschlecht, Alter und Jahr des Abschlusses der Hochschul- bzw. Berufsausbildung sowie die Abfrage der E-Mail-Adresse.

Pretest

Um die Verständlichkeit des Fragebogens bei der Zielgruppe sicherzustellen, wurde am 19.02.2010 ein Pretest im Coworking Space Le Space in Leipzig durchgeführt¹¹, bei dem alle anwesenden Coworking Nutzer befragt wurden. Dabei stellte sich heraus, dass die in Frage 3 enthaltene Unterscheidung zwischen dem Arbeitsplatz beim Arbeitgeber und dem eigenem Büro nicht trennscharf genug gewesen war. Aus diesem Grund hat die Verfasserin zur weiteren Erläuterung der Auswahloption ‚eigenes Büro‘ den Zusatz ‚z. B. bei Selbstständigkeit‘ eingefügt. Um den Bezug von Frage 8 auf Frage 7 stärker zu verdeutlichen, wurde diese in Frage 7b umbenannt.

Zudem wurde zur Vermeidung von Irritationen bei Frage 8 der Zusatz ‚Falls Sie etwas für inklusive erachten, tragen Sie bitte eine 999 ein‘, hinzugefügt. Bei der Durchführung des Pretests bestätigte sich zudem die Vermutung der Verfasserin, dass aufgrund der ausgeprägten Webaffinität der Coworking Nutzer eine Onlineumfrage zu höheren Rücklaufquoten führen würde, als der Versand eines MS Word-Dokuments.

¹⁰ Benannt nach Rensis Likert (1903 - 1981), Sozialforscher. Die Likert-Skala ist ein Skalierungsverfahren zur Messung der persönlichen Einstellung.

¹¹ Die Übersicht der Anmerkungen zum Fragebogen A1 (s.S. 84) werden im Anhang aufgezeigt.

Aus diesem Grund wurde der Fragebogen mittels der Onlinebefragungs-Software SPHINX in eine internetfähige Form transferiert.¹²

5.2 Datenbereinigung der Stichprobe

Der Brutto-Rücklauf betrug 116 ausgefüllte Fragebögen, wobei nach sorgfältiger Betrachtung insgesamt 26 Befragte von der Auswertung ausgeschlossen werden mussten, da sie entweder Coworking noch nicht nutzen (21) oder bei der für die Auswertung entscheidenden Frage 3 inkonsistente Angaben machten (5).

Zudem war bei drei Teilnehmern ersichtlich, dass sie die Spalten in Frage 3 (Arbeitsorte aktuell bzw. vor der Nutzung von Coworking Spaces) vertauscht hatten. Nach sorgfältiger Prüfung wurden die Angaben korrigiert.

Aufgrund fehlender Angaben bei Frage 3 (vgl. Abbildung 10) musste ein weiterer Datensatz von der Auswertung dieser Frage ausgeschlossen werden.

Zudem wurden alle fehlenden Werte (außer bei Frage 8) durch 999 codiert und in SPSS als Fehlwert hinterlegt, so dass diese Fälle automatisch von den deskriptiven Auswertungen ausgeschlossen werden.

Abbildung 10: Screenshot Frage 3

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

Fachhochschule Jena
University of Applied Sciences Jena

KompNet
2011

3. Bitte geben Sie an, an welchen Arbeitsplätzen Sie aktuell unter Nutzung von Coworking Spaces tätig sind und welche Art von Arbeitsplätzen Sie vor der Nutzung von Coworking Spaces verwendeten. Verteilen Sie dazu pro Spalte 100% (entspricht der Gesamtarbeitszeit).

aktuell		vor der Nutzung von Coworking Spaces	
zu Hause	<input type="text"/> %	zu Hause	<input type="text"/> %
beim Kunden	<input type="text"/> %	beim Kunden	<input type="text"/> %
beim Arbeitgeber	<input type="text"/> %	beim Arbeitgeber	<input type="text"/> %
eignes Büro (z.B. bei Selbstständigkeit)	<input type="text"/> %	eignes Büro (z.B. bei Selbstständigkeit)	<input type="text"/> %
öffentliche Plätze (z.B. Cafés)	<input type="text"/> %	öffentliche Plätze (z.B. Cafés)	<input type="text"/> %
Coworking Space	<input type="text"/> %	Coworking Space	<input type="text"/> 0 %
Sonstiges <input type="text"/>	<input type="text"/> %	Sonstiges <input type="text"/>	<input type="text"/> %
Gesamt	100 %		100 %

Zurück Weiter

Quelle: eigene Darstellung

¹² Der internetbasierte Fragebogen wird im Anhang A2 (s.S. 85) dargestellt.

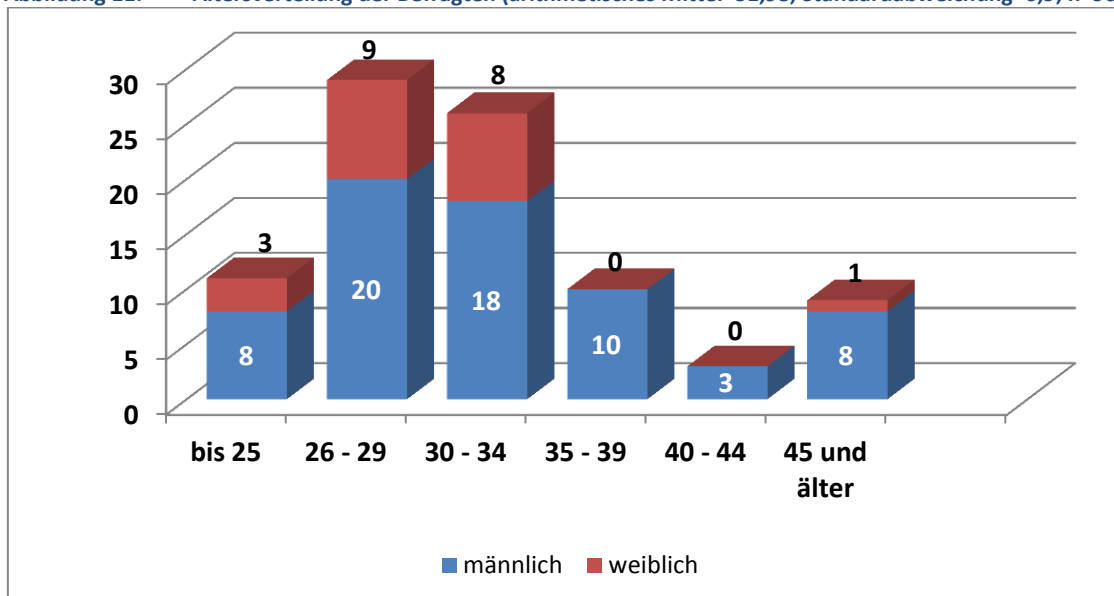
5.3 Charakterisierung der Stichprobe

Alter und Geschlecht

Es wurden 67 männliche (76%) und 21 weibliche (24%) Coworking Nutzer befragt. Weitere zwei Teilnehmer haben keine Angabe bzgl. ihres Geschlechts gemacht.

Das Lebensalter der Teilnehmer schwankt zwischen 18 und 50 Jahren. Die folgende Abbildung verdeutlicht die Verteilung auf die gebildeten Altersklassen:

Abbildung 11: Altersverteilung der Befragten (arithmetisches Mittel=31,98; Standardabweichung=6,9; n=90)

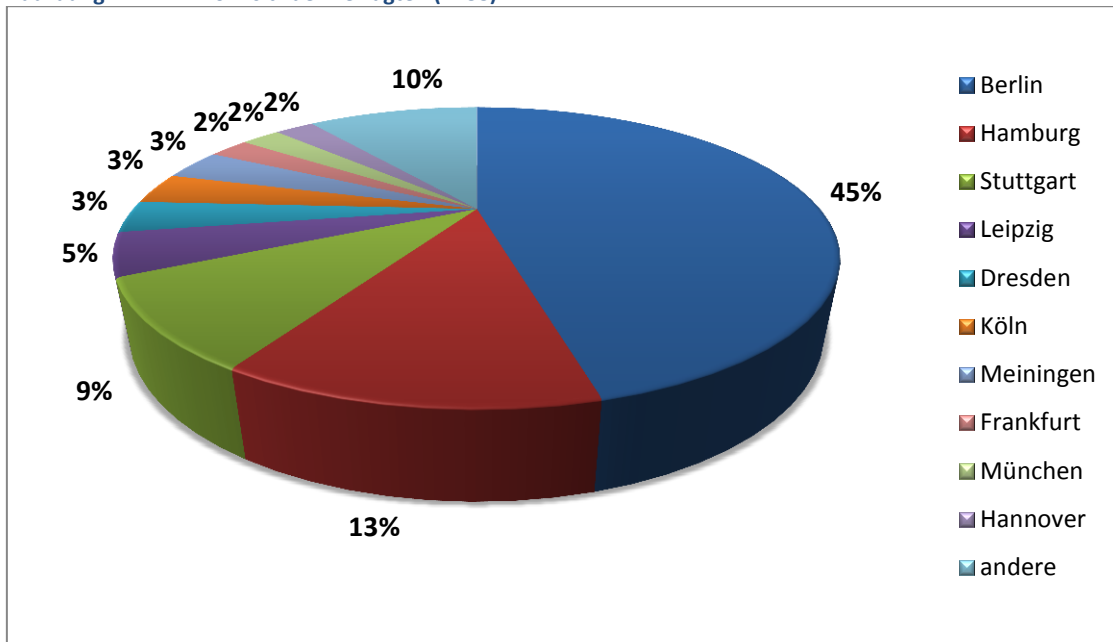


Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 11

Wohnsitz

Von den 90 Teilnehmern gaben 88 Personen ihren Wohnort an. Insgesamt 40 Befragte benannten den Raum Berlin, elf den Raum Hamburg, acht den Raum Stuttgart und vier den Raum Leipzig, als ihren Hauptwohnsitz. Drei Nennungen entfielen auf Dresden, Köln und Meiningen (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 12: Wohnsitz der Befragten (n=88)

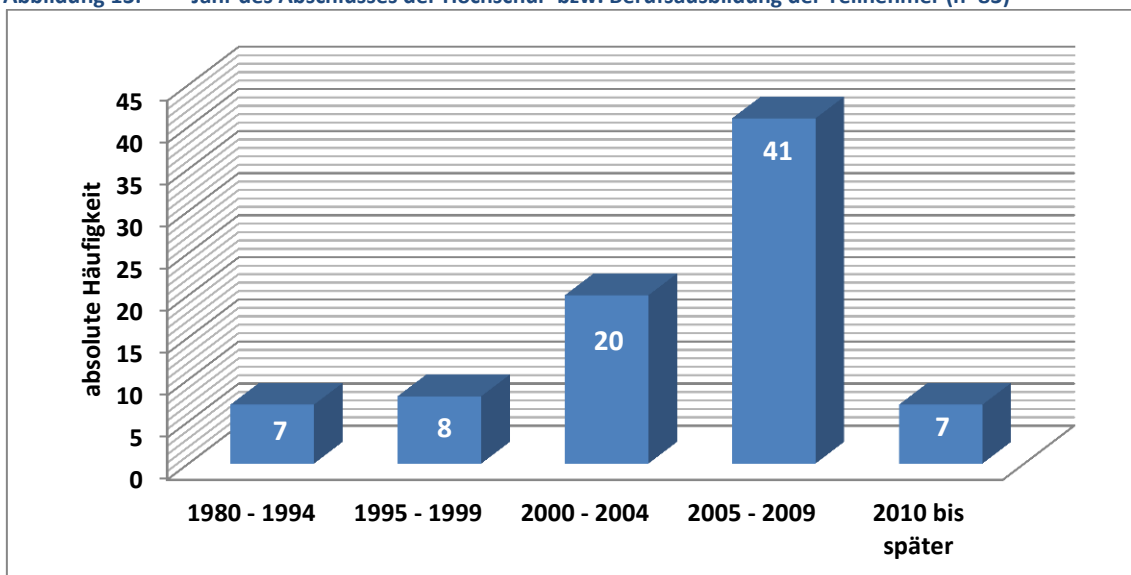


Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 11

Abschluss der Hochschul-/Berufsausbildung

Wie in Abbildung 22 erkenntlich ist, hat fast die Hälfte der 83 Teilnehmer, die diese Frage beantworteten, ihre Hochschul- bzw. Berufsausbildung im Zeitraum 2005 bis 2009 beendet. Weitere 20 Personen schlossen ihre Ausbildung zwischen 2000 und 2004 ab. Daraus lässt sich erkennen, dass in Coworking Spaces überwiegend junge Erwerbstätige arbeiten.

Abbildung 13: Jahr des Abschlusses der Hochschul- bzw. Berufsausbildung der Teilnehmer (n=83)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 11

6 Deskriptive Ergebnisauswertung

Während in GP 5 der Untersuchungsablauf, die Ziele der Erhebung sowie die Stichprobengröße und –auswahl dargestellt wurde, zeigt GP 6 die zur Beantwortung der aufgestellten Hypothesen durchgeführten Analysen auf. GP 6.1 stellt die Nutzercharakteristika von Coworking Spaces dar. Nachdem die Coworking Space Nutzer nach Branchen- sowie Tätigkeitsverhältnissen aufgeteilt wurden, wird in GP 6.2 die Veränderung des Arbeitsverhaltens durch Coworking aufgezeigt. Des Weiteren zeigt GP 6.3 die Ausstattung und Zahlungsbereitschaft bei Coworking Angeboten auf. Der Bekanntheitsgrad von Coworking in Deutschland wird in GP 6.4 näher analysiert. Abschließend werden in GP 6.5 die Ergebnisse der deskriptiven Analyse kompakt zusammengefasst.

6.1 Nutzercharakteristika

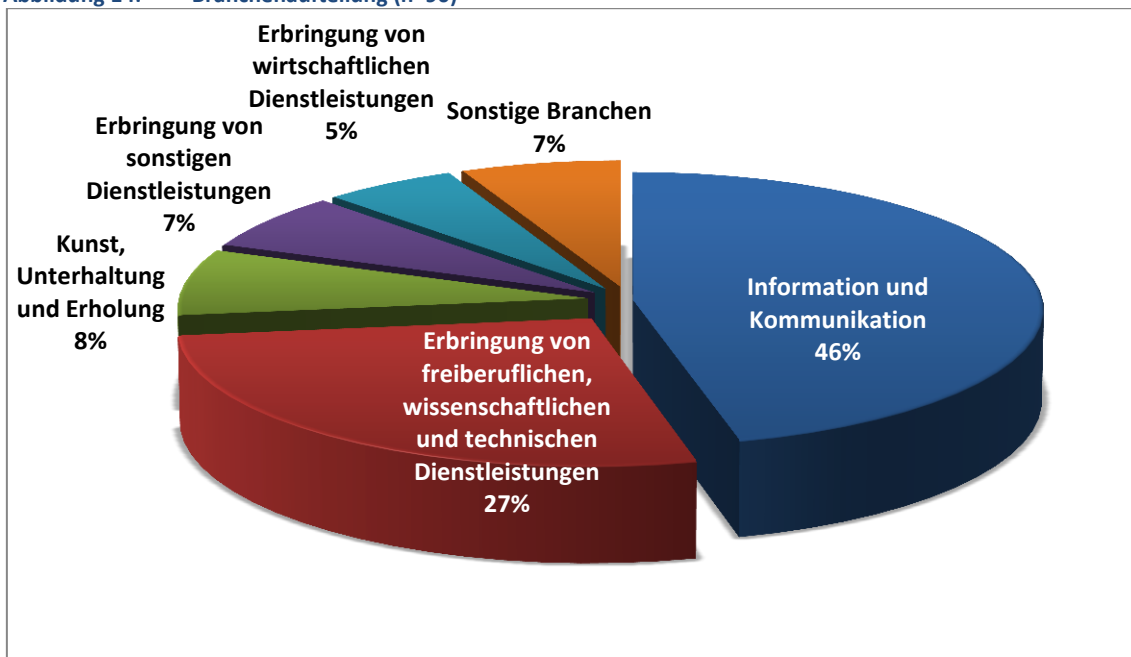
H1: In Coworking Spaces bilden die künstlerischen und webbasierten Berufstätigen eine Mehrheit.

Den webbasierten und künstlerischen Berufen wurden alle Teilnehmer zugeordnet, die angaben, dass ihr Tätigkeitsschwerpunkt in den Branchen ‚Information und Kommunikation‘ (Branchencode: J) sowie ‚Kunst, Unterhaltung und Erholung‘ (Branchencode: R) liegt.

Bezogen auf die Stichprobe kann festgestellt werden, dass die überwiegende Anzahl der Antwortenden (46%) im Bereich ‚Information und Kommunikation‘ tätig ist. Die Bedeutung von ‚Kunst, Unterhaltung und Erholung‘ ist mit 8% wesentlich geringer. Allerdings kann Hypothese 1, die die Summe der Bedeutung beider Wirtschaftszweige betrachtet, bestätigt werden, da 54% der Befragten beiden genannten Branchen zugeordnet sind.

Weiterhin von hoher Bedeutung ist die ‚Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen‘, in die sich 27% der Befragten einordneten. Sechs Befragte (7%) gaben an sonstige Dienstleistungen zu erbringen und weitere fünf Teilnehmer (5%) ordneten sich wirtschaftlichen Dienstleistungen zu (vgl. Abbildung 14).

Abbildung 14: Branchenaufteilung (n=90)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 1

Wie bereits in GP 3.4 thematisiert, arbeiten überwiegend webaffine und kreative Menschen in Coworking Spaces, während handwerkliche, finanzwirtschaftliche oder gastronomische Arbeitsgebiete gar nicht vertreten sind.

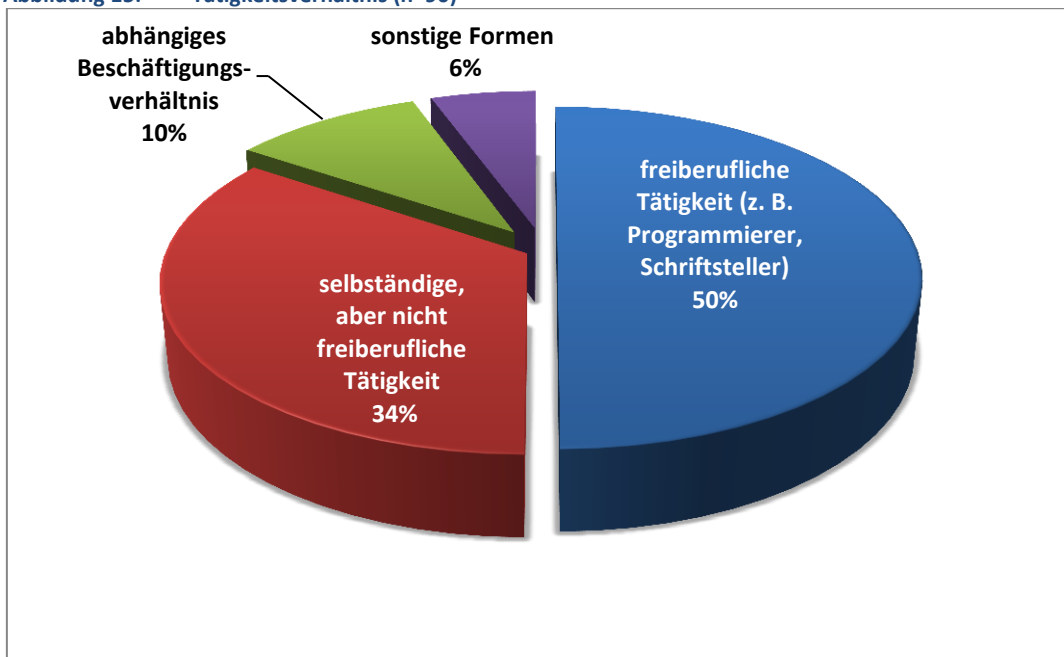
⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 1 bestätigt werden.

H2: Coworking Spaces werden überwiegend von Freiberuflern genutzt.

Bezogen auf die Tätigkeitsform der Coworking Nutzer wurde bereits bei den theoretischen Ausführungen in GP 3.4.1 erörtert, dass Coworking ein Phänomen ist, welches hauptsächlich von Menschen ohne festen Arbeitgeber und -platz, d.h. Freiberuflern und Selbstständige, genutzt wird, um die Nachteile des isolierten Arbeitens zu eliminieren.

Die Analyse des Datensatzes ergab, dass die Hälfte der Coworking Nutzer (45 Befragte) eine freiberufliche Tätigkeit ausübt. Weitere 31 Befragte (34%) sind selbstständig, aber nicht freiberuflich tätig (vgl. Abbildung 15).

Abbildung 15: Tätigkeitsverhältnis (n=90)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 2

Mit lediglich neun Nennungen stellen abhängig Beschäftigte nur eine Minderheit in der Coworking Community dar. Weitere fünf Befragte konnten sich nicht eindeutig zuordnen und gaben an Coworking Spaces als Student, Doktorand oder Mitbegründer zu nutzen.

Freiberufler sind die am stärksten vertretene Nutzergruppe und bilden - wenn auch nur knapp - die absolute Mehrheit.

⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 2 bestätigt werden.

In Kreuzung von Frage 1 und 2 konnte zudem festgestellt werden, dass sowohl die freiberuflichen als auch die selbstständigen Nutzer überwiegend in der Branche ‚Information und Kommunikation‘ (46 bzw. 49%) sowie ‚Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen‘ (19 bzw. 33%) arbeiten.

H3: Coworking Nutzer arbeiten überwiegend in Coworking Spaces in der Nähe ihres Wohnorts.

Derzeit befinden sich Coworking Angebote insbesondere in größeren Städten (siehe GP 3.5.3). Dies soll sich zwar in den nächsten Jahren ändern (ZDF Wirtschaftswunder 2010), allerdings ist davon auszugehen, dass sich auch die Nutzerschaft überwiegend aus ortsansässigen Freiberuflern zusammensetzt. Diese Hypothese scheint insbesondere naheliegend, weil die in GP 5.3 durchgeführte deskriptive Analyse der Wohnort-PLZ ergeben hat, dass der Großteil der Befragten in Berlin, Hamburg und Stuttgart lebt.

Zur Überprüfung dieser Hypothese hat die Verfasserin die Angabe der Wohnort-PLZ aus Frage 11 in Relation zu den genutzten Coworking Spaces aus Frage 6 gesetzt und die durchschnittliche Entfernung des Wohnortes zu den genutzten Coworking Spaces ermittelt.

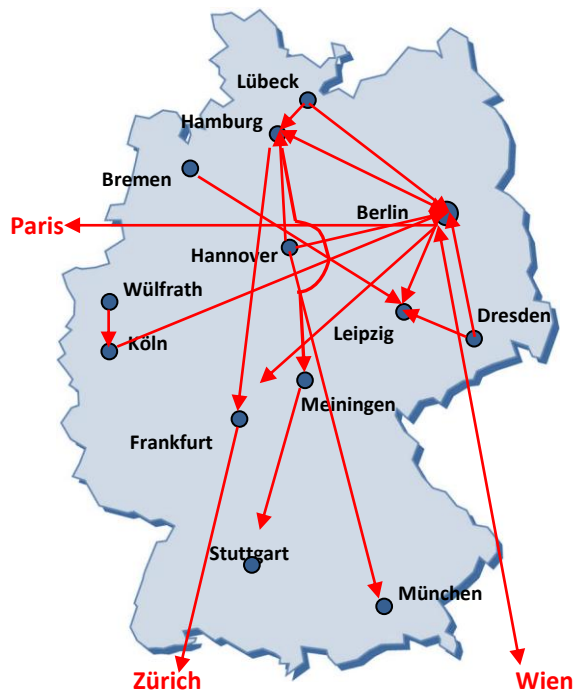
Tatsächlich zeigte sich, dass 63 der 81 auswertungsrelevanten Fragebögen ausschließlich Coworking Angebote an ihrem Wohnsitz nutzen, während weitere zehn Nutzer zwar in mehreren Coworking Spaces arbeiten, darunter aber auch der eigene Wohnort vertreten ist. Insgesamt sind demnach 73 Teilnehmer (90%) in unmittelbarer Nähe zu ihrem Wohnort tätig.

Nur acht Coworking Nutzer arbeiten nicht an ihrem Wohnort, sondern in weiter entfernten Coworking Spaces (drei davon auch im Ausland), was jedoch nur bei zwei Teilnehmern auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass an deren Wohnort keine bekannten Coworking Angebote existieren.

Die Bewegungen der Coworking Nutzer von ihrem Wohnort zu den Coworking Spaces verdeutlicht Abbildung 16.

Wie erwartet, zeigt sich eine starke Ballung in der deutschen Hauptstadt, d.h. viele Coworking Nutzer wohnen und arbeiten dort (37 Befragte) bzw. reisen zur gemeinsamen Arbeit aus anderen Städten an (10 Befragte). Dies ist insbesondere auf das gut ausgebaute Netz an Coworking Spaces in Berlin zurückzuführen (Coworking.de 2010).

Abbildung 16: Übersicht der Wanderbewegungen der Coworking Community in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 6

⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 3 bestätigt werden.

6.2 Veränderung des Arbeitsverhaltens durch Coworking

Mit den Veränderungen des Arbeitsverhaltens sowohl in Bezug auf die Nutzung verschiedener Arbeitsorte, als auch auf die Effekte der Coworking Nutzung beschäftigen sich die Hypothesen 4 bis 6, die im Folgenden überprüft werden.

H4: Coworking Nutzer verlagern insbesondere früher zu Hause erledigte Tätigkeiten in Coworking Spaces.

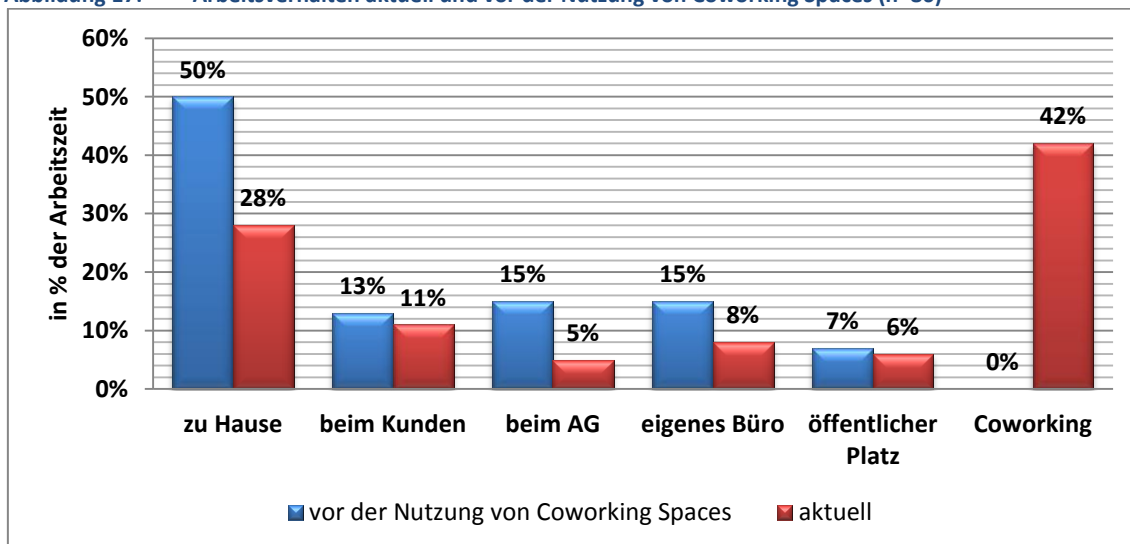
Mit Hilfe von Frage 3, bei der die Coworking Nutzer die Inanspruchnahme verschiedener Arbeitsplätze (Home Office, Arbeit bei Kunden oder Arbeitgeber, eigenes Büro, öffentliche Plätze) in Prozent ihrer Gesamtarbeitszeit verdeutlichen sollten, können die durch Coworking bedingten Verschiebungen in der Arbeitsplatznutzung analysiert werden.

Abbildung 17 stellt die durchschnittliche Bedeutung der verschiedenen Arbeitsorte vor und nach der Coworking Nutzung gegenüber. Es zeigt sich, dass sich Coworking bei den aktuellen Nutzern bereits als die am häufigsten ausgeübte Arbeitsform durchgesetzt hat: Nahezu die Hälfte ihrer Arbeitszeit (42%) verbringen die Befragten in Coworking Spaces.

Im Vorher-Nachher-Vergleich wird ersichtlich, dass alle anderen Arbeitsorte - insbesondere das mit 50% vor der Nutzung von Coworking Spaces dominierende Home Office - an Bedeutung verloren haben. Der Anteil der Arbeitszeit, der zu Hause verbracht wird, hat sich nahezu halbiert. Dies kann u.a. daran liegen, dass die Coworking Nutzer versuchen die in GP 3.4.3 dargestellten Nachteile zu beseitigen, indem sie in Gemeinschaft mit anderen arbeiten. Hierzu erfolgen in Hypothese 6 weitere Analysen.

Auch die Arbeitszeit, die am Unternehmensstandort des Arbeitgebers verbracht wird, sank von durchschnittlich 15% auf 5% deutlich und stellt aktuell noch hinter der Arbeit an öffentlichen Plätzen (6%) den unbedeutendsten Arbeitsort dar. Weitgehend stabil stellt sich das Arbeitsverhalten bei Kunden und an öffentlichen Plätzen dar.

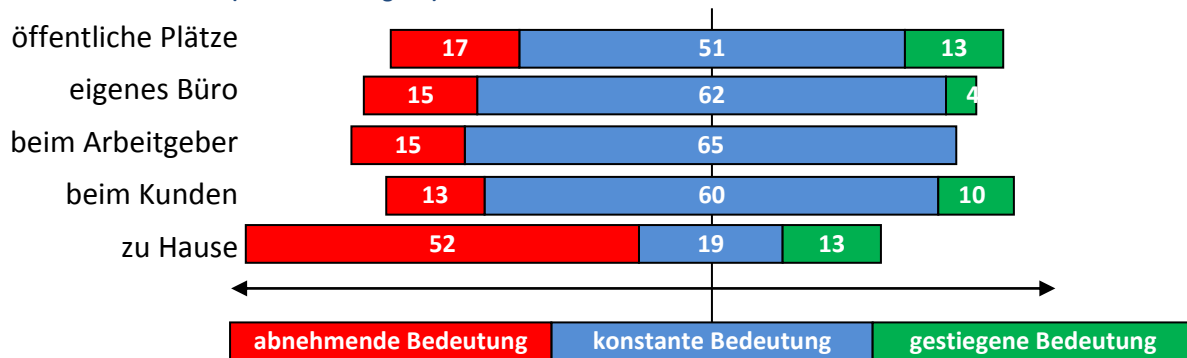
Abbildung 17: Arbeitsverhalten aktuell und vor der Nutzung von Coworking Spaces (n=86)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 3

Weiterhin wurde analysiert, wie viele Befragte angegeben haben, dass sich die prozentuale Bedeutung der einzelnen Arbeitsorte verringert bzw. erhöht hat. Es ergibt sich die in Abbildung 18 dargestellte Verteilung:

Abbildung 18: Plus-Minus-Grafik bzgl. des Arbeitsverhaltens durch die Nutzung von Coworking Spaces (absolute Häufigkeit)



Die bedeutsamste Veränderung ist hinsichtlich des Heimarbeitsplatzes zu erkennen. Insgesamt gaben 52 Teilnehmer an, dass das Home Office durch die Coworking Nutzung an Bedeutung verloren hat. Dies bestätigt die bereits vorangestellten diskutierten Erkenntnisse.

Weiterhin deutlich negativ beeinflusst wird die Arbeitshäufigkeit beim Arbeitgeber, die bei keinem Befragten durch die Nutzung von Coworking Spaces gestiegen, bei 15 Teilnehmern jedoch gesunken ist. Auch bei den restlichen drei Antwortalternativen zeigt sich ein zum Teil deutlich überwiegender Anteil an Befragten, die angaben, dass die Bedeutung dieser Arbeitsorte gesunken ist.

Abschließend wurde analysiert, wie viele Befragungsteilnehmer vor und nach der Coworking Nutzung einen der angegebenen Arbeitsorte zu 0 bzw. 100% nutzen.

Dabei konnte festgestellt werden, dass Coworking Spaces lediglich für zwei Befragte den einzigen Arbeitsort darstellen und ansonsten mehrere Arbeitsorte gemischt werden. Allerdings zeigt sich deutlich, dass Coworking Spaces substituierend auf viele andere Arbeitsplätze wirken.

Die Anzahl derjenigen Befragungsteilnehmer, die nicht beim Arbeitgeber bzw. im eigenen Büro arbeiten, stieg verglichen mit dem Arbeitsverhalten vor der Nutzung von Coworking Spaces deutlich (vgl. Tabelle 9).

Der Rückgang der ausschließlichen Nutzung der Arbeitsplätze ‚Home Office‘ bis ‚öffentliche Plätze‘ ist dem Befragungsdesign geschuldet, welches nur Menschen umfasste, die aktuell in Coworking Spaces arbeiten, was die 100%-Nutzung eines anderen Arbeitsplatzes ausschließt.

Tabelle 9: Nutzungshäufigkeit verschiedener Arbeitsplätze zu 0% bzw. 100%

	vor der Nutzung von Coworking Spaces	aktuell	vor der Nutzung von Coworking Spaces	aktuell
	zu 0%		zu 100%	
zu Hause	10	10	6	0
beim Kunden	39	36	0	0
beim Arbeitgeber	59	72	5	0
eigenes Büro	61	71	1	0
öffentliche Plätze	39	41	0	0
Coworking Spaces	—	0	—	2

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 3

Als Schlussfolgerung aus diesen Auswertungen lässt sich festhalten, dass Coworking trotz der Neuheit dieser Arbeitsform bei den Befragten mittlerweile auch die bedeutendste Form darstellt. Insbesondere früher zu Hause oder beim Arbeitgeber erledigte Tätigkeiten werden in Coworking Spaces verlagert. Es zeigt sich weiterhin eine abnehmende Bedeutung eigener Büros, was damit erklärt werden kann, dass es durch Coworking Spaces möglich ist, Mietkosten zu variabilisieren.

⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 4 bestätigt werden.

H5: Coworking Nutzer sind selten länger als drei Tage am Stück in einem Coworking Space aktiv.

Innerhalb von Coworking Spaces ist es möglich, einen Arbeitsplatz stunden-, tages-, wochen- oder monatsweise anzumieten. Wie jedoch aus der Auswertung zu Hypothese 4 ersichtlich wurde, stellen die Coworking Spaces selten den ausschließlichen Arbeitsplatz dar. Hypothese 5 fokussiert deshalb die Nutzungsmuster, die mit Frage 5 erfasst wurden. Die Befragungsteilnehmer sollten hierbei angeben, an welchen Tagen des letzten Monats bzw. eines repräsentativen Durchschnittsmonats sie in Coworking Spaces arbeiteten.

Es wurde analysiert, inwiefern die Nutzer konstante Nutzungsmuster aufweisen, d.h. in mindestens drei Wochen an einem oder mehreren festen Tagen im Coworking Space arbeiten (in Tabelle 11 jeweils rot verdeutlicht). Dies war bei 61 Befragungsteilnehmern der Fall. Jedoch ergeben sich sehr vielfältige Arbeitsgestaltungen.

Elf Befragte nutzen Coworking Spaces nur an einem ‚Kern-Arbeitstag‘. 14 Teilnehmer sind hingegen an zwei Wochentagen dauerhaft in Coworking Spaces tätig, sieben davon an zwei aufeinanderfolgenden Tagen. Zudem gibt es in der Stichprobe 13 Beobachtungsfälle, die Coworking Spaces an mindestens fünf Tagen nutzen, zwei davon sogar von Montag bis Freitag.

Die stärkste Auslastung mit ‚Dauergästen‘ ist am Mittwoch zu verzeichnen, wobei zu Wochenbeginn mehr Nutzer arbeiten als gegen Ende der Woche. Am Wochenende werden Coworking Spaces kaum genutzt.

An mindestens drei aufeinanderfolgenden Tagen arbeiten 34,5% der Befragten in der Arbeitsform des Coworking, die sich wie folgt verteilen:

Tabelle 10: Kategorienbildung der Nutzungsmuster

	absolute Häufigkeit	kumulierte relative Häufigkeit
mindestens 3 aufeinanderfolgende Tage	29	34,5%
mindestens 4 aufeinanderfolgende Tage	16	19,1%
mindestens 5 aufeinanderfolgende Tage	13	15,5%
mindestens 6 aufeinanderfolgende Tage	2	2,4%
mindestens 7 aufeinanderfolgende Tage	2	2,4%

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 5

Tabelle 11: Nutzungsmuster in Coworking Spaces

Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
							23
2							2
	2						2
		4					4
			1				1
				1			1
					1		1
	2	2					2
		3	3				3
			2	2			2
2		2					2
4				4			4
	1		1				1
3	3	3					3
	6	6	6				6
		1	1	1			1
1	1		1				1
2	2			2			2
1		1		1			1
	1	1		1			1
	1		1	1			1
2	2	2		2			2
1		1	1	1			1
1		1		1	1		1
3	3	3	3				3
10	10	10	10	10			10
1	1	1	1	1		1	1
2	2	2	2	2	2	2	2
35	37	43	33	30	4	3	84

Legende:

	weniger als 3x Arbeit in Coworking Spaces an diesem Wochentag
	3x oder 4x Arbeit in Coworking Spaces an diesem Wochentag

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 5

Wie aus Tabelle 11 ersichtlich wird, sind rund ein Fünftel (19,1%) der Fälle im Datensatz länger als drei Tage am Stück in Coworking Spaces tätig, während der Großteil der Befragten eine diskontinuierliche Nutzung aufweist.

⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 5 nicht bestätigt werden.

H6: Vorteile durch die persönlichen Kontakte sind die am häufigsten genannten Gründe für die Nutzung von Coworking Spaces.

Um die Vor- und Nachteile der Arbeit in Coworking Spaces zu erfassen, wurden in Frage 9 18 Statements formuliert, die auf einer Likert-Skala mit den Extremen ‚trifft gar nicht zu‘ (0) bis ‚trifft vollkommen zu‘ (5) bewertet werden sollten.

Aus diesen Antworten wurden die bereits in GP 3.4.2 hergeleiteten Effekte der Coworking Nutzung (Work-Life-Balance, Ressourcen-, Wissens-, Effizienz- und Sozialisationsaspekt) aggregiert.

Tabelle 12 stellt das durchschnittliche Antwortverhalten bei den einzelnen Statements dar:

Tabelle 12: Übersicht der Vor- und Nachteile von Coworking Spaces

Durch die Arbeit in Coworking Spaces...	Median	Mittelwert
... reduzieren sich meine Pendelzeiten und Fahrtkosten	1	1,33
... habe ich meine Gesamtkosten verringert	2	2,02
... profitiere ich von der besseren technischen Ausstattung	2	2,23
... besitze ich weniger Freiheiten bei der Ausstattung meines Arbeitsplatzes	2	2,41
... ergibt sich für mich eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie	3	2,42
... kann ich mich besser konzentrieren als an meinem vorherigen Arbeitsplatz	3	2,88
... nutze ich jederzeit nur die Fläche, die ich tatsächlich benötige	3	2,9
... kann ich immer arbeiten, wann ich will	4	3,05
... gelange ich an verbesserte Lösungsvorschläge für meine Arbeitsaufgabe	3	3,09
... erlange ich bisher nicht vorhandenes Wissen	3	3,24
... bin ich selbstdisziplinierter	4	3,43
... bin ich kreativer	3	3,45
... bin ich produktiver	4	3,55
... fühle ich mich motivierter	4	3,69
... vermisse ich meine Privatsphäre	4	3,7
... ergeben sich Kontakte, die persönlich oder beruflich wertvoll sind	4	4,09
... fühle ich mich weniger isoliert	4	4,13
... kann ich Erfahrungen und Ideen austauschen	4	4,15

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 9

Als bedeutendste Vorteile wurden von den Befragungsteilnehmern der Austausch von Erfahrungen und Ideen (Wissenstransfer), der Abbau von Isolation sowie die Bedeutung der durch Coworking initiierten Kontakte angegeben. Negativ wirkt insbesondere die fehlende Privatsphäre in Coworking Spaces.

Nichtsdestotrotz bestätigen die hohen Mittelwerte und Mediane, dass die Befragten in Coworking Spaces kreativer, produktiver, motivierter und selbstdisziplinierter arbeiten.

Das Aussageverhalten wurde zwar auf Branchen-, Geschlechts- und Alterseffekte analysiert, jedoch ergaben sich hierbei keine Unterschiede.

Die Aggregation der 18 Statements zu fünf Nutzeneffekten des Coworking erfolgte gemäß des im Folgenden verdeutlichten Schemas:

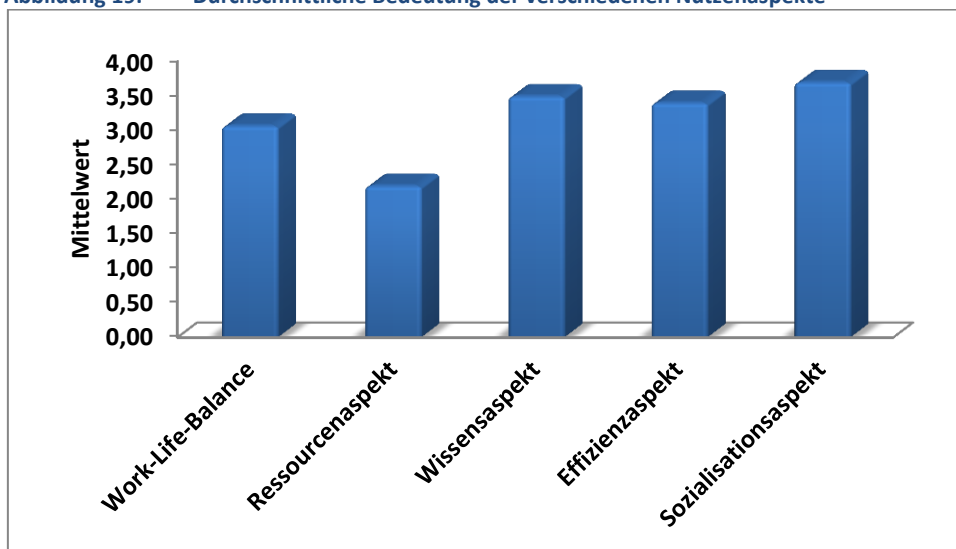
Durch die Arbeit in Coworking Spaces ...



Bei der Aggregation wurde die Skala bei den beiden negativ formulierten Statements ‚... besitze ich weniger Freiheiten bei der Ausstattung meines Arbeitsplatzes ...‘ und ‚... vermisse ich meine Privatsphäre ...‘ umgekehrt, um eine Vergleichbarkeit der Mittelwerte zu erreichen. Durch diese Vertauschung ist gewährleistet, dass hohe Mittelwerte bei den Nutzenkategorien generell als positiv empfundene Merkmale des Coworking interpretiert werden können.

Abbildung 19 stellt die durchschnittliche Bedeutung der fünf Nutzenaspekte für die Befragungsteilnehmer dar:

Abbildung 19: Durchschnittliche Bedeutung der verschiedenen Nutzenaspekte



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 9

Es zeigt sich, dass der Sozialisationsaspekt für die Befragten am bedeutendsten ist. Insgesamt bewerteten 54 Teilnehmer diesen mit ‚trifft vollkommen zu‘. Damit einhergehend kann auch die hohe Bedeutung der Wissensgenerierung und -teilung (Wissensaspekt) belegt werden, der eine mittlere Bedeutung von 3,5 erzielte.

Die Einbindung in eine Gemeinschaft sowie der daraus resultierende Austausch stellen demnach die Hauptgründe für die Coworking Nutzung dar. Aber auch der Effizienzaspekt, der prüfte, ob Coworking Nutzer verglichen mit den vorher genutzten Arbeitsplätzen konzentrierter, motivierter und kreativer arbeiten, erreicht eine hohe Bedeutung. Die Work-Life-Balance und der Ressourcenaspekt stellen für die Coworking Nutzer unbedeutendere Nutzenaspekte dar.

Die bereits im Theorieteil diskutierten Medienberichte, wonach der wichtigste Grund für die Nutzung von Coworking Spaces die Vermeidung von Vereinsamung und Unproduktivität (Bauer 2010: 86; Tutmann 2009) ist, können demnach anhand des erhobenen Datensatzes belegt werden. Am Bedeutendsten sind der Effizienz-, Wissens- und Sozialisationsaspekt.

⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 6 bestätigt werden.

6.3 Ausstattung und Zahlungsbereitschaft bei Coworking Angeboten

In Coworking Spaces arbeiten überwiegend Menschen, denen ein Schreibtisch, ein Stuhl, Strom und Zugang zum Internet genügen (Dettmer/Kretz et.al. 2010: 83; ZDF Wirtschaftswunder 2010; Bauer 2010: 85).

Mit den Hypothesen 7 bis 10 soll diese Aussage von verschiedenen Seiten beleuchtet werden. Während Hypothese 7 auf die Zahlungsbereitschaft der Coworking Nutzer abzielt, wird mit Hypothese 8 die Sinnhaftigkeit von gebündelten Angeboten untersucht. Hypothese 9 und 10 betrachten auf einer detaillierteren Ebene die Ausstattungsbedürfnisse der Freiberufler und die Zahlungsbereitschaft bzgl. betriebswirtschaftlicher Beratungsangebote.

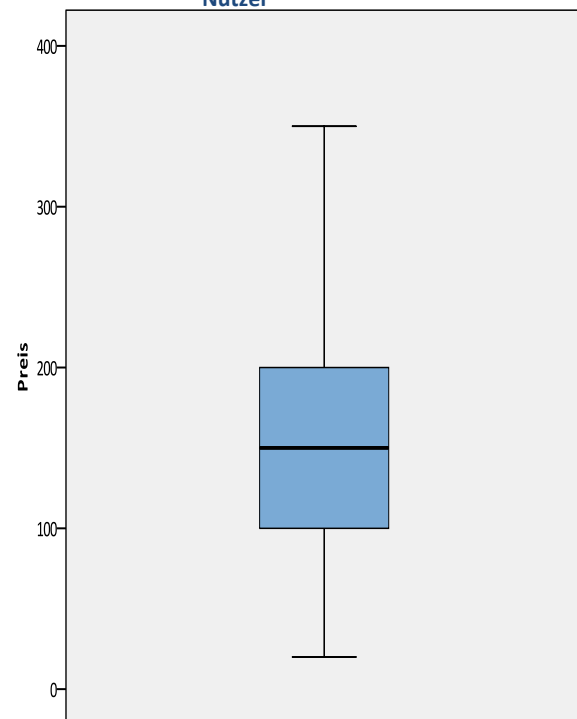
H7: Maximal 20% der Coworking Nutzer sind bereit mehr als 150 Euro für die Grundausstattung zu zahlen.

Im Fragebogen wurde mittels Frage 7b die Zahlungsbereitschaft der Befragungsteilnehmer für das Grundangebot eines Coworking Spaces abgefragt. Die Elemente der Grundausstattung wurden vorab auf einer sechsstufigen Likert-Skala zwischen ‚absolut überflüssig‘ (0) und ‚unbedingt erforderlich‘ (5) bewertet, so dass der Umfang je nach Befragten unterschiedlich ausfällt.

Von allen Teilnehmern wurden Schreibtisch inkl. Stuhl und W-LAN-Nutzung, von der überwiegenden Zahl zudem Drucker, Kopierer, Besprechungsräume und kostenfreie Getränke als erforderliche Elemente des Grundangebots genannt.

Die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft für ein derartiges Angebot (pro Monat) liegt bei 149,29 Euro, wobei die Angaben zwischen 20 Euro und 350 Euro schwanken. Abbildung 25 verdeutlicht typische deskriptive Lage- und Streuungsparameter dieser Variable in Form eines Boxplots. Der Median liegt mit einem Wert von 150 Euro genau in der Mitte des 25%- und 75%-Quantils, weshalb der Mittelwert als gute Schätzung der durchschnittlichen Zahlungsbereitschaft angesehen werden kann.

Abbildung 20: Zahlungsbereitschaft der Coworking Nutzer



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 7b

Tabelle 13 verdeutlicht die Hypothese 7 zugrunde liegende Auswertung, die den Preis für die Grundausstattung in sechs Klassen zusammenfasst.

Tabelle 13: Kumulierte Zahlungsbereitschaft der Coworking Nutzer

	absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit	kumulierte Prozente
bis 50 Euro	8	9,4%	9,4%
bis 100 Euro	23	27,1%	36,5%
bis 150 Euro	20	23,5%	60,0%
bis 200 Euro	19	22,4%	82,4%
bis 250 Euro	11	12,9%	95,3%
mehr als 250 Euro	4	4,7%	100,0%

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 7b

Es wird ersichtlich, dass jeweils ca. ein Viertel der Befragungsteilnehmer zwischen 50 und 100, zwischen 100 und 150 oder zwischen 150 und 200 Euro pro Monat für die Grundausstattung eines Coworking Arbeitsplatzes zahlen würde. Mehr als 200 Euro sind immerhin 34 Befragungsteilnehmer (40%) bereit zu zahlen.

⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 7 nicht bestätigt werden.

H8: Die meisten Coworking Nutzer ziehen es vor einen kleinen Fixpreis (exklusive kostenpflichtiger Zusatzangebote) statt eines hohen Fixpreises, bei dem viele Zusatzangebote kostenfrei sind, zu zahlen.

Aus der Analyse der Angaben bzgl. Grundausstattung, Zusatzangeboten und der Zahlungsbereitschaft wurden für die folgenden Analysen vier Nutzergruppen gebildet, deren eindeutige Zuordnung auf Basis der in Tabelle 14 verdeutlichten Kriterien erfolgte.

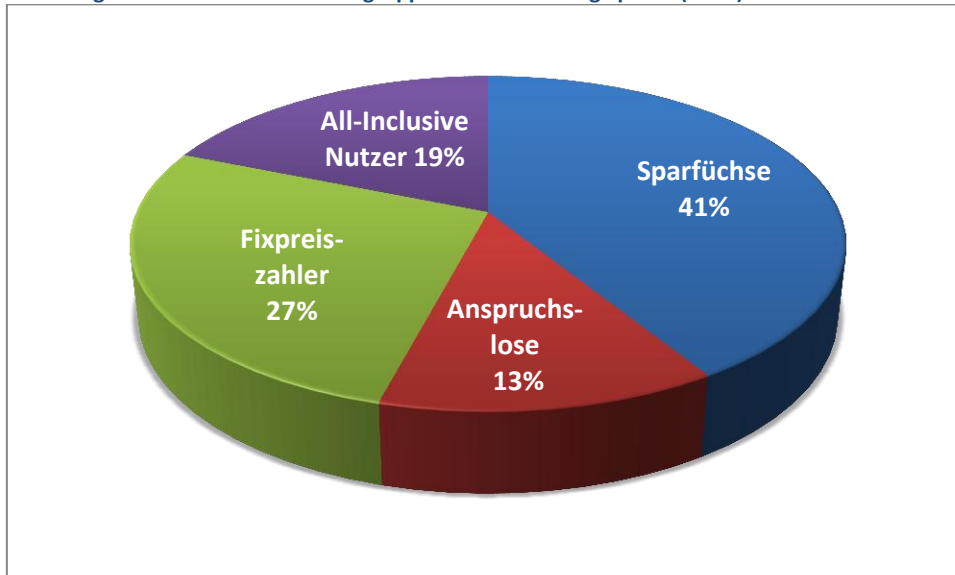
Tabelle 14: Klassifizierung der Nutzergruppen

Sparfüchse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preis < 150 Euro ▪ max. 2 Inklusivangebote ▪ mind. 2 Zusatzangebote > 0 Euro
Fixpreiszahler	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preis ≥ 150 Euro ▪ max. 2 Inklusivangebote ▪ mehr als 2 Zusatzangebote > 0 Euro
All-Inclusive Nutzer	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preis egal ▪ mehr als 2 Inklusivangebote
Anspruchslose	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Preis egal ▪ max. 1 Zusatzangebot > 0 Euro

Quelle: eigene Darstellung

Die Einteilung der Befragungsteilnehmer ergab, dass rund 40% den Sparfüchsen, 27% den Fixpreiszahlern und 19% bzw. 13% den All-Inclusive Nutzern bzw. den Anspruchslosen zuzurechnen sind (vgl. Abbildung 21).

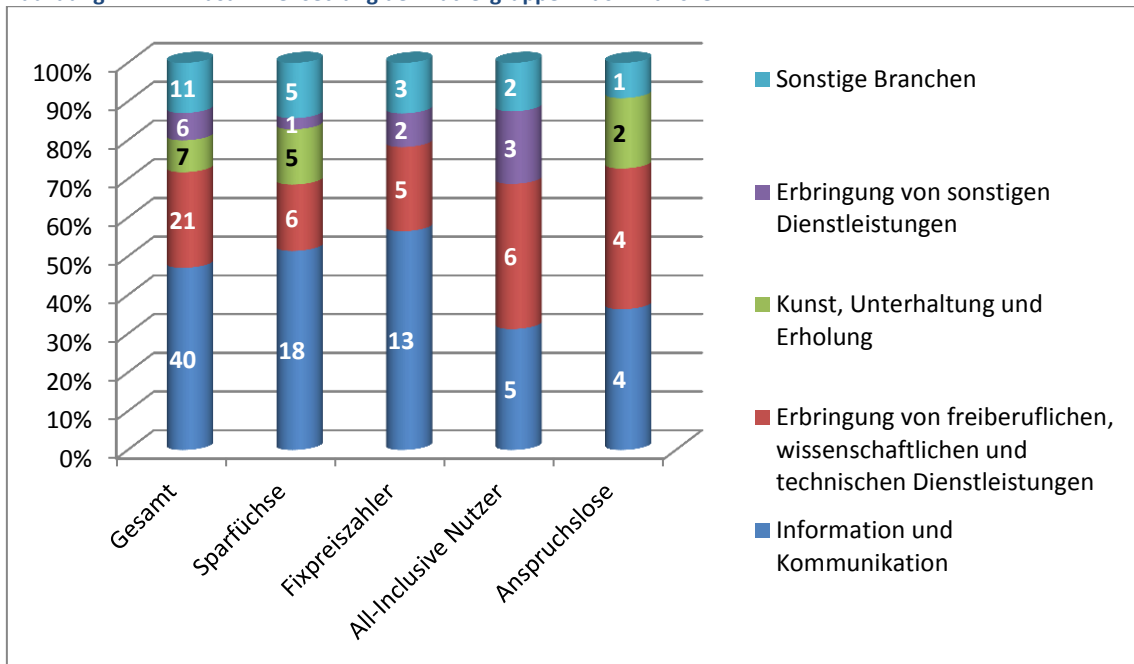
Abbildung 21: Anteil der Nutzergruppen von Coworking Spaces (n=85)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 7a und 7b

Abbildung 22 verdeutlicht die Branchenzusammensetzung der vier Nutzergruppen. Es wird ersichtlich, dass die Branchenverteilung bei allen Gruppen annähernd identisch ist. Bei den All-Inclusive Nutzern sind überproportional viel Freiberufler und unterproportional wenig Befragungsteilnehmer aus dem Bereich ‚Information und Kommunikation‘ vertreten. Bei den Fixpreiszahlern und den All-Inclusive Nutzern finden sich keine Künstler und bei den Anspruchslosen fehlt die Branche der sonstigen Dienstleistungen.

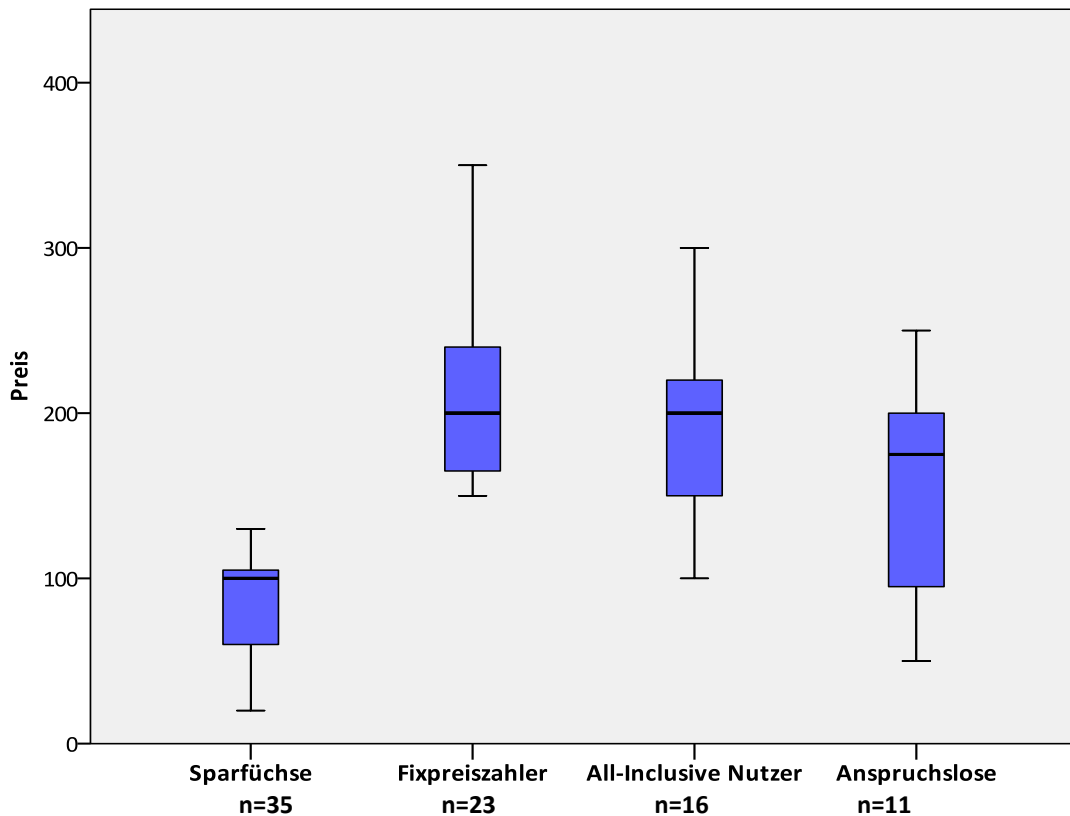
Abbildung 22: Zusammensetzung der Nutzergruppen nach Branche



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 7a und 7b

Die Zahlungsbereitschaft der vier Nutzergruppen wird in Abbildung 23 verdeutlicht:

Abbildung 23: Zahlungsbereitschaft nach Nutzergruppen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 7b

Die Unterschiede der Zahlungsbereitschaft in Abbildung 28 ergeben sich überwiegend durch die der Gruppeneinteilung zugrundeliegenden Kriterien, verdeutlichen aber die unterschiedliche Zahlungsbereitschaft in Abhängigkeit vom Umfang des Angebotspektrums.

Während die Sparfüchse durchschnittlich nur 86,71 Euro zahlen würden, sind Fixpreiszahler bereit, mehr als das Doppelte für das Grundangebot zu entrichten (213,04 Euro). Betrachtet man die Boxplots näher ist ersichtlich, dass jeweils 50% der Sparfüchse (Fixpreiszahler) eine Zahlungsbereitschaft von kleiner bzw. größer 100,00 Euro (200 Euro) aufweisen.

Überraschend ist, dass die All-Inclusive Nutzer, obwohl sie im Vergleich zu den Fixpreiszählern eine größere Anzahl von Zusatzangeboten als dem Grundangebot zugehörig ansehen, eine geringere Zahlungsbereitschaft aufweisen (Mittelwert: 192,50 Euro). Dies deutet darauf hin, dass das Segment der Fixpreiszahler eine lukrative und vergleichsweise preisunelastische Kundengruppe darstellt. Ob diese Nutzer im Gegenzug eine qualitativ hochwertigere Ausstattung des Coworking Spaces erwarten, kann auf Basis des vorliegenden Datensatzes nicht überprüft werden.

Der durchschnittliche Monatspreis der anspruchlosen Nutzer, die maximal eine der aufgeführten Leistungen als Inklusivangebot ansehen, liegt mit 152,27 Euro sehr nah am Gesamtdurchschnitt von rund 150,00 Euro.

Zur Prüfung der Hypothese wurde die Gruppe der Sparfüchse, als Nutzerkreis mit der Bereitschaft einen kleinen Fixpreis (exklusive kostenpflichtiger Zusatzangebote) zu zahlen, der Summe aus All-Inclusive Nutzern und Fixpreiszählern gegenübergestellt.

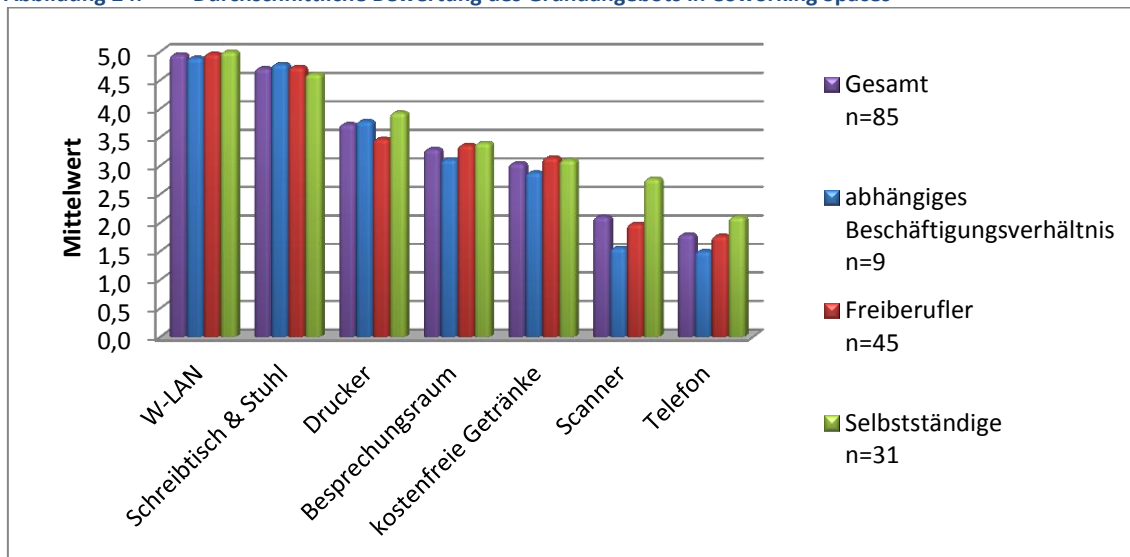
⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 8 nicht bestätigt werden, da beide Nutzerpräferenzen auf mehr als 40% der Befragten zutreffen.

H9: Abhängig Beschäftigte haben eine geringere Erwartungshaltung bezüglich der Ausstattung von Coworking Spaces als Selbstständige.

Grundlage von Hypothese 9 ist wiederum Frage 7a, bei der die Befragten die Wichtigkeit verschiedener Ausstattungselemente von Coworking Spaces auf einer Likert-Skala beurteilten. Stellt man das Antwortverhalten mit den Beschäftigungsformen aus Frage 2 gegenüber, ergeben sich die in Abbildung 24 dargestellten arithmetischen Mittelwerte.

Sowohl in der Gesamtbetrachtung als auch bei jeder einzelnen Beschäftigungsform wird der kostenfreie W-LAN-Zugang noch vor einem Schreibtisch und Stuhl als wichtigstes Ausstattungselement von Coworking Spaces beurteilt. Als vergleichsweise unbedeutend werden hingegen eine Telefonanlage sowie die Bereitstellung von Scannern bewertet, was einerseits mit der weiten Verbreitung von Mobiltelefonen und andererseits mit der zunehmenden digitalen Archivierung von Dokumenten erklärt werden kann.

Abbildung 24: Durchschnittliche Bewertung des Grundangebots in Coworking Spaces



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 7a (gekreuzt mit Frage 2)

Da die Ausstattungselemente in Abbildung 24 nach ihrer durchschnittlichen Gesamtbedeutung geordnet sind, lassen sich zudem Unterschiede zwischen den Nutzergruppen identifizieren. Es zeigt sich, dass – mit Ausnahme des W-LAN-Zugangs, Schreibtischs inkl. Stuhl sowie Druckern – die Coworking Nutzer, die in einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis stehen, den Grundangeboten die geringste Bedeutung beimessen. Dies erfolgt aufgrund der bereits gut ausgestatteten und vorhandenen Infrastruktur beim Arbeitgeber.

⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 9 bestätigt werden, da die Grundangebote W-LAN-Zugang, Schreibtisch inkl. Stuhl und Drucker ebenfalls hoch von den anderen Beschäftigungsverhältnissen bewertet wurden.

H10: Verglichen mit den anderen Zusatzangeboten weisen Coworking Nutzer bei betriebswirtschaftlichen Beratungsangeboten (Rechtsberatung, Finanzberatung, Projektakquise, Weiterbildung) die höchste Zahlungsbereitschaft auf.

Mit Hilfe von Frage 8 wurde erfasst, ob der aktuelle Nutzerkreis von Coworking Spaces bereit ist für ergänzende Angebote zusätzlich zu zahlen.

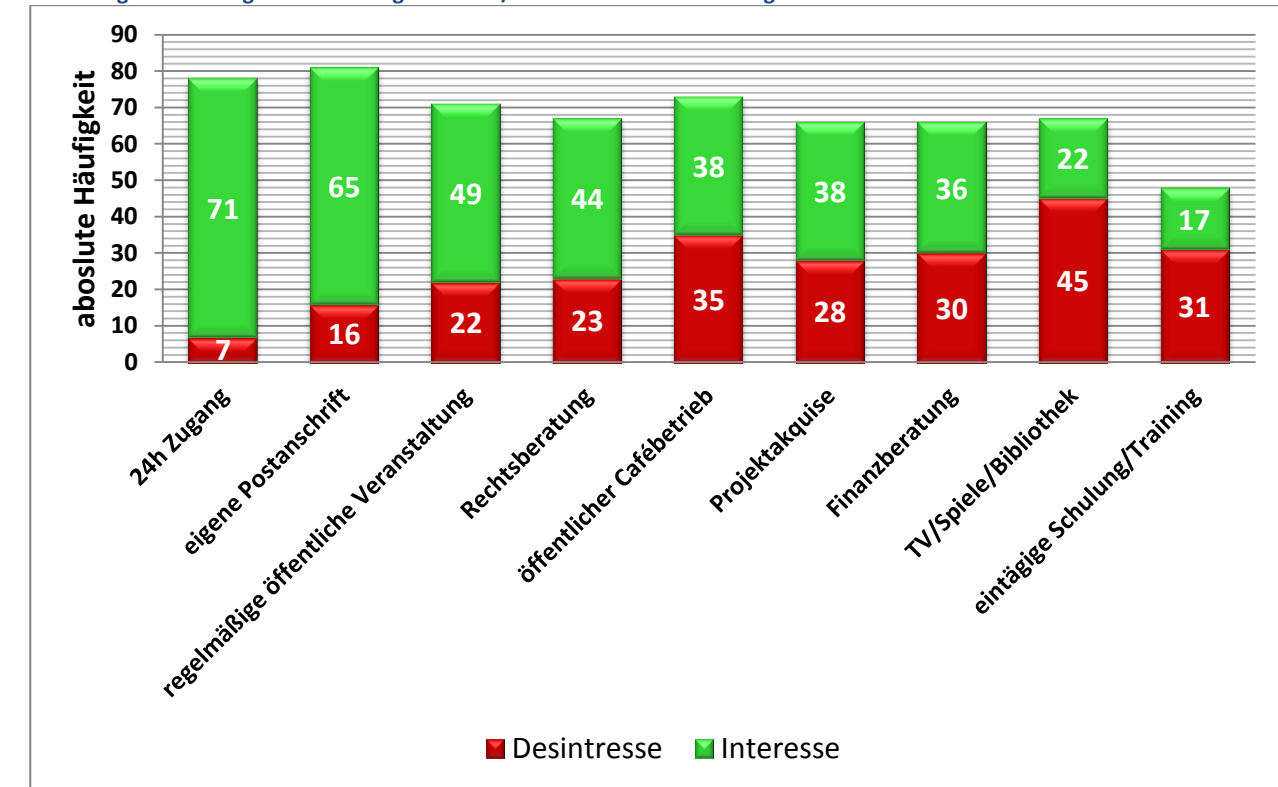
Bewertet werden sollten die Zusatzangebote ‚eigene Postanschrift‘, ‚24h Zugang‘, ‚öffentlicher Cafébetrieb‘, ‚regelmäßige öffentliche Veranstaltungen‘, ‚TV/Spiele/Bibliothek‘, ‚Rechtsberatung‘, ‚Projektakquise‘, ‚Finanzberatung‘ und ‚eintägige Trainings-/Schulungsangebote‘.

Abbildung 30 verdeutlicht, wie viele Befragte Interesse an diesen Zusatzangeboten äußerten. Mit 71 Nennungen wird der ‚24h Zugang‘ von den meisten Befragten gewünscht, aber auch eine ‚eigene Postanschrift‘ ist vielen Coworking Nutzern wichtig. Nach regelmäßigen ‚öffentlichen Veranstaltungen‘ folgen die ‚betriebswirtschaftlichen Beratungsangebote‘, die mit durchschnittlich 40 Nennungen für ca. 50% der Teilnehmer von Interesse sind. Geringes Interesse besteht im Hinblick auf die Bereitstellung von ‚TV/Spiele/Bibliothek‘ sowie auf ‚Schulungsangeboten‘.

Abbildung 31 zeigt jedoch deutlich, dass die Zahlungsbereitschaft für diese Zusatzangebote erheblich schwankt. Bzgl. der am intensivsten gewünschten Zusatzangebote stellt sich heraus, dass diese vielfach als im Grundangebot inklusive angesehen werden. Auch für ‚regelmäßige öffentliche Veranstaltungen‘ und einen ‚öffentlichen Cafébetrieb‘ würden nur ca. die Hälfte derjenigen Nutzer, die sich diese wünschen, zusätzliche Gebühren zahlen. Ein anderes Bild zeigt sich bei den ‚betriebswirtschaftlichen Beratungsangeboten‘, die von den Nutzern nahezu ausnahmslos als kostenpflichtiger Service angesehen werden.

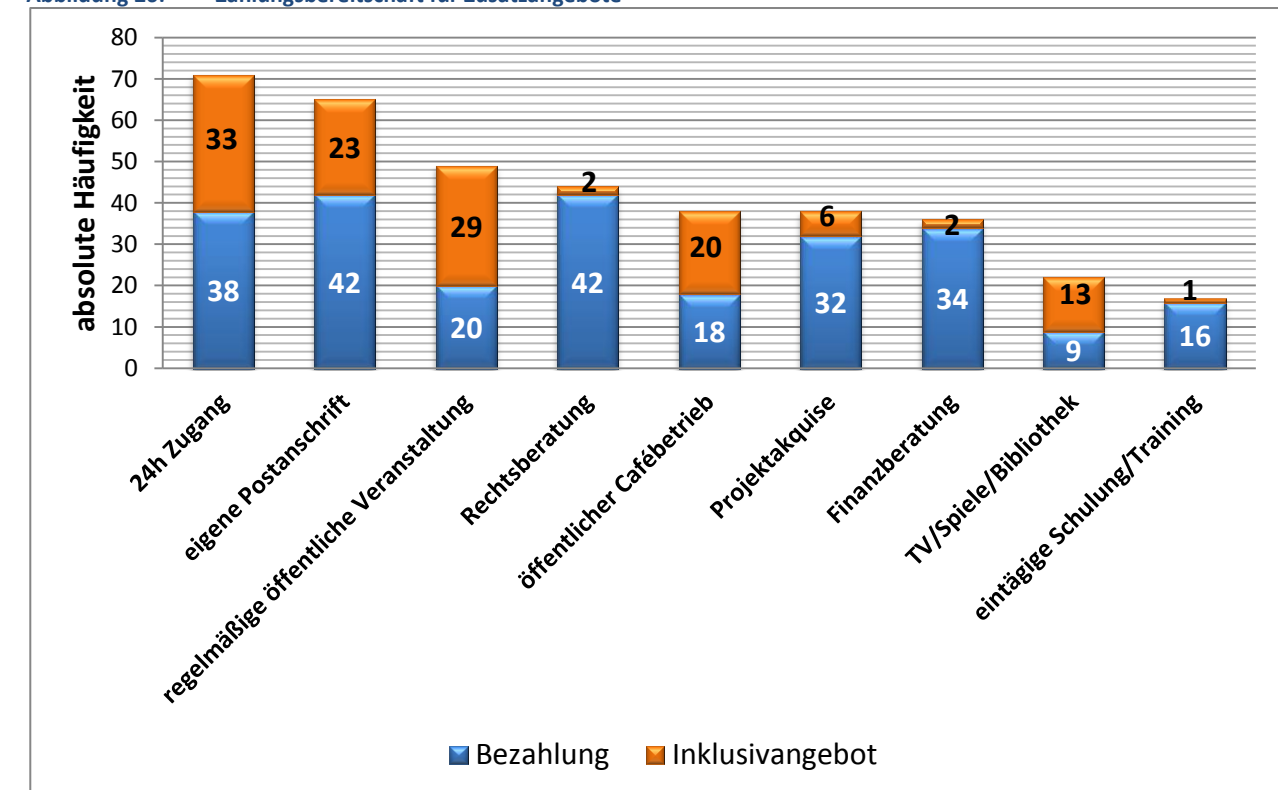
Über alle Nutzer hinweg zeigt sich, dass zusätzliche Angebote gewünscht werden und mit Ausnahme von drei Befragungsteilnehmern auch bei allen die Bereitschaft besteht, für mindestens eine dieser ergänzenden Leistungen eine Zusatzgebühr zu entrichten. Coworking Spaces können demnach über gestufte Tarife und Bündelung die individuelle Konsumentenrente abschöpfen, müssen ihre Zusatzangebote aber individuell an ihren Nutzerkreis anpassen.

Abbildung 25: Gegenüberstellung Interesse/Desinteresse an Zusatzangeboten



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 8

Abbildung 26: Zahlungsbereitschaft für Zusatzangebote



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 8

Um den Wert beurteilen zu können, den die Befragten den einzelnen Zusatzangeboten beimessen, wurden diese um Angabe ihrer Zahlungsbereitschaft gebeten. Tabelle 15 stellt typische deskriptive Lage- und Streuungsparameter zusammenfassend dar.

Tabelle 15: Deskriptive Analyse der Zahlungsbereitschaft für Zusatzangebote in Euro

		24h Zugang	TV/Spiele/ Bibliothek	öffentlicher Café- betrieb	Rechts- beratung	Finanz- beratung	Projekt- akquise	regelmäßige öffent- liche Veranstaltung	eigene Postanschrift	eintägige Schulung/ Training
	n	38	8	17	41	33	31	19	41	15
	arithmetisches Mittel	20,11	10,00	10,00	20,46	19,79	32,42	15,63	12,68	40,40
	Standardabweichung	13,66	6,55	6,58	13,17	11,12	27,60	14,11	8,25	40,79
Quartile	25	10,00	5,00	5,00	10,00	10,00	15,00	5,00	5,00	5,00
	50	20,00	7,50	10,00	20,00	20,00	20,00	10,00	10,00	40,00
	75	25,00	17,50	10,00	25,00	25,00	50,00	20,00	20,00	50,00

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 8

Die höchste durchschnittliche Zahlungsbereitschaft besteht bzgl. der betriebswirtschaftlichen Beratungsangebote und dem 24h Zugang. Im Mittel sind die Befragten bereit dafür zwischen 20 (Finanz-/Rechtsberatung) und 40 Euro (eintägige Weiterbildungsmaßnahmen) zu zahlen. Trotz des nur mittelmäßigen Interesses (vgl. Abbildung 25) können sich Coworking Spaces über derartige Zusatzangebote weitere Einnahmequellen erschließen.

Mit dem Angebot einer eigenen Postanschrift lassen sich ebenso wie mit den unterdurchschnittlich gewünschten Angeboten ‚TV/Spiele/Bibliothek‘ sowie ‚öffentlicher Cafébetrieb‘ nur geringe Zusatzeinnahmen im Monat in Höhe von 10-12 Euro generieren.

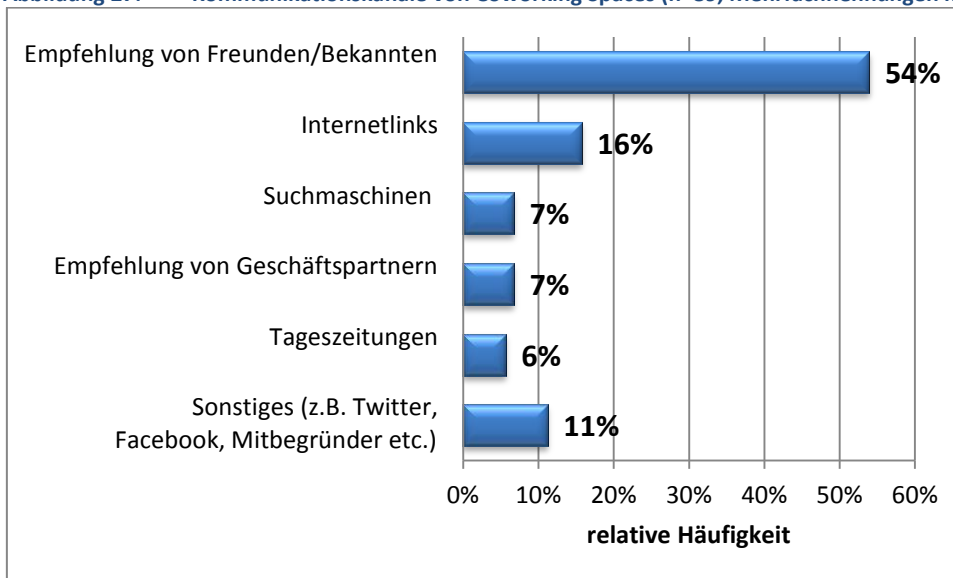
⇒ Hypothese 10 kann auf Basis der vorliegenden Erhebung bestätigt werden. Allerdings ist anzumerken, dass aufgrund des geringeren Interessentenkreises von betriebswirtschaftlichen Anwendungen die Gesamteinnahmen evtl. geringer ausfallen als bei anderen Zusatzangeboten.

6.4 Bekanntheitsgrad von Coworking Spaces in Deutschland

H11: Die Coworking Nutzer sind überwiegend durch Medienberichte (Internet und Zeitungsartikel) auf Coworking aufmerksam geworden.

Hypothese 11 fokussiert aufgrund welcher Kommunikationskanäle Coworking Spaces bekannt geworden sind. Die Ergebnisse von Frage 4 sind in Abbildung 27 dargestellt:

Abbildung 27: Kommunikationskanäle von Coworking Spaces (n=89, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Frage 4

Es konnte festgestellt werden, dass die aktuellen Coworking Nutzer überwiegend durch Freunde und Bekannte auf diese neue Arbeitsform aufmerksam gemacht wurden. Weitere 16% kennen das Coworking Konzept aus dem Internet, was angesichts der Webaffinität der Nutzer und der vielseitigen Onlinemarketingaktivitäten der bestehenden Coworking Spaces keinen beachtlichen Wert darstellt. Alle anderen Kommunikationskanäle sind von deutlich geringerer Bedeutung. Radio, TV, Fachzeitschriften sowie Plakate/Aushänge wurden gar nicht genannt.

⇒ Auf Basis der vorliegenden Erhebung kann Hypothese 11 nicht bestätigt werden.

6.5 Kurzzusammenfassung der deskriptiven Ergebnisse

Um die Ergebnisse der deskriptiven Analyse kompakt zusammenzufassen, verdeutlicht Tabelle 16, welche der aufgestellten Hypothesen auf Basis des erhobenen Datensatzes belegt bzw. widerlegt werden konnten.

Tabelle 16: Tabellarische Kurzzusammenfassung der Hypothesen

		bestätigt	nicht bestätigt
H1	In Coworking Spaces bilden die künstlerischen und web-basierten Berufstätigen eine bedeutende Mehrheit.	<input checked="" type="checkbox"/>	
H2	Coworking Spaces werden überwiegend von Freiberuflern genutzt.	<input checked="" type="checkbox"/>	
H3	Coworking Nutzer arbeiten überwiegend in Coworking Spaces in der Nähe ihres Wohnorts.	<input checked="" type="checkbox"/>	
H4	Coworking Nutzer verlagern insbesondere früher zu Hause erledigte Tätigkeiten in Coworking Spaces.	<input checked="" type="checkbox"/>	
H5	Coworking Nutzer sind selten länger als drei Tage am Stück in einem Coworking Space aktiv.		<input checked="" type="checkbox"/>
H6	Vorteile durch die persönlichen Kontakte sind die am häufigsten genannten Gründe für die Nutzung von Coworking Spaces.	<input checked="" type="checkbox"/>	
H7	Maximal 20% der Coworking Nutzer sind bereit mehr als 150 Euro für die Grundausstattung zu zahlen.		<input checked="" type="checkbox"/>
H8	Die meisten Coworking Nutzer ziehen es vor einen kleinen Fixpreis (exklusive kostenpflichtiger Zusatzangebote) statt eines hohen Fixpreises, bei dem viele Zusatzangebote kostenfrei sind, zu zahlen.		<input checked="" type="checkbox"/>
H9	Abhängig Beschäftigte haben eine geringere Erwartungshaltung bezüglich der Ausstattung von Coworking Spaces als Selbstständige.	<input checked="" type="checkbox"/>	
H10	Verglichen mit den anderen Zusatzangeboten weisen Coworking Nutzer bei betriebswirtschaftlichen Beratungsangeboten (Rechtsberatung, Finanzberatung, Projektakquise, Weiterbildung) die höchste Zahlungsbereitschaft auf.	(<input checked="" type="checkbox"/>)	
H11	Die Coworking Nutzer sind überwiegend durch Medienberichte (Internet und Zeitungsartikel) auf Coworking aufmerksam geworden.		<input checked="" type="checkbox"/>

Quelle: eigene Darstellung

7 Fazit

Wie in der vorliegenden Arbeit aufgezeigt wurde, stellt Coworking die Fortführung der in den letzten Jahrzehnten entwickelten neuen Arbeitsformen, z.B. Telearbeit, Desksharing und Business Center dar.

Das Konzept wurde 2005 in den USA entwickelt und findet seit der Eröffnung des ‚betahouses‘ 2009 auch in Deutschland rasche Verbreitung. Aus der von der Verfasserin zusammengestellten Anbieterübersicht wird ersichtlich, dass mittlerweile 30 Coworking Anbieter in Deutschland existieren. Zudem wird für die Zukunft ein weiterer Anstieg der Anzahl von Coworking Spaces prognostiziert, was u.a. auf die zunehmende Bedeutung von Selbstständigen zurückgeführt wird (Kurfer 2010).

In GP 3 wurde aufgezeigt, dass das Coworking Konzept für eine Vielzahl von Nutzergruppen – von Selbstständigen über Unternehmensgründer und Festangestellte bis hin zu Studenten – interessant sein kann. Die theoretisch hergeleiteten Vorteile des Coworking wurden zu fünf Nutzenaspekten (Work-Life-Balance, Ressourcen-, Wissens-, Effizienz- und Sozialisationsaspekt) zusammengefasst, von denen der Wissensaspekt in GP 4 anhand verschiedener Modelle des Wissensmanagements und -transfers vertiefend betrachtet wurde.

Auf Basis des Verständnisses von Wissensmanagement nach Probst/Raub et.al. (1998) wurde verdeutlicht, dass Coworking alle Modellelemente positiv beeinflussen kann. Der Austausch mit Anderen hilft die Isolation der Heimarbeit zu überwinden und die Bereiche Wissensidentifikation, -erwerb, -entwicklung, -nutzung und -bewertung zu intensivieren. Zudem kann Coworking dazu beitragen Wissenstransferbarrieren abzubauen. Dies wurde anhand der Zusammenstellung von Bullinger/Wörner et.al. (1998) beschrieben.

Zur empirischen Überprüfung der theoriegeleitet aufgestellten Hypothesen wurde von der Verfasserin auf Basis eines eigenständig entwickelten Fragebogens der aktuelle Nutzerkreis von Coworking Spaces befragt.

Die Befragungsschwerpunkte umfassten die Bereiche Nutzercharakteristika, Veränderung des Arbeitsverhaltens, erwartete Ausstattung und Zahlungsbereitschaft sowie die Kommunikationskanäle, durch die die Teilnehmer auf Coworking Angebote aufmerksam geworden sind. An der onlinegestützten Umfrage nahmen 116 Coworking Nutzer teil, von denen aufgrund verschiedener Ausschlusskriterien 90 ausgewertet wurden.

Die Kernergebnisse der deskriptiven Auswertung sind in GP 6 dargestellt und legen offen, dass der Großteil des aktuellen Nutzerkreises von Coworking Spaces freiberuflich in webbasierten bzw. künstlerischen Branchen tätig ist. Zudem stellen Coworking Spaces selten den alleinigen Arbeitsort dar, wobei aber rund 20% der Befragten diese Arbeitsform an mehr als drei aufeinanderfolgenden Tagen der Woche nutzen. Insbesondere früher im Home Office erledigte Tätigkeiten werden in Coworking Spaces verlagert. Es zeigt sich zudem, dass die meisten Nutzer in der Umgebung dieser wohnen, insbesondere Berlin stellt einen Coworking ‚Hot Spot‘ dar. Bei der Zahlungsbereitschaft und den gewünschten Ausstattungsmerkmalen stellt sich kein klares Bild heraus: Jeweils mehr als 40% der Befragungsteilnehmer präferieren einen kleinen Fixpreis i.V.m. kostenpflichtigen Zusatzangeboten bzw. einen höheren Fixpreis, der bereits einige zusätzliche Services einschließt. Außerdem wurde deutlich, dass Coworking hauptsächlich über Empfehlungsmarketing bekannt wurde.

Mit dieser Arbeit wurde der Grundstein der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema Coworking gelegt. Weiterführende Analysen können insbesondere die Fragen fokussieren, wie intensiv die einzelnen Coworking Spaces genutzt werden, welche qualitativen Ausstattungselemente von der Verfasserin gebildeten Nutzergruppen erwartet werden und von welchen externen Determinanten das empfundene Nutzenniveau der Arbeit in Coworking Spaces abhängt. Zudem sollten zukünftige Untersuchungen auch verstärkt die Anbieterseite betrachten, bspw. in Form von Kostenrechnungen, um ein ganzheitlicheres Bild zu erhalten.

Anhang

A1:	Übersicht Anmerkungen des Pretests am 19.02.2010	84
A2:	Onlinefragebogen	85



A1: Übersicht Anmerkungen des Pretests vom 19.02.2010

Pretestpartner	Datum	Anmerkungen	Lösung
1	19.02.2010	<ul style="list-style-type: none"> keine Anmerkungen 	
2	19.02.2010	<ul style="list-style-type: none"> Frage 7: Bezug auf Frage 8 herstellen! Frage 8: Was soll bei Betrachtung der einzelnen Punkte, „als im Grundpreis enthalten“ eingetragen werden? 	<ul style="list-style-type: none"> Umbenennung der Frage 8 auf Frage 7b Erweiterung der Fragestellung: „Falls Sie etwas für inklusive erachten, tragen Sie bitte eine 999 ein“.
3	19.02.2010	<ul style="list-style-type: none"> Frage 10: Aufsplittung der Frage: In Coworking Spaces „gelange ich an verbesserte Lösungsvorschläge“? 	<ul style="list-style-type: none"> empfindet die Autorin nicht relevant
4	19.02.2010	<ul style="list-style-type: none"> Frage 1: Branchenaufteilung wird nicht verstanden Frage 8: Irreführung kostenfreie Getränke und Snacks keine Übersendung eines Word-Dokuments, da dies heutzutage in dem Bereich wenig verbreitet ist! 	<ul style="list-style-type: none"> Aufteilung in Bezug auf das Statistische Bundesamt → wurde beibehalten Übertragung der Antwort in Frage 7 → als Grundangebot Übertragung in einen Onlinefragebogen
5	19.02.2010	<ul style="list-style-type: none"> Frage 1: Unterschied zwischen eigenem Büro und Arbeitgeber wird nicht erkannt 	<ul style="list-style-type: none"> Zusatz „eigenes Büro, z.B. bei Selbstständigkeit“ wurde hinzugefügt

Quelle: eigene Darstellung

A5: Onlinefragebogen

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen meiner Diplomarbeit an der Fachhochschule Jena führe ich zu dem Thema Coworking als neue Organisationsform der Arbeit eine Expertenbefragung durch. Diesbezüglich bitte ich Sie, mir ca. 10 Minuten Ihrer Zeit zu schenken, damit ich einen angemessenen Stichprobenumfang zur Auswertung der Daten erhalte. Der Fragebogen beinhaltet 10 Fragen zu Ihrer Arbeitssituation, Beschäftigungsform und Erwartungshaltung bzgl. der Ausstattung von Coworking Spaces.

Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt und ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke verwendet. Bezüglich der Erhebung, Speicherung und Verarbeitung personenbezogener Daten werden die Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes eingehalten.

Sofern Sie dies wünschen, schicke ich Ihnen nach Abschluss der deskriptiven Auswertung eine Kurzfassung meiner Ergebnisse per E-Mail zu. Bitte geben Sie dafür am Ende der Befragung Ihre E-Mailadresse an. Bei Fragen oder technischen Problemen stehe ich Ihnen unter mafo03@fh-jena.de jederzeit gern zur Verfügung.



Ich bedanke mich für Ihre Unterstützung und verbleibe mit vielen Grüßen,

Stefanie Döring

Coworking Spaces stellen eine Möglichkeit dar, Arbeitsplätze zu mieten. Die Dauer der Anmietung hängt ganz von den Bedürfnissen der Nutzer ab. Die Arbeitsplätze befinden sich innerhalb von Büroräumen, die gemeinschaftlich genutzt werden. Zusätzlich stehen - teilweise gegen Aufpreis - Konferenzräume, Entspannungsplätze, Kaffeemaschinen, abschließbare Büromöbel etc. zur Verfügung.

0% 50% 100%

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

1. Bitte geben Sie an in welchem Wirtschaftszweig Sie schwerpunktmäßig tätig sind:

- Land- und Forstwirtschaft, Fischerei
- Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden
- Verarbeitendes Gewerbe
- Energieversorgung
- Wasserversorgung, Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigungen von Umweltverschmutzungen
- Baugewerbe
- Handel, Instandhaltung und Reparaturen von Kraftfahrzeugen
- Verkehr und Lagerei
- Gastgewerbe
- Information und Kommunikation
- Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen
- Grundstücks- und Wohnungswesen
- Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen
- Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen
- Erziehung und Unterricht
- Gesundheits- und Sozialwesen
- Kunst, Unterhaltung und Erholung
- Erbringung von sonstigen Dienstleistungen

Zurück 0% 50% 100%

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit



2. In welcher Beschäftigungsform sind Sie berufstätig?

- abhängiges Beschäftigungsverhältnis
- selbstständige, aber nicht freiberufliche Tätigkeit
- freiberufliche Tätigkeit (z.B. Programmierer, Schriftsteller)
- Sonstiges

Zurück 0% 50% 100% Weiter

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit



3. Bitte geben Sie an, an welchen Arbeitsplätzen Sie aktuell unter Nutzung von Coworking Spaces tätig sind und welche Art von Arbeitsplätzen Sie vor der Nutzung von Coworking Spaces verwendeten. Verteilen Sie dazu pro Spalte 100% (entspricht der Gesamtarbeitszeit).

	aktuell		vor der Nutzung von Coworking Spaces
zu Hause	<input type="text"/> %	zu Hause	<input type="text"/> %
beim Kunden	<input type="text"/> %	beim Kunden	<input type="text"/> %
beim Arbeitgeber	<input type="text"/> %	beim Arbeitgeber	<input type="text"/> %
eignes Büro (z.B. bei Selbstständigkeit)	<input type="text"/> %	eignes Büro (z.B. bei Selbstständigkeit)	<input type="text"/> %
öffentliche Plätze (z.B. Cafés)	<input type="text"/> %	öffentliche Plätze (z.B. Cafés)	<input type="text"/> %
Coworking Space	<input type="text"/> %	Coworking Space	<input type="text"/> 0 %
Sonstiges <input style="width: 100px;" type="text"/>	<input type="text"/> %	Sonstiges <input style="width: 100px;" type="text"/>	<input type="text"/> %
Gesamt	100 %		100 %

Zurück 0% 50% 100% Weiter

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

4. Wie haben Sie von Coworking erfahren?

- Empfehlung von Freunden/Bekannten
- Empfehlung von Geschäftspartnern
- Tageszeitungen
- Fachzeitschriften
- Plakate/Aushänge
- Radio
- TV
- Internetlinks
- Suchmaschinen
- Sonstiges

Zurück Weiter

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

5. Kreuzen Sie an, an welchen Tagen Sie im letzten Monat in einem Coworking Space gearbeitet haben. Für den Fall, dass der letzte Monat für Ihr gewöhnliches Nutzungsverhalten nicht repräsentativ ist nutzen Sie bitte einen fiktiven Durchschnittsmonat.

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
1. Woche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Woche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Woche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Woche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück Weiter

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

6. Seit welchem Jahr nutzen Sie die Coworking-Angebote in folgenden Städten? Wenn Sie die Coworking Spaces in einer Stadt nicht nutzen, tragen Sie bitte eine Null ein!

Berlin	seit:	<input type="text"/>
Frankfurt	seit:	<input type="text"/>
Hamburg	seit:	<input type="text"/>
Köln	seit:	<input type="text"/>
Leipzig	seit:	<input type="text"/>
Meiningen	seit:	<input type="text"/>
München	seit:	<input type="text"/>
Stuttgart	seit:	<input type="text"/>
Sonstiger Standort	seit:	<input type="text"/>

Zurück Weiter

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

7a. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Grund-Angebote eines Coworking Spaces?

	←—————→					
	absolut überflüssig					unbedingt erforderlich
	0	1	2	3	4	5
Schreibtisch & Stuhl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet & W-Lan (WiFi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drucker & Kopierer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefonanlage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Besprechungsraum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scanner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Getränke & Snacks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7b. Welchen Preis wären Sie bereit für einen Arbeitsplatz in einem Coworking Space pro Monat zu zahlen, der sämtliche Ausstattungselemente aufweist, die Sie in Frage 7a. mit 4 und 5 bewertet haben.

Euro

Zurück 0% 50% 100% Weiter

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

8. Was wären Sie bereit für folgende Zusatz-Angebote zu zahlen? Falls Sie ein Zusatz-Angebot als inklusive betrachten, tragen Sie bitte eine 999 ein.

24 h Zugang	<input type="text"/>	Euro
TV/Spiele/Bibliothek	<input type="text"/>	Euro
öffentlicher Cafëbetrieb	<input type="text"/>	Euro
Rechtsberatung	<input type="text"/>	Euro
Finanzberatung	<input type="text"/>	Euro
Projektakquise	<input type="text"/>	Euro
regelmäßige öffentliche Veranstaltungen	<input type="text"/>	Euro
eigene Postanschrift	<input type="text"/>	Euro
1-tägige Trainings-/Schulungsangebote	<input type="text"/>	Euro
Sonstiges	<input type="text"/>	Euro
Sonstiges	<input type="text"/>	Euro
Sonstiges	<input type="text"/>	Euro

Zurück 0% 50% 100% Weiter

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

9. Beurteilen Sie folgende Aussagen zur Arbeit in Coworking Spaces:

Durch die Arbeit in Coworking Spaces...

	trifft gar nicht zu							trifft voll- kommen zu
	0	1	2	3	4	5		
... fühle ich mich weniger isoliert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... vermisse ich meine Privatsphäre.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... bin ich produktiver.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... bin ich kreativer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... kann ich mich besser konzentrieren als an meinem vorherigen Arbeitsplatz.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... bin ich selbstdisziplinierter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... ergibt sich für mich eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... profitiere ich von der besseren technischen Ausstattung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... fühle ich mich motivierter.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gelange ich an verbesserte Lösungsvorschläge für meine Arbeitsaufgabe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... reduzieren sich meine Pendelzeiten und Fahrtkosten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... gelange ich an bisher nicht vorhandenes Wissen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... nutze ich nur die Fläche die ich tatsächlich benötige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... kann ich Erfahrungen und Ideen austauschen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... kann ich immer arbeiten, wann ich will.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... ergeben sich Kontakte, die persönlich oder beruflich wertvoll sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... besitze ich weniger Freiheiten bei der Ausstattung meines Arbeitsplatzes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... habe ich meine Gesamtkosten verringert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück 0% 50% 100% Weiter

Onlineumfrage Coworking - eine neue Form der Arbeit

10. Abschließend bitten wir Sie um Angabe einiger Daten zu Ihrer Person:

Geschlecht: männlich weiblich

Alter:

PLZ:

**Jahr des Abschlusses Ihrer
Berufs- bzw.
Hochschulausbildung:**

11. Falls Sie eine Zusendung der Ergebnisauswertung wünschen, geben Sie hier bitte Ihre E-Mailadresse an:

12. Hier können Sie weitere im Fragebogen noch nicht berücksichtigte Anmerkungen zu Coworking geben:

Zurück 0% 50% 100% Speichern

Literaturverzeichnis

- **Albers**, Markus (2008): Morgen komm ich später rein. Für mehr Freiheit in der Festanstellung, Frankfurt am Main: Campus
- **Barklow**, David (2010), URL: www.botk.org/botk/images/wissen.jpg, vom 21.01.2010.
- **Bauer**, Patrick (2010): Sie nennen es Freiheit. In Coworking-Spaces für Freiberufler arbeiten alle zusammen und doch für sich. Ist das die Zukunft der Jobwelt? Oder nur die Sehnsucht nach dem guten, alten Arbeitsplatz, in: **Neon**, 04/10, S. 84-88
- **Bell**, Daniel (1985): Die Nachindustrielle Gesellschaft, Frankfurt: Campus, S: 180
- **betahaus** (2010), URL: <http://www.betahaus.de/> vom 15.01.2010
- **Bizzarri**, Carlotta (2009): The Emerging Phenomenon of Coworking. A redefiniton of job market in the networking society, unveröffentlichtes Manuskript, 10/09, Prague, S. 1-14
- **Boch**, Dieter (2007): Die Ausrichtung der Bürotätigkeiten auf Produktivität und Innovation, in: Flexible Arbeitswelten - So geht's! Die DO's and DON'Ts aus dem Flexibl-Office-Netzwerken, Zürich, Singen: vdf Hochschulverl. an der ETH, S. 57-61
- **Braun**, Christian; **Kunze** Marcel; **Nimis** Jens; **Tai** Stefan (2009): Cloud Computing. Web-basierte dynamische IT-Services (Informatik Im Fokus), 1. Aufl., Berlin: Springer, S. 3
- **Bromme**, Rainer; **Jucks** Regina (2001): Wissensdivergenzen und Kommunikation. Lernen zwischen Experten und Laien im Netz, in: Partizipation und Interaktion im virtuellen Seminar, Münster: Waxmann, S. 81-103
- **Bude**, Heinz (1987): Wissen, in: Psychologische Grundbegriffe, hrsg. von Siegfried Grubisch, Günter Rexilius, Hamburg, S. 1228 – 1230
- **buero-forum** (2010): Desk Sharing, URL: <http://www.buero-forum.de/de/buerowelten/formen-der-bueroarbeit/desk-sharing/> vom 19.01.2010
- **Bullinger**, Hans-Jörg; **Warschat**, Joachim; **Prieto**, Juan; **Wörner**, Kai (1998): Wissensmanagement-Anspruch und Wirklichkeit. Ergebnisse einer Unternehmensstudie in Deutschland, in: **Information Management & Consulting**, Jg. 13, S. 7–23
- **Bullinger**, Hans-Jörg; **Bullinger-Warnecke-Westkämper** (2003): Neue Organisationsformen im Unternehmen. Ein Handbuch für das moderne Management. 2., neu bearb. und erw. Aufl., Berlin: Springer, S. 362
- **Butler**, Kiera (2008): Works Well With Others, in: **Mother Jones**, URL: <http://motherjones.com/politics/2008/01/practical-values-works-well-others> vom 25.11.2009

- **Citizen Space** (2009): URL: <http://citizenspace.us/> vom 26.11.2009
- **Coworking.de** (2010): URL: <http://www.coworking.de/regions/1-berlin> vom 29.04.2010
- **Coworking Stuttgart** (2010): Anforderungen/Features, URL: <http://coworking0711.mixxt.de/networks/wiki/index.Features> vom 20.04.2010
- **Coworking Day Stuttgart** (2010): Treffen der Coworking Initiativen in Stuttgart, Protokoll vom 29.04.2010
- **Davenport** Thomas H.; **Prusak** Laurence (1998): Wenn Ihr Unternehmen wüsste, was es alles weiß. Das Praxishandbuch zum Wissensmanagement, Landsberg am Lech: mi-Fachverlag, S. 32-203
- **DeBare**, Ilana (2008): Shared work spaces a wave of the future, in: **San Francisco Chronicle**, URL: http://articles.sfgate.com/2008-02-19/news/17142530_1_coworking-laptop-freelancers vom 25.11.2009
- **Dettmer**, Markus; **Kretz** Sebastian; **Müller**, Martin U.; **Repinski**, Gordon; **Tietz**, Janko (2010): Ära Unsicherheit. Die Gesellschaft erlebt einen tiefgreifenden Wandel, angetrieben von radikalen Veränderungen der Arbeitswelt. Klassische Vollzeitjobs werden rar, die Menschen müssen sich auf scharfe Brüche im Erwerbsleben einstellen - und mehr Risiken auf sich nehmen, in: **Der Spiegel**, S. 82-94
- **Eberle**, Michael A. (2003): Barrieren und Anreizsysteme im Wissensmanagement und der Softwarewiederverwendung, **Fraunhofer IESE**, S. 20 - 35
- **Eck**, Claus (1997): Wissen- Ein neues Paradigma des Managements, in: **Die Unternehmung**, Heft 3, 1997, S. 155 – 179
- **Esche**, Jan (2007): Strukturelle und inhaltliche Transparenz. Arbeitswelten der Zukunft. in: Flexible Arbeitswelten - So geht's! DO's and DON'Ts aus dem Flexible-Office-Netzwerk, Zürich, Singen: vdf Hochschulverl. an der ETH, S. 15-22
- **Evers**, Reimund (2000): Soziale Kompetenz zwischen Rationalisierung und Humanisierung - eine erwachsenenpädagogische Analyse. Univ., Diss.--Münster (Westfalen), Münster: Lit (Personal und Organisation, 17)
- **Friebe**, Holm; **Lobo**, Sascha (2009): Wir nennen es Arbeit. Die digitale Bohème oder Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung, 2. Aufl., München: Verlagsgruppe Random House GmbH, S. 191-192
- **Geberzahn**, Wilhelm Otto; **Redemann**, Peter (1994): Der Arbeitsplatz im Büro. Aspekte der modernen Bürogestaltung, Landsberg/Lech: Verl. Moderne Industrie (Die Bibliothek der Technik, 101)
- **Google** (2009): Google Maps, URL: <http://maps.google.com/maps/ms?ie=UTF8&oe=UTF8&msa=0&msid=106781626613503194308.00043ae28812f6044bed3> vom 25.09.2009
- **Grizelj**, Filip (2005): Kollaboratives Wissensmanagement in virtuellen Dienstleistungsunternehmen, Bamberg: Difo-Druck, S. 171

- **Haarmann**, Urs (2002): Mobile Arbeit in der Schweiz. Mobile Arbeitsformen in Kleinunternehmen der Telematikbranche im Raum Bern, Zürich: vdf Hochschulverl., S. 140
- **hallenprojekt.de** (2009): URL: <http://hallenprojekt.de/places/filter?status=Coworking+Space> vom 14.12.2009
- **Hansel**, Sven (2009): Telearbeit: Künftig mehr von Zuhause arbeiten. Schnelle Internet-Zugänge verhelfen der Telearbeit zum Durchbruch. In wenigen Jahren werden die meisten Angestellten teilweise zu Hause arbeiten, in: **WirtschaftsWoche**, URL: <http://www.wiwo.de/technik-wissen/telearbeit-kuenftig-mehr-von-zuhause-arbeiten-388815/> vom 22.03.2010
- **Harvest** (2009): An Interview with betahaus a platform for crazy ideas, URL: <http://www.getharvest.com/blog/2009/10/an-interview-with-betahaus-a-platform-for-crazy-ideas/> vom 25.11.2009
- **Hehlmann**, Wilhelm (1974): Wörterbuch der Psychologie, 12. Aufl., Stuttgart, S. 603
- **Hippner**, Hajo (2001): Wissensmanagement in der Langfristprognostik/Hajo Hippner – Lohmar, Köln: Eul Verlag, S. 192-197
- **Hunt**, Tara; **Messina**, Chris (2009): Citizen Space, URL: <http://citizenspace.us/about/our-philosophy/> vom 26.11.2009
- **IfM** (2010): Gründung und Liquidationsstatistik. Herausgegeben von Institut für Mittelstandsforschung Bonn, URL: <http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=612> vom 04.2010
- **IW** (2010): Unternehmensmonitor Familienfreundlichkeit 2010, bmfsfj, Publikationsversand der Bundesregierung, Berlin, URL: <http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/Service/Publikationen/publikationen,did=134860.html> vom 22.04.2010
- **Kant**, Immanuel (1781): Kritik der reinen Vernunft, Riga, S. 823
- **Kersten**, Wolfgang; **Schröder**, Kirsten (2002): Wissensmanagement im E-Commerce, in: Keuper, Frank (Hrsg.): Electronic Business und Mobile Business, Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 147
- **Küchenradio** (2010): Podcast Studio 70, URL: <http://www.kuechenradio.org/wp/?p=513> vom 17.01.2010
- **Kurfer**, Tobias (2010): Der gemietete Kollege. In Coworking-Areas treffen sich einsame Freiberufler, in: ZDFheute, URL: www.heute.de/ZDFheute/inhalt/1/0,3672,8037985,00.html vom 20.02.2010
- **Lehner**, Franz; **Scholz**, Michael; **Wildner**, Stephan (2009): Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung, 3. aktualisierte und erw. Aufl., München: Hanser, 35-127
- **Lohner**, Christina (2009): spiegel online, URL: <http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/0,1518,661240,00.html>

- **Mai**, Jochen (2009): Coworking Spaces. Produktiver geht´s in der Bürogemeinschaft, Die Karrierebibel, URL: <http://karrierebibel.de/coworking-spaces-produktiver-gehts-in-der-burogemeinschaft/> vom 25.11.2009
- **Mas**, Alexandre; **Moretti**, Enrico (2009): Peers at Work, URL: www.aeaweb.org/articles.php?doi=10.1257/aer.99.1.112. vom 04.02.2010
- **Matthies**, Peter (1997): Telearbeit – Das Unternehmen der Zukunft. Umwälzung in der Arbeitswelt, Haar bei München: Markt & Technik, Buch- und Software-Verlag GmbH, S. 44
- **Möller** Ulrich; **Sonntag** Elfriede (2000): Beschäftigung im Strukturwandel. Sättigungstendenzen in einer veränderten Bürolandschaft, In: **IAB Kurzbericht**, H. 17, S. 1-7
- **Nonaka**, Ikujiro; **Takeuchi**, Hirotaka; **Mader**, Friedrich (1997): Die Organisation des Wissens. Wie japanische Unternehmen eine brachliegende Ressource nutzbar machen, Frankfurt/Main: Campus-Verlag, S. 9-72
- **North**, Klaus (1999): Wissensorientierte Unternehmensführung: Wertschöpfung durch Wissen, 2., aktualisierte und erw. Aufl. – Wiesbaden: Gabler, S. 167
- **North**, Klaus; **Varlese**, Nadja (2001): Motivieren für die Wissensteilung und die Wissensentwicklung, in: **Wissensmanagement**, Jg. 2001, H. 2, URL: http://www.wissensmanagement.net/online/archiv/2001/02_0301/wissensmanagement_anreize.shtml vom 04.02.2010
- **Oberhofer**, Petra (2010): Coworking: Einsame Freiberufler arbeiten in einem Büro produktiver zusammen, URL: <http://www.businesswissen.de/fileadmin/doc/DruckdateiPDF/Coworking.pdf> vom 19.04.2010
- **Pabelick**, Tanja (2009): Die Kommune der Schreibtisch-Solisten, URL: http://www.designlines.de/feel/Die-Kommunen-der-Schreibtisch-Solisten_808716.html vom 21.04.2010
- **Peterson**, Michael (2001): Wissensmanagement in der strategischen Unternehmensberatung. Erfolgsfaktoren, Methoden und Konzepte, Univ., Diss.-Oldenburg, 2001, 1. Aufl. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl. (Gabler Edition Wissenschaft), S. 31-36
- **Polanyi**, Michael (1985): Implizites Wissen. 1. Aufl., Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 14
- **Probst**, Gilbert J. B.; **Raub**, Steffen; **Romhardt**, Kai (1998): Wissen managen. Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, 2. Aufl., Frankfurt am Main: Gabler; Frankfurter Allg. Zeitung für Deutschland [u.a.], S. 37-259
- **Probst**, Gilbert J. B.; **Raub**, Steffen; **Romhardt**, Kai (1999): Wissen managen. Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, 3. Aufl., Frankfurt am Main: Frankfurter Allg. Zeitung für Deutschland [u.a.], S. 46

- **Reed**, Brad (2007): Co-working: the ultimate in teleworking flexibility, in: **Network World**, URL: <http://www.networkworld.com/news/2007/102307-coworking.html> vom 25.11.2009
- **Rehäuser**, Jakob; **Krcmar**, Helmut (1996): Wissensmanagement im Unternehmen, in: **Wissensmanagement**, hrsg. v. Georg Schreyögg, Berlin u.a., S. 1-40
- **Rettig**, (2008): Heute hier, morgen dort, in: **WirtschaftsWoche**, URL: <http://www.wiwo.de/management-erfolg/heute-hier-morgen-dort-304122/vom-01.12.2010>
- **Rey**, Lucienne (2002): Mobile Arbeit in der Schweiz, Zürich: vdf Hochschulverl. an der ETH, S. 11
- **Rohleder**, Norbert E. (2004): Die Bausteine des Wissensmanagements in der Praxis, URL: http://www.wissensmanagement.net/online/archive/2004/08_2004/wm-bausteine.shtml vom 11.06.2010
- **Ronzheimer**, Manfred (1999): Kreativer Kaffeepausch. IBM-Experte Peter Schütt über das richtige Wissensmanagement, in: **Berlin News**, URL: <http://www.berlinnews.de/archiv/494.shtml> vom 25.11.2009
- **Rudow**, Bernd (2004): Das gesunde Unternehmen. Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und Personalpflege in Organisationen, München: Oldenbourg, S. 256
- **Russell**, Brian C. (2008): Carrboro Creative Coworking; URL: <http://www.carrborocoworking.com/> vom 25.11.2009
- **Schmalzl**, Bernhard (2004): Arbeit und elektronische Kommunikation der Zukunft. Methoden und Fallstudien zur Optimierung der Arbeitsplatzgestaltung, Berlin, Heidelberg, New York, Hongkong, London, Mailand, Paris, Tokio: Springer, S. 11-267
- **Schröder**, Kirsten A. (2003): Mitarbeiterorientierte Gestaltung des unternehmensinternen Wissenstransfers. Identifikation von Einflussfaktoren am Beispiel von Projektteams, 1. Aufl., Wiesbaden: Dt. Univ.-Verlag, S. 14-236
- **Schuler**, Heinz; **Brandstätter**, Hermann (2007): Lehrbuch Organisationspsychologie, 4., aktualisierte Aufl., Bern: Huber, S. 157-161
- **Schürholz**, (2010): Coworking: "Soziales Empfehlungsmarketing unter Wissensarbeitern", in: **Coworking News**, URL: <http://www.coworking-news.de/2010/03/coworking-soziales-empfehlungsmarketing-unter-wissensarbeitern/> vom 28.03.2010
- **Schwarb**, Thomas M. (2000): Mobile Arbeitsformen. Verbreitung und Potenzial von Telearbeit und Desksharing, Bern: Schweizerischer Wiss.-Rat (Technology AssessmentDocument de Travail), S. 4
- **Schwarb**, Thomas M.; **Vollmer** Albert (1999): Telearbeit. Sonderdruck aus: Erfolgsfaktor Human Ressource Management, Solothurn: Fachhochschule, URL: [//www.fhnw.ch/wirtschaft/pmo/forschung/publikationen/telearbeit.pdf](http://www.fhnw.ch/wirtschaft/pmo/forschung/publikationen/telearbeit.pdf) vom 14.01.10.

- **Seidel**, Martin (2003): Die Bereitschaft zur Wissensteilung. Rahmenbedingungen für ein wissensorientiertes Management, Univ. der Bundeswehr, Diss.--München, 1. Aufl., Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl., S. 35-98
- **Spath**, Dieter; **Bauer**, Wilhelm (2006): Office Excellence. Innovative Arbeitsgestaltung für die Wissensarbeit, in: **Industriemanagement**, H. 22, S. 11-14.
- **Steinmüller**, Wilhelm (1993): Informationstechnologie und Gesellschaft. Einführung in die Angewandte Informatik, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, S. 236
- **Tutmann**, Linda (2009): Coworking-Areas für Freiberufler. - Kollegen zur Miete -, in: **Süddeutsche Zeitung**, URL: <http://www.sueddeutsche.de/jobkarriere/786/491156/text/> vom 19.10.2009
- **Viering**, Markus G.; **Kochendörfer**, Bernd; **Liebchen**, Jens H. (2007): Managementleistungen im Lebenszyklus von Immobilien, Wiesbaden: B.G. Teubner Verlag/GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden, S. 72
- **Wild J.** (1973): Organisation und Hierarchie, in: zfo, Jg. 42, H. 1, S. 45-54
- **Willke**, Helmut (2004): Einführung in das systemische Wissensmanagement, 1. Aufl., Heidelberg: Carl-Auer-Systeme (Carl-Auer compact), S. 28-38
- **Wittmann**, Waldemar (1959): Unternehmung und unvollkommene Information: Unternehmersiche Voraussicht – Ungewißheit und Planung, Köln/Opladen, S.14
- **Wittmann**, Waldemar (1979): Wissen in der Produktion, in: Handwörterbuch der Produktionswirtschaft, hrsg. v. Werner Kern, Stuttgart: Poeschel Verlag, S. 2263
- **ZDF Wirtschaftswunder** (2010): Arbeitsplätze für Coworker, in: **ZDF Wirtschaftswunder**, URL: <http://www.zdf.de/ZDFmediathek/#/beitrag/video/1044064/Wirtschaftswunder-vom-15052010>. vom 15.05.2010
- **Zinser**, Stephan (2002): Change-Management im Büro. Neue Anforderungen an Bürogestaltung und – arbeitsplätze, in: Wirtschaftspsychologie, H. 3, S. 55-62
- **Zinser**, Stephan (2004): Flexible Arbeitswelten. Handlungsfelder, Erfahrungen und Praxisbeispiele aus dem Flexible-Office-Netzwerk, Zürich: vdf-Hochschulverlag, S. 17

Wirtschaftswissenschaftliche Schriften

Jahrgang 2010

Döring, S., 2010, Zusammen flexibel ist man weniger allein? Eine empirische Analyse der neuen Arbeitsform Coworking als Möglichkeit der Wissensgenerierung, Wirtschaftswissenschaftliche Schriften Heft 1/2010, Fachbereich Betriebswirtschaft, Fachhochschule Jena

Jahrgang 2009

Pfeil, S., 2009, Kritische Darstellung der theoretischen Grundlagen zum Bildungscontrolling bei verhaltensorientierten Personalentwicklungsmaßnahmen, Wirtschaftswissenschaftliche Schriften Heft 2/2009, Fachbereich Betriebswirtschaft, Fachhochschule Jena

Krähmer, Ch., Stoetzer, W.-M., 2009, Die Nachfrageeffekte der Hochschulen in Jena - Eine Regionalökonomische Analyse der Einkommens- und Beschäftigungswirkungen, Wirtschaftswissenschaftliche Schriften Heft 1/2009, Fachbereich Betriebswirtschaft, Fachhochschule Jena

Jahrgang 2008

Dietmann, C., 2008, Kann denn Siegen Sünde sein? Die Ökonomik des Dopings am Beispiel des Radsports, Wirtschaftswissenschaftliche Schriften Heft 1/2008, Fachbereich Betriebswirtschaft, Fachhochschule Jena