

FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR ARBEITSWIRTSCHAFT UND ORGANISATION IAO

WILHELM BAUER (HRSG.) | KLAUS-PETER STIEFEL | STEFAN RIEF

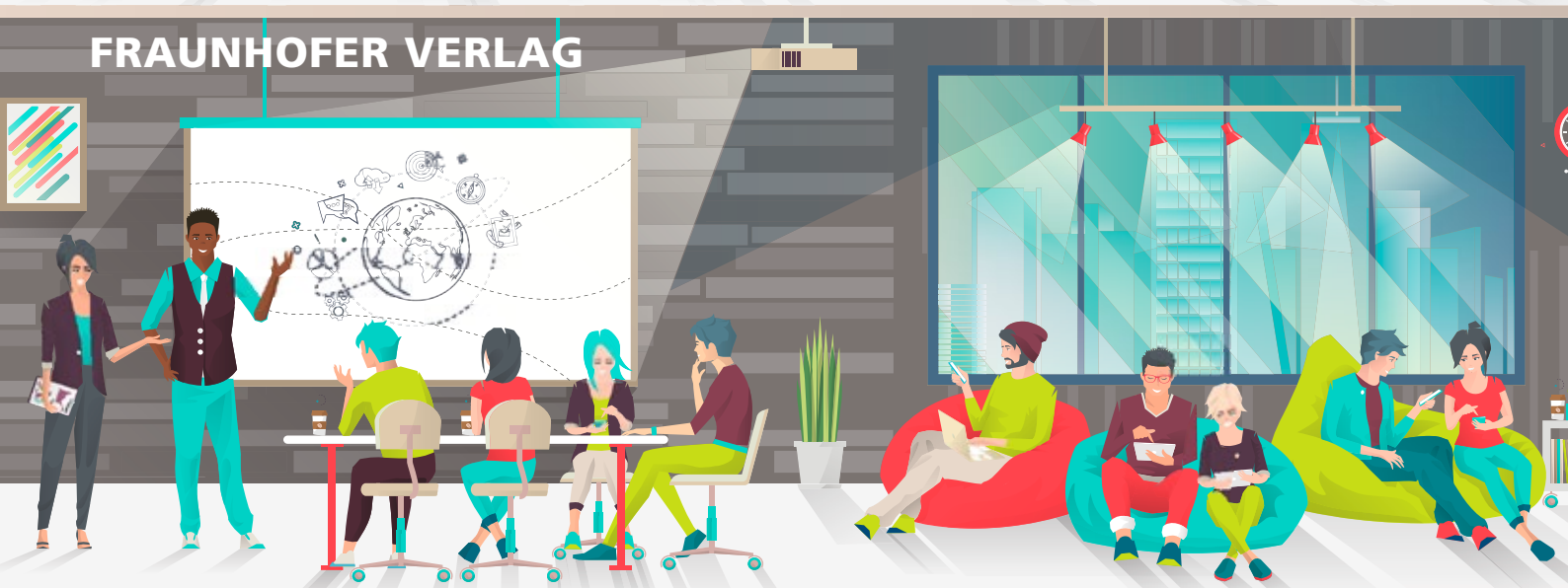
COWORKING – INNOVATIONSTREIBER FÜR UNTERNEHMEN

WILHELM BAUER (EDITOR) | KLAUS-PETER STIEFEL | STEFAN RIEF

COWORKING – DRIVER OF INNOVATION FOR COMPANIES



FRAUNHOFER VERLAG



WILHELM BAUER (HRSG. // EDITOR)
KLAUS-PETER STIEFEL | STEFAN RIEF

COWORKING – INNOVATIONSTREIBER FÜR UNTERNEHMEN // COWORKING – DRIVER OF INNOVATION FOR COMPANIES

FRAUNHOFER VERLAG



INHALT // CONTENT

1	VORWORT DES HERAUSGEBERS	8
2	EINLEITUNG	10
3	DIE STUDIE »FASZINATION CO-WORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN	12
3.1	Wesentliche Ergebnisse der Studie »Faszination Coworking«	17
3.2	Entwicklungen des Coworking seit Abschluss der Studie »Faszination Coworking«	26
3.2.1	Professionalisierung des Coworking	26
3.2.2	Coworkation	29
3.2.3	Coworking organisiert sich	31
3.2.4	WeWork	35
4	COWORKING FÜR UNTERNEHMEN	42
4.1	Formen des Corporate Coworking	42
4.1.1	Modell 1: Coworking statt Home Office	44
4.1.2	Modell 2: Temporäre Anmietung von Team- oder Projektflächen	44
4.1.3	Modell 3: Teil-Sabbatical bzw. Innovation Camp	45
4.1.4	Modell 4: Coworking mit Zulieferern, Dienstleistern oder Entwicklungspartnern	46
4.1.5	Modell 5: »Ideenschmiede« – Betrieb eines eigenen Coworking Space, auch für Freelancer und Startups	46
4.1.6	Modell 6: Coworking im Rahmen von Accelerator- oder Inkubator-Programmen	47

1	EDITOR'S INTRODUCTION	8
2	PREFACE	10
3	"FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS	12
3.1	<i>Main findings of the study "Fascination of Coworking"</i>	17
3.2	<i>Developments in coworking since the completion of the study entitled "Fascination of Coworking"</i>	26
3.2.1	<i>Professionalisation of coworking</i>	26
3.2.2	<i>Coworkation</i>	29
3.2.3	<i>Coworking is organised</i>	31
3.2.4	<i>WeWork</i>	35
4	COWORKING FOR BUSINESSES	42
4.1	<i>Types of Corporate Coworking</i>	42
4.1.1	<i>Model 1: Coworking instead of home office</i>	44
4.1.2	<i>Model 2: Temporary rental of team or project space</i>	44
4.1.3	<i>Model 3: Part sabbatical or innovation camp</i>	45
4.1.4	<i>Model 4: Coworking with suppliers, service providers or development partners</i>	46
4.1.5	<i>Model 5: "Think Tank" – operating your own coworking space, including for freelancers and startups</i>	46
4.1.6	<i>Model 6: Coworking within the framework of accelerator or incubator programmes</i>	47

4.1.7	Modell 7: Coworking Spaces als Entwicklungs- dienstleister	48	4.1.7	Model 7: Coworking spaces as development service providers	48
4.1.8	Modell 8: Interner Coworking Space	48	4.1.8	Model 8: Internal coworking space	48
4.1.9	Modell 9: Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen	49	4.1.9	Model 9: Coworking in association with other companies	49
4.2	Motivation für Corporate Coworking	50	4.2	Incentive for Corporate Coworking	50
4.2.1	Chancen im Einzelnen	51	4.2.1	Opportunities in detail	51
4.2.1.1	Motivation, Attraktivität und Bindung	52	4.2.1.1	Motivation, appeal and loyalty	52
4.2.1.2	Kompetenzen, Qualifikation und Zusammenarbeit	52	4.2.1.2	Skills, qualifications and cooperation	52
4.2.1.3	Flexibilität	53	4.2.1.3	Flexibility	53
4.2.1.4	Innovationsfähigkeit	54	4.2.1.4	Capacity for innovation	54
4.2.2	Risiken im Einzelnen	55	4.2.2	Risks in detail	55
4.2.2.1	Risiken für Unternehmen	56	4.2.2.1	Risks for companies	56
4.2.2.2	Risiken für Mitarbeiter	57	4.2.2.2	Risks for employees	57
5	ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG	58	5	SURVEY RESULTS	58
5.1	Strukturdaten	59	5.1	Structural data	59
5.1.1	Unternehmensgröße	59	5.1.1	Company size	59
5.1.2	Personalverantwortung	60	5.1.2	Staff responsibility	60
5.1.3	FuE-Intensität im Branchenvergleich	61	5.1.3	R&D intensity within an industry comparison	61
5.1.4	Innovationsgrad der Produkte bzw. Dienstleistungen	62	5.1.4	Level of innovation of products and services	62
5.1.5	Innovationsgrad der Kernprozesse	63	5.1.5	Level of innovation of core processes	63
5.1.6	Freiheitsgrade hinsichtlich der Arbeitszeit im Unternehmen	64	5.1.6	Level of freedom with regard to working hours at the company	64
5.1.7	Freiheitsgrade hinsichtlich des Arbeitsortes	65	5.1.7	Level of freedom with regard to place of work	65
5.2	Coworking – Bekanntheit des Begriffs und praktische Erfahrungen	66	5.2	Coworking – awareness of the term and practical experiences	66

5.3	Modell 1: Coworking statt Home Office	69
5.3.1	Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?	69
5.3.2	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?	70
5.3.3	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Ihre Mitarbeiter?	71
5.3.4	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	72
5.4	Modell 2: Anmietung von Team- oder Projektflächen	73
5.4.1	Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?	73
5.4.2	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?	74
5.4.3	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	75
5.5	Modell 3: »Teil-Sabbatical« oder »Innovation Camp«	76
5.5.1	Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?	76
5.5.2	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?	77
5.5.3	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	78
5.6	Modell 4: Coworking mit Zulieferern, Dienstleistern oder Entwicklungspartnern	79
5.6.1	Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?	79
5.6.2	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?	80
5.6.3	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	81

5.3	Model 1: Coworking instead of home office	69
5.3.1	What opportunities do you see in this model?	69
5.3.2	What risks do you see in this model for companies?	70
5.3.3	What risks do you see in this model for your employees?	71
5.3.4	Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?	72
5.4	Model 2: Rental of team or project space	73
5.4.1	What opportunities do you see in this model?	73
5.4.2	What risks do you see in this model for companies?	74
5.4.3	Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?	75
5.5	Model 3: "Part sabbatical" or "Innovation camp"	76
5.5.1	What opportunities do you see in this model for companies?	76
5.5.2	What risks do you see in this model for companies?	77
5.5.3	Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?	78
5.6	Model 4: Coworking with suppliers, service providers or development partners	79
5.6.1	What opportunities do you see in this model?	79
5.6.2	What risks do you see in this model for companies?	80
5.6.3	Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?	81

5.7	Modell 5: »Ideenschmiede« - Betrieb eines eigenen Coworking Space, auch für Freelancer und Startups	82	5.7	Model 5: "Think Tank" - operating your own coworking space, including for freelancers and startups	82
5.7.1	Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?	82	5.7.1	What opportunities do you see in this model?	82
5.7.2	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?	83	5.7.2	What risks do you see in this model for companies?	83
5.7.3	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	84	5.7.3	Do you already practise this model today or could you envisage it for the future?	84
5.8	Modell 6: Coworking im Rahmen von Accelerator- oder Inkubator-Programmen	85	5.8	Model 6: Coworking within the framework of accelerator or incubator programmes	85
5.8.1	Accelerator- und Inkubator-Programme – Chancen	86	5.8.1	Accelerator and incubator programmes – opportunities	86
5.8.2	Accelerator- und Inkubatorprogramme – Risiken	87	5.8.2	Accelerator and incubator programmes – risks	87
5.8.3	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	88	5.8.3	Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?	88
5.9	Modell 7: Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister	89	5.9	Model 7: Coworking spaces as development service providers	89
5.9.1	Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?	89	5.9.1	What opportunities do you see in this model for companies?	89
5.9.2	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?	90	5.9.2	What risks do you see in this model for companies?	90
5.9.3	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	91	5.9.3	Do you already practise this model today or could you envisage it for the future?	91
5.10	Modell 8: Interner Coworking Space innerhalb des Unternehmensstandorts	92	5.10	Model 8: Internal coworking space within the company's own premises	92
5.10.1	Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?	92	5.10.1	What opportunities do you see in this model?	92
5.10.2	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?	93	5.10.2	What risks do you see in this model for companies?	93
5.10.3	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	94	5.10.3	Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?	94

5.11	Modell 9: Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen	95
5.11.1	Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?	95
5.11.2	Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?	96
5.11.3	Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?	97

6 ZUSAMMENFASSUNG DER BEFRAGUNGSERGEBNISSE 98

6.1.1	Ranking der Modelle über die wichtigsten Kriterien – Chancen	98
6.1.2	Ranking der Modelle über die wichtigsten Kriterien – Risiken	104
6.1.3	Corporate Coworking bietet – je nach Modell – vielfältige Chancen für Unternehmen	109
6.1.4	Die Risiken von Corporate Coworking sind relativ gering	112

7 FAZIT UND AUSBLICK 114

8 LITERATURVERZEICHNIS 116

5.11	<i>Model 9: Coworking in association with other companies</i>	95
5.11.1	<i>What opportunities do you see in this model?</i>	95
5.11.2	<i>What risks do you see in this model for companies?</i>	96
5.11.3	<i>Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?</i>	97

6 SUMMARY OF SURVEY RESULTS 98

6.1.1	<i>Ranking of the models across the key criteria – opportunities</i>	98
6.1.	<i>Ranking of the models across the key criteria – risks</i>	104
6.1.3	<i>Corporate coworking offers – depending on the model – a number of opportunities for companies</i>	109
6.1.4	<i>The risks from corporate coworking are relatively low</i>	112

7 CONCLUSION AND OUTLOOK 114

8 REFERENCES 116

VORWORT DES HERAUSGEBERS //

EDITOR'S INTRODUCTION



Bereits vor drei Jahren, noch bevor das Thema Coworking in aller Munde war, erschien unsere Studie »Faszination Coworking – Potenziale für Unternehmen und ihre Mitarbeiter« im Rahmen des Verbundforschungsprojektes »Office 21®«. Bereits zu einem sehr frühen Zeitpunkt haben wir uns in dieser intensiv mit der Thematik des Coworking und seiner möglichen Bedeutung für Unternehmen auseinandergesetzt.

Im Nachhinein erwies sich der Zeitpunkt der Veröffentlichung als gut gewählt – nicht zu früh, um schon qualifizierte Aussagen zum Thema formulieren zu können, aber auch nicht zu spät, um eine noch neuartige Fragestellung zu beleuchten.

Die Studie wurde von Freelancern und Startups, Coworking Spaces und Unternehmen gleichermaßen mit hohem Interesse aufgenommen. Es war dabei allerdings von vornherein klar, dass auf diesen ersten Schritt ein zweiter folgen muss: so konzentrierten wir uns innerhalb von »Faszination Coworking« auf eine Einführung ins Thema, Gründe und Historie der Entstehung, die Erklärung der Faszination als solcher und dem seinerzeit noch vielfach theoretischen Ausblick auf die Nutzungspotenziale von Coworking für Unternehmen. Ein zweiter Themenkomplex blieb bislang allerdings noch unbeantwortet: Wie und wie häufig wird Coworking konkret von Unternehmen heute schon genutzt, welche Formen des Corporate Coworking bieten aus Sicht der Unternehmen die größten Chancen, wo werden Gefahren gesehen? Kann Corporate Coworking generell als Zukunftsmodell für Unternehmen Gewicht erhalten? Und natürlich die hinter alldem stehende Hauptfrage: kann Corporate Coworking als – dringend benötigter – Innovationstreiber für Unternehmen taugen?



As early as three years ago, even before the theme of coworking was on everyone's lips, our study entitled "The Fascination of Coworking - Potentials for Companies and their Employees" was published as part of the joint research project "Office 21®". From a very early stage within this project, we have thoroughly addressed the theme of coworking and its potential significance for businesses.

In hindsight, the publication date proved to be a good one – not too early to enable already qualified conclusions to be formulated on the subject, but also not too late to shed light on a still new issue.

The study was met with great interest in equal measure from freelancers and startups, coworking spaces and businesses. It was clear from the outset, however, that this first stage needed to be followed up by a second one: and so, within the theme of "Fascination of Coworking", we focused on presenting an introduction to the subject, the background and history of its origin, reasons behind the fascination with it as such, and the still largely theoretical prospects for the usage potential of coworking for companies at the time. A second topic area, however, still remained unanswered: In what way and how often is coworking already being implemented by businesses today, what types of corporate coworking present the biggest opportunities from a company perspective and what are seen as the risks? Can corporate coworking be adopted across the board as a future model for businesses? And, of course, the main question behind all this: can corporate coworking serve as the much needed driver of innovation for companies?



Auf diese und weitere Fragen werden wir im Rahmen der vorliegenden Studie Antworten formulieren. Wesentlich dabei ist, dass wir Corporate Coworking nicht als formal einheitliche Universallösung betrachten, sondern durch die Ableitung von neun organisatorischen Coworking-Modellen hier deutlich differenzieren. Ohne den Ergebnissen an dieser Stelle zu sehr vorgreifen zu wollen, war diese Differenzierung mehr als angebracht, wie die Resultate unserer Befragung gezeigt haben. So erweitert sich der Raum der Möglichkeiten, wie Coworking praktiziert werden kann. Zusätzlich eröffnen die verschiedenen Modelle auch unterschiedliche, spezifische Chancencluster für Unternehmen, ihre Belegschaft, aber auch für die Betreiber von Coworking Spaces.

Ich bedanke mich auch im Namen der Autoren herzlich bei allen Unternehmensvertretern, die an unserer Befragung zur vorliegenden Studie teilgenommen haben. Ihre Antworten haben zu den sehr interessanten Ergebnissen, die wir in diesem Werk zusammenfassen, wesentlich beigetragen. Allen Lesern wünsche ich nun eine spannende, inspirierende Lektüre und ich hoffe, dass Sie wertvolle Erkenntnisse für die weitere Entwicklung Ihres Unternehmens gewinnen können.



We will formulate answers to these and other questions within the scope of this study. In doing so, it is important not to view corporate coworking as a standard universal solution, but rather to clearly differentiate through the derivation of nine organisational coworking models. Without wanting to allude too much to the results at this point, this differentiation was more than justified, as shown by the results of our survey. This broadens the range of possibilities for the practising of coworking. In addition, the different models also open up various unique opportunity clusters for companies and their employees, but also for the operators of coworking spaces.

On behalf of the authors, I would also like to express my sincere thanks to all the company representatives who took part in our survey on this study. Your responses contributed significantly to the highly interesting results summarised in this piece of work. I would now like to wish interesting and inspirational reading to every reader and I hope that you are able to gain valuable knowledge for the further development of your business.

Prof. Dr.-Ing. Prof. e. h. Wilhelm Bauer
Geschäftsführender Institutsleiter
Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO
Technologiebeauftragter des Landes Baden-Württemberg
Executive Director
Fraunhofer Institute for Industrial Engineering IAO
Technology representative for the state of Baden-Württemberg



»It's just about fun« – so wurde Coworking in einem Diskussionsbeitrag auf der »Coworking Europe 2012« in Paris beschrieben. Was bitte soll man denn davon halten? Die Einschätzungen dürften sehr gespalten ausfallen: manch einer mag interessiert, möglicherweise gar fasziniert von dieser offensichtlichen Begeisterung sein. Für »versponnen« bzw. »traumtänzerisch« werden Andere es halten. Vielen mag es doch zumindest als suspekt erscheinen – denn schließlich reden wir hier ja immer noch über das Arbeiten – und dies soll plötzlich nur noch Spaß machen?

Doch selbst, wenn wir von der zitierten Aussage ein Stück abziehen – insbesondere den Ausschließlichkeitscharakter, dem wohl kaum eine Arbeit wirklich genügen dürfte – bleibt noch immer eine Menge übrig, worüber ein tieferes Nachdenken lohnt. Zunächst natürlich die Frage, woher genau dieser offensichtliche Enthusiasmus, diese Faszination kommt, welche die Arbeitsform Coworking ausüben kann. Darüber haben wir uns in der Studie »Faszination Coworking – Potenziale für Unternehmen und ihre Mitarbeiter« detaillierte Gedanken gemacht und, wie wir meinen, auch Antworten gefunden.

Aus heutiger Sicht – gut zwei Jahre nach der Veröffentlichung von »Faszination Coworking« – stellen sich weitere Fragen. Was ist aus dieser Faszination geworden, besteht diese auch heute noch fort, oder ist der ehemalige Hype vielleicht sogar einer gewissen Ernüchterung gewichen? Wenn nicht, wie stellen es Coworking Spaces sicher, dass die Faszination trotz einkehrender Alltäglichkeit erhalten bleibt? Aber auch: wie hat sich der Coworking Markt entwickelt? Gibt es neue, andere Formen von Coworking? Gibt es auch Trittbrettfahrer, also Unternehmen, die sich Coworking auf die Fahnen schreiben, ohne es wirklich zu sein?



"It's just about fun" – that's how coworking was described during a discussion at "Coworking Europe 2012" in Paris. But what should you take from this? The perceptions are likely to be very divided: some might be interested, possibly even fascinated by this obvious enthusiasm. Others will view it as "fanciful" or "idealistic". At any rate it might appear suspect to many people – because after all we're still talking about work here – and all of a sudden this is supposed to be just fun?

But even if we are to take something from the cited statement – in particular the exclusive nature, which hardly any job can truly fulfil – there are a lot of outstanding aspects worth deeper consideration. First, of course, comes the question of where exactly this clear enthusiasm, this fascination originates from, which coworking can exert as a way of working. We have given detailed thought to this in the study entitled "The Fascination of Coworking – Potentials for Companies and their Employees" and, in our opinion, we have also found answers.

From a current perspective, more than two years after the publication of "Fascination of Coworking" – further questions arise. What has become of this fascination, is this still continuing today or has the earlier hype possibly given way to a certain level of disillusionment? If not, how can coworking spaces ensure that the fascination is maintained despite becoming increasingly commonplace? But also: how has the coworking market developed? Are there other new forms of coworking? Are there also freeloaders, i. e. companies who claim to be advocates of coworking without being so in reality?



Von grundsätzlichem Interesse ist natürlich auch die folgende Frage: wenn Coworking imstande ist, Coworker derart zu faszinieren, zu motivieren, zu Kooperation anzuregen, kreative Prozesse zu verbessern und Innovation zu erleichtern, lässt sich eine solche Faszination, verbunden mit der zugehörigen Begeisterung auch auf »herkömmliche« Unternehmen übertragen und falls ja, wie? Auch dieser Frage gingen wir schon innerhalb der Studie »Faszination Coworking« auf einer theoretischen Ebene nach und waren zunächst überrascht, dass es tatsächlich dafür schon vielfältige Ansätze gab, auch wenn sich diese noch im Rahmen von Einzelfällen bewegten. Doch wie hat sich dies seither entwickelt? Wie beurteilen Unternehmen generell die Chancen von Coworking als Zukunftsmodell für ihr eigenes Business?

Und schließlich, die für diese Arbeit zentrale Fragestellung: sehen Unternehmen im Coworking generell Potenziale, ihre Innovationsfähigkeit zu verbessern? Wie schätzen Unternehmen generell Chancen und Risiken ein, die mit der Adaption coworking-ähnlicher Arbeits- und Kooperationsformen verbunden sind? Wird Coworking als Zukunftsmodell für Unternehmen gesehen oder nicht?

Dies sind die Fragen, denen wir – in Fortführung von »Faszination Coworking« im Rahmen dieser Arbeit nachgehen werden. Im Mittelpunkt wird dabei die Frage nach der Einschätzung der Potenziale des »Corporate Coworking« für Unternehmen stehen.



The following question is, of course, of general interest: if coworking is able to fascinate and motivate coworkers in such a way, to encourage cooperation, to improve creative processes and facilitate innovation, can such fascination combined with the associated enthusiasm also be carried over to "conventional" businesses and if so, how? We also tackled this question at a theoretical level within the study "Fascination of Coworking" and were initially surprised that there were, in fact, already a number of approaches towards it, even if these ranged with the context of individual cases. But how has this developed since then? How do companies generally rate the opportunities offered by coworking as a future model for their business?

And finally, the central question for this study: do firms generally see the potential in coworking to improve their capacity for innovation? How do companies generally rate the opportunities and risks associated with the adoption of coworking-type ways of working and cooperation? Is coworking seen as a future model for businesses or not?

These are the issues that we will be addressing – as a follow-up to "Fascination of Coworking" – within the context of this study. The focus thereby will be on the assessment of the potential of "Corporate Coworking" for businesses.

3

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Im September 2014 erschien die vom Fraunhofer IAO verfasste Studie »Faszination Coworking – Potenziale für Unternehmen und ihre Mitarbeiter«¹. Sie war innerhalb des Verbundforschungsprojektes Office 21® entstanden, da Coworking sich in den Jahren zuvor von einer faszinierenden Idee zu einem sich schnell wachsenden Wirtschaftsfaktor entwickeln konnte.

Der in Abb. 1 dargestellte Wachstumsverlauf stellt ein eindeutiges exponentielles Wachstum dar, aufgrund dessen nichts darauf hindeutet, dass diese Entwicklung in absehbarer Zeit grundsätzlich unterbrochen werden könnte. Dies gilt, obwohl die Zahlen von Selbständigen und Firmenneugründungen sich in den vergangenen Jahren international keineswegs in derselben, eindeutigen Weise entwickelt haben:



In September 2014 the study by the Fraunhofer IAO entitled "The Fascination of Coworking - Potentials for Companies and their Employees" was published¹. It had come about from the joint research project, Office 21®, as coworking had developed in the previous years from a fascinating concept into a rapidly growing economic factor.

The growth pattern illustrated in figure 1 shows clear exponential growth, based on which, there is nothing to suggest that this development will be fundamentally interrupted in the foreseeable future. This holds true, even though the number of freelancers and company formations has developed internationally in nothing like the same, clear manner in recent years:

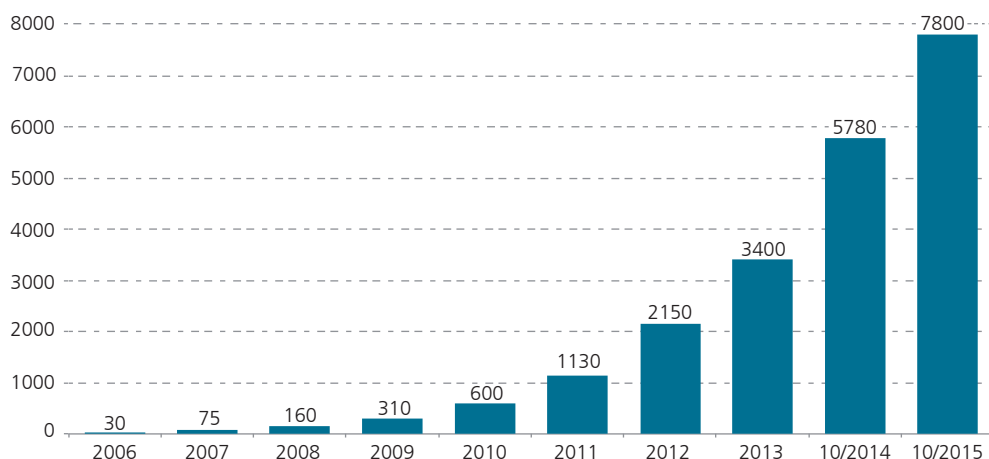


Abb. 1: Entwicklung der Anzahl von Coworking Spaces weltweit²

Fig. 1: Development of the number of coworking spaces worldwide²

1 Rief et al. 2014

2 Foertsch et al. 2012 (Zahlen bis 2009; die übrigen Zahlen entstammen Vorträgen von Carsten Foertsch (Deskmag) 2014/2015)

1 Rief et al. 2014

2 Foertsch et al. 2012 (figures up to 2009; other figures taken from presentations by Carsten Foertsch (Deskmag) 2014/2015)

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS

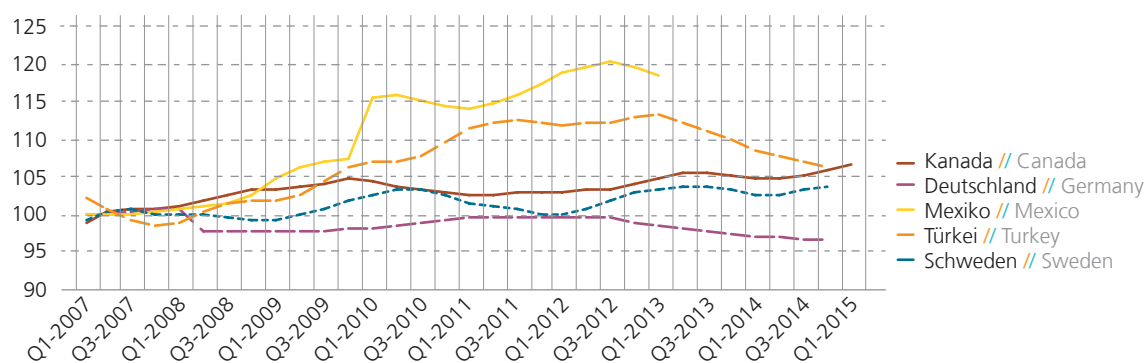
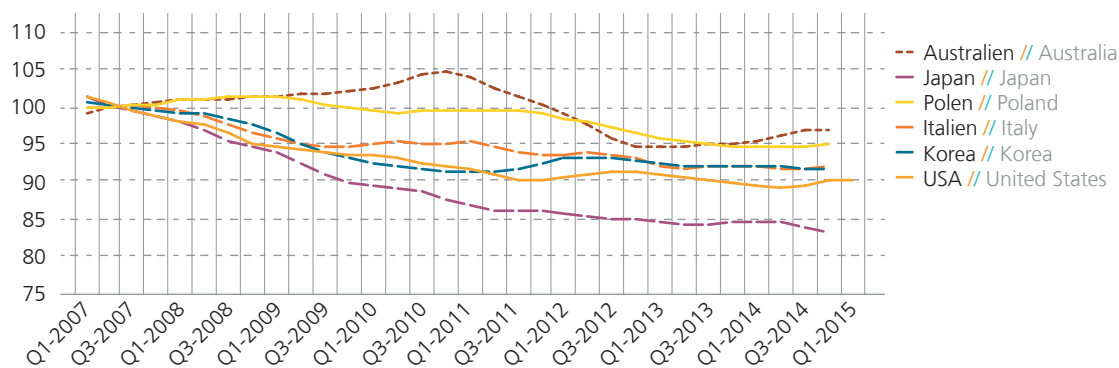
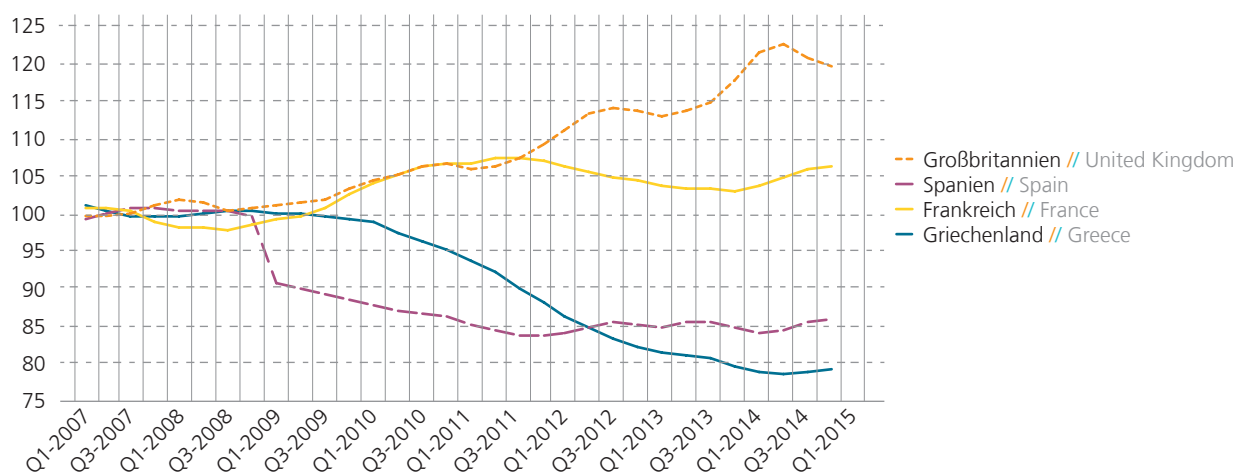


Abb. 2: Anzahl selbständiger Jobs nach Ländern 2007–2015
 (2007=100)³



Fig. 2: Number of freelance jobs according to country 2007–2015
 (2007=100)³

**DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« –
ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN //
"FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS
AND FURTHER DEVELOPMENTS**

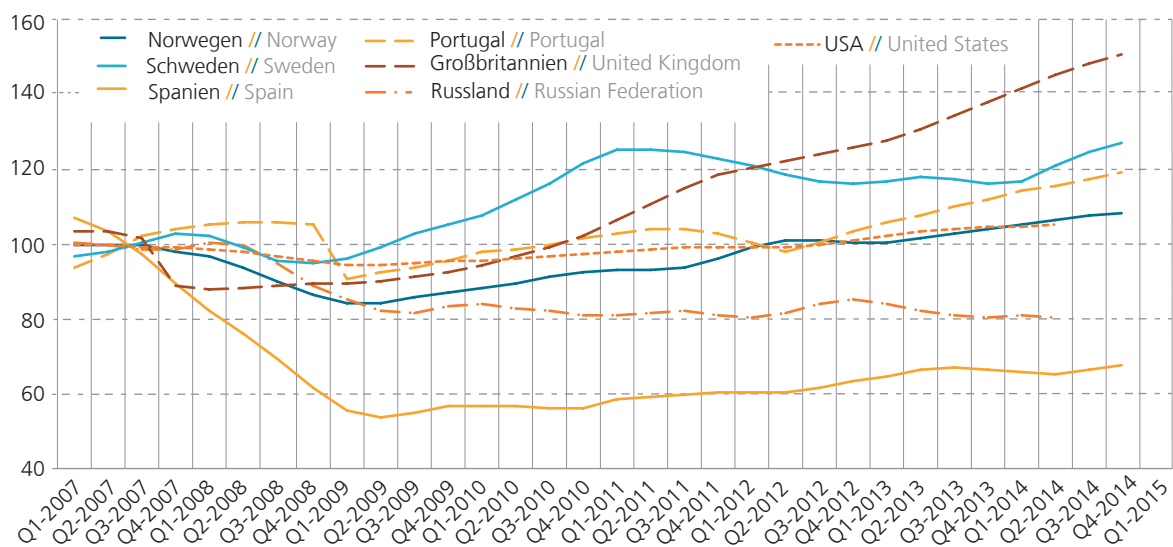
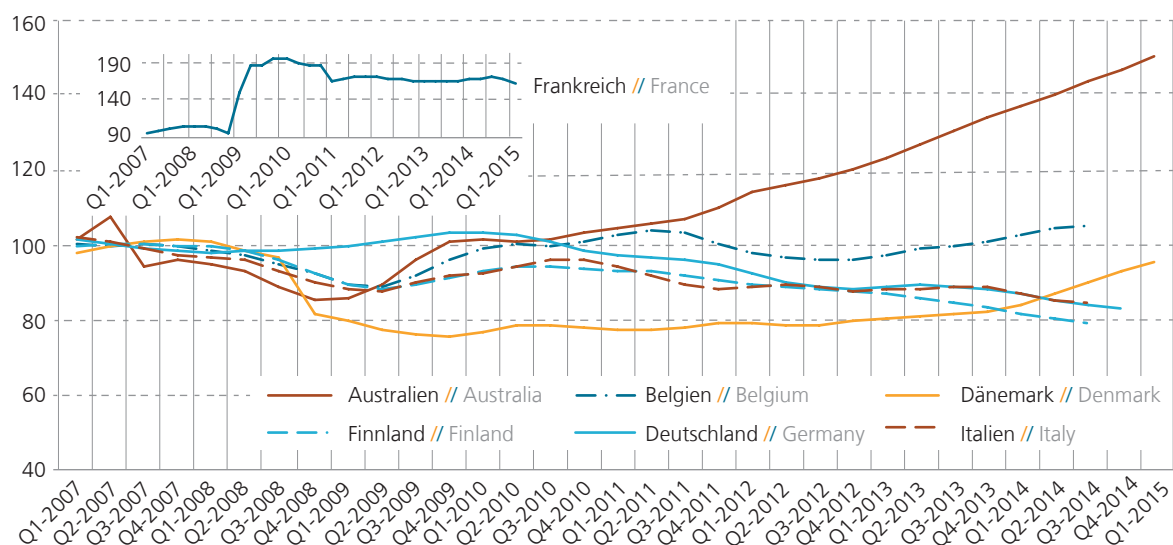


Abb. 3: Unternehmensneugründungen nach
Ländern 2007–2015 (2007=100)⁴

Fig. 3: Company formations according to country 2007–2015
(2007=100)⁴

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Diese Zahlen geben je nach Ländern insgesamt ein recht heterogenes Bild wieder. Dennoch lässt sich hieraus der Trend zum Coworking wohl eher nicht begründen. Dass ein solcher Trend allerdings eindeutig besteht, haben wir aus Abb. 1 gesehen.

Jedenfalls, die Zahl der Coworker ist in den zurückliegenden Jahren noch schneller gewachsen als die der Coworking Spaces. Das heißt, Coworking Spaces werden nicht nur zahlreicher, sondern im Schnitt auch größer⁵.



These figures represent a rather heterogeneous picture overall according to country. Nevertheless, this is arguably no proof of a trend towards coworking. We have seen in figure 1, however, that such a trend clearly exists.

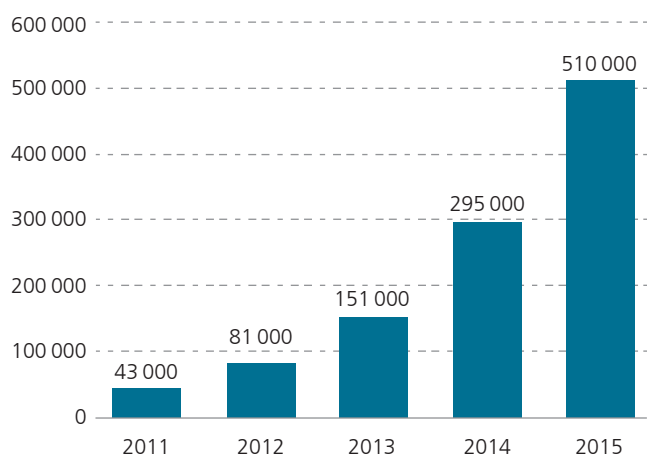
In any case, the number of coworkers has grown even faster in recent years than that of coworking spaces. This means that coworking spaces are not only become more abundant, but also bigger on average⁵.

Abb. 4: Entwicklung der Anzahl
von Coworkern weltweit

2011 – 2015⁶

Fig. 4: Development of the
number of coworkers worldwide

2011 – 2015⁶



⁵ Foertsch 2015

⁶ Zahlenmaterial: Foertsch 2015

⁵ Foertsch 2015

⁶ Figures: Foertsch 2015

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Doch warum ist das so, dass der Trend zum Coworking nahezu unvermindert anhält? Ohne dies hier genauer untersuchen zu können, existieren dafür doch einige Argumente:

- Es spricht sich mehr und mehr herum, dass Coworking in der Tat ganz besondere, faszinierende Eigenschaften aufweist, die zu massiven Vorteilen führen können – sowohl auf der kommerziellen als auch auf der individuellen Ebene.
- Coworking erfasst allmählich auch Branchen, an die ursprünglich noch nicht zu denken war – beispielhaft seien hier nur Coworking Spaces für Musiker genannt⁷.
- Nicht zuletzt beginnen seit einiger Zeit auch Unternehmen, sich ernsthaft mit Coworking auseinanderzusetzen, wie wir schon im Rahmen der Studie »Faszination Coworking«⁸ skizziert haben. Diese Entwicklung hat sich natürlich fortgesetzt – inwieweit, damit werden wir uns im Rahmen der vorliegenden Studie ausführlich befassen.

Es lohnt also in jedem Fall, sich auch in Zukunft mit den Potenzialen des Coworking auseinanderzusetzen, die sich nicht zuletzt durch die bislang nahezu einzigartige Faszination des Coworking ergeben können. Doch worin liegt nun eigentlich diese Faszination begründet? Hierzu blicken wir nochmals auf die wesentlichen Ergebnisse unserer Studie von 2014 zurück.



But why is it that the trend towards coworking is continuing almost unabated? Without being able to investigate this in greater detail, there are nevertheless several reasons for this:

- *Word is increasingly spreading that coworking actually has rather special, fascinating qualities that can lead to huge benefits – both at commercial and individual level.*
- *Coworking is gradually encompassing industry sectors that would have been inconceivable in the first place – coworking spaces for musicians is just one example⁷.*
- *If nothing else, for a while now companies have been starting to take a serious look at coworking, as we have already outlined within the scope of the study entitled "Fascination of Coworking"⁸. This development has naturally continued – to what extent, we will address in detail as part of this study.*

In any event, it is worth dealing in future with the potential of coworking, which can arise not least from the almost unparalleled fascination with coworking to date. But what's the real reason for this fascination? For this purpose, we can refer back to the main findings of our study in 2014.

⁷ Gray 2014

⁸ Rief et al. 2014, Kapitel 6

⁷ Gray 2014

⁸ Rief et al. 2014, Chapter 6

3.1

WESENTLICHE ERGEBNISSE DER STUDIE »FASZINATION COWORKING« // MAIN FINDINGS OF THE STUDY "FASCINATION OF COWORKING"

Es wäre natürlich selbst in einer kurzen Zusammenfassung von geringem Interesse, würden wir die Inhalte der zurückliegenden Studie hier lediglich unreflektiert wiederholen. Die Entwicklung des Coworking vollzieht sich hierfür viel zu dynamisch, manch Aktuelles müsste in einer bloßen Wiedergabe von schon Bekanntem künstlich unterdrückt werden, und dies kann nicht Zweck dieser Zusammenfassung sein. Insofern stellt diese »Zusammenfassung« ebenso eine, zumindest teilweise Aktualisierung unserer Arbeit von 2014 dar.

Zunächst wurde in einem historischen Abriss auf die Frage eingegangen, wie und warum die ersten Coworking Spaces überhaupt entstanden sind. Wir konnten dabei aufzeigen, dass zumindest Spaces, die dem Coworking ähnlich waren, an den unterschiedlichsten Orten der Erde unabhängig voneinander entstanden sind. Eine Feststellung, die den Schluss nahelegt, dass die Zeit offenbar reif war für diese neuartige Arbeitsform⁹, die zunächst imstande war, primär Freelancern und jüngeren Startup-Unternehmen eine Heimat für kreatives und produktives Arbeiten zu geben.

In einem zweiten Schritt haben wir uns dann näher mit der Charakteristik des Coworking befasst. Coworking Spaces sind – bei aller organisationalen Vielfalt, die sich z. B. durch unterschiedliche Größe, Kundenstruktur, Ambiente, Motivation der Betreiber ergibt – durch eine besondere Charakteristik gekennzeichnet, die das zusammen Arbeiten voneinander unabhängiger Wissensarbeiter auf besondere Weise beflügelt.

It would, of course, be of little interest in itself if we were merely to reproduce the content of the previous study within a brief summary, in an unreflective way. The development of coworking is happening much too dynamically for this, some current information would need to be artificially suppressed in a mere reproduction of what is already known, and this cannot be the case for the purpose of this summary. In this respect, this "summary" also represents at least a partial updating of our study of 2014.

Firstly, the question was addressed within a historical summary as to how and why the first coworking spaces came about in the first place. At any rate, this enabled us to show that spaces that were similar to coworking were emerging independently from one another at the most diverse places on earth. A conclusion that suggests that the time was clearly ripe for this new type of work⁹, which was initially capable of providing primarily freelancers and younger startup companies with a home for creative and productive work.

Then, in a second stage, we concerned ourselves more precisely with the characteristics of coworking. Coworking spaces are – across every variety of organisation arising e. g. from varying sizes, customer structure, surroundings, staff motivation – distinguished by a certain characteristic that encourages independent knowledge workers to work together in a unique way.

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Doch was ist es, was zu dieser besonderen Charakteristik führt? Lässt sich all das, was letztlich zur Faszination des Coworking führt, irgendwie instrumentalisieren, bei aller Vielfalt von Coworking Spaces möglicherweise gar vereinheitlichen? Eine erste Annäherung an diese Frage führt mit Sicherheit über die im »Citizen Space«, einem der ersten amerikanischen Coworking Spaces formulierten »Grundwerte des Coworking«:

- Collaboration,
- Community,
- Sustainability,
- Openness,
- Accessibility¹⁰.

Erstaunlicherweise sind diese Grundwerte noch nicht einmal vielen Betreibern von Coworking Spaces bekannt, wie wir es in unseren Vorträgen und Gesprächen immer wieder erleben. Eine Sorge, die schon Hillman 2011 formulierte:



"I'm noticing that coworking core values aren't even on the radar of most of the newest coworking spaces opening around the world, so I'm hoping that by taking some time to riff on each one, they might get some visibility and be considered an important element to keeping the movement alive as more than a trend."¹¹



Dennoch: gelebt scheinen diese Grundwerte – ob nun im Einzelnen bekannt oder nicht – zu werden, wie es in einer Deskmag-Studie von 2011 bestätigt wurde^{12, 13}. Mehr und mehr gewinnen wir dabei den Eindruck, dass dies gerade auch angesichts einer zunehmenden Professionalisierung des Coworking sehr wichtig für den Erhalt seiner Faszination



But what is it that leads to this special characteristic? Can everything that ultimately leads to the fascination of coworking somehow be instrumentalised, possibly even harmonised across the entire range of coworking spaces? An initial approach to this question undoubtedly carries over to the "Coworking Core Values", devised in "Citizen Space", one of the first American coworking spaces:

- Collaboration,
- Community,
- Sustainability,
- Openness,
- Accessibility¹⁰.

Astonishingly, these core values are not even known to many operators of coworking spaces, as we are continually finding out in our presentations and discussions. A concern which has already been expressed by Hillman in 2011:



Nevertheless, these values – whether specifically known or not – seem to exist in practice, as was confirmed in a Deskmag study of 2011^{12,13}. We are getting the impression more and more that, especially in light of the increasing professionalisation of coworking, this continues to be extremely important in maintaining its fascination. In other

¹⁰ Rief et al. 2014, Kapitel 4.4

¹¹ Hillman 2011

¹² Foertsch 2011

¹³ Rief et al. 2014, S. 54 f.

¹⁰ Rief et al. 2014, Chapter 4.4

¹¹ Hillman 2011

¹² Foertsch 2011

¹³ Rief et al. 2014, p. 54 f.

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



bleibt. Anders ausgedrückt, die Verfolgung der Grundwerte des Coworking dürfte einen strategischen Vorteil für die Coworking-Bewegung im Gesamten zur Folge haben. Und auch die Faszination des Coworking basiert zu einem erheblichen Teil auf der konsequenten Verfolgung seiner Grundwerte.

Worin besteht aber nun diese Faszination des Coworking konkret? Ausgangspunkt war ein Zitat, das wir bei dem US-amerikanischen Softwareentwickler Brad Neuberg entliehen haben:



"I could either have a job which would give me structure and community or I could be freelancer and have freedom and independence – why couldn't I have both?"¹⁴



Wir konnten im Rahmen einer ausführlichen Analyse¹⁵ aufzeigen, dass die hier genannten Merkmale Struktur, Community sowie Freiheit und Unabhängigkeit sich beim Coworking in einzigartiger Weise ergänzen können.

- Unter »Struktur« ist hier eine Basisstrukturierung der Arbeit, also die im Coworking Space gelieferten »Basic Services« wie z. B. Arbeitsplatz, Reinigung, Heizung, Internetzugang usw. zu verstehen.
- Die »Community« beschreibt die kooperative Gemeinschaft der Coworker, die sich gegenseitig austauschen und Unterstützung gewähren, woraus sich vielfältige Kooperationsvorteile ergeben.
- Freiheit und Unabhängigkeit, die häufig als wesentliche Motivatoren für den Weg in die Selbständigkeit gelten. Diese hat natürlich vielfältige Dimensionen und wir haben gesehen, dass Freiheit in aller Regel keinen Absolutheitsanspruch erheben kann.



words, the pursuit of the coworking core values should result in a strategic advantage for the coworking movement as a whole. And the fascination with coworking is based for the main part on the consistent pursuit of its core values.

But what exactly is this fascination with coworking? The starting point was a quote that we borrowed from the US software developer Brad Neuberg:



As part of a detailed analysis¹⁵, we were able to prove that the stated characteristics of structure, community, freedom and independence can be uniquely combined with coworking.

- The term "structure" is defined here as a basic structuring of work, i.e. the "basic services" provided within the coworking space, such as the workplace, cleaning, heating, internet access etc.
- The "community" describes the cooperative community of the coworkers who exchange ideas and provide support, resulting in a wide range of cooperation advantages.
- Freedom and independence, which often count as key motivators for the road to self-employment. This has, of course, a broad range of dimensions and we have seen that as a rule freedom cannot provide a claim to absoluteness.

¹⁴ Booms 2012; Rief et al. 2014, S. 15

¹⁵ Rief et al. 2014, Kapitel 5

¹⁴ Booms 2012; Rief et al. 2014, pp. 15

¹⁵ Rief et al. 2014, Chapter 5

**DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« –
ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN //
"FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS
AND FURTHER DEVELOPMENTS**



◀ Abb. 5: Dimensionen der Selbstbestimmtheit
bei der Arbeit¹⁶

◀ Fig. 5: Dimensions of self-determination at work¹⁶



Zwar ist klar, dass Freiheit – in diesen Dimensionen begriffen – bei der Arbeit wohl niemals absolut realisierbar ist. Dennoch, alleine die Tatsache, dass wir heute bei einer Auseinandersetzung mit der Freiheit diese Vielfalt an Dimensionen mit einem gewissen Realisierungsgrad beobachten können, verleiht der Freiheit im Sinne von Autonomie bzw. Selbstbestimmtheit der Arbeit eine neue Wertigkeit.

Eine neue, beim Coworking wohl bislang einzigartige Wertigkeit könnte auch die Community als solche erhalten. Dafür sprechen zwei Argumente: zum einen sind die oben angesprochenen Grundwerte des Coworking, insbesondere »Collaboration«, »Community«, »Openness« und »Accessibility« auf ein Zusammenwirken für jedermanns Vorteil angelegt. Zweitens ist zu bedenken, dass das soziale Netzwerk innerhalb von Coworking Spaces sich durch Hierarchiefreiheit auszeichnet, was in Unternehmen wohl kaum anzutreffen sein dürfte.



It's certainly clear that freedom – as seen within these dimensions – is perhaps never fully realisable at work. However, the fact alone that today we are able to observe this range of dimensions with a certain level of realisation in a discussion about freedom, gives new credence to freedom in the sense of autonomy and self-determination at work.

As such, the community could also gain a new significance perhaps only afforded to coworking to date. Two arguments lend favour to this: on the one hand, the coworking core values discussed above, in particular "collaboration", "community", "openness" and "accessibility" are aimed at a cooperation for everyone's benefit. The second point to consider is that the social network within coworking spaces is characterised by its freedom from hierarchies, something that is hard to come across within companies.

¹⁶ In Anlehnung an Rief et al. 2014, S. 89

¹⁶ With reference to Rief et al. 2014, p. 89

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Trotz dieser Überlegungen wollen wir dabei natürlich nicht übersehen, dass es durchaus auch in Unternehmen sehr gut funktionierende, kooperative und kreative Gemeinschaften zur Zusammenarbeit geben kann und tatsächlich auch gibt. Dennoch bleibt in der Gesamtbetrachtung von Brad Neuberg's Fragestellung festzuhalten:

- Die Merkmale der Freiheit und der Community nehmen in Coworking Spaces zumindest potenziell qualitative Ausprägungen an, wie sie in klassischen Unternehmen bislang allenfalls selten zu finden sind.
- Von entscheidender Bedeutung ist jedoch, dass es beim Coworking tatsächlich möglich ist, sowohl Struktur als auch Community als auch Freiheit und Unabhängigkeit miteinander zu verbinden. Und dies – das ist der entscheidende Punkt – ist in der heutigen Arbeitswelt alles andere als selbstverständlich. Die Tatsache, dass Coworking Spaces gleichzeitig Orte der Freiheit und Unabhängigkeit, des Wohlfühlens, der Zusammenarbeit, der Kreativität und Performanz sind, verleiht diesen ihre Faszination.



Despite these considerations, we naturally don't want to overlook the fact that within companies there can certainly be, and indeed are, very well functioning, cooperative and creative communities aimed at working together. However, the following should be noted within the overall context of Brad Neuberg's questioning:

- *The characteristics of freedom and the community are at any rate taking on potentially qualitative forms within coworking spaces, as they have been hard to find at best within conventional businesses to date.*
- *Of major significance, however, is the fact that it is actually possible in coworking spaces to combine both structure and community as well as freedom and independence. And this – which is the decisive point – is anything but taken for granted in the modern working world. The fact that coworking spaces are at the same time places of freedom and independence, well-being, cooperation, creativity and performance, lends them their fascination.*



Abb. 6: Die Faszination des Coworking¹⁷

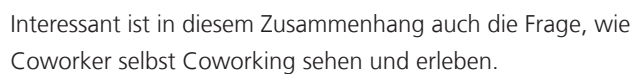
17 Rief et al. 2014, Kapitel 5



Fig. 6: The fascination with coworking¹

17 Rief et al. 2014, Chapter 5

**DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« –
ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN //
"FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS
AND FURTHER DEVELOPMENTS**



Die Vielzahl von Nennungen der Begriffe »fun«, »friendly«, »collaborative« und »social« auf einer emotional-sozialen Beziehungsebene, und gleichzeitig »inspiring«, »creative« und »productive« auf einer leistungs- und ergebnisorientierten Ebene zeigen, wie hervorragend es beim Coworking offenbar gelingt, Wohlfühlen und Performanz zu verbinden.

Selbstverständlich schließt sich hier sofort eine weitere Frage an: wenn dies im Coworking so gut gelingt, inwieweit und auf welche Art können Unternehmen von dieser neuen Arbeitsweise profitieren? Werden zumindest Ansätze des Coworking auch in Unternehmen praktiziert, welche Kooperationsmodelle existieren und welche Modelle sind für die Zukunft denkbar?



The number of mentions of the terms "fun", "friendly", "collaborative" and "social" on an emotional / social relationship level, and at the same time "inspiring", "creative" and "productive" on a performance and results-based level, clearly show how brilliantly coworking manages to combine well-being and performance.

This, of course, immediately presents another question: if this works so well in coworking, to what extent and in what way can businesses benefit from this new way of working? Are coworking approaches at least being practised within companies, what cooperation models exist and what models are conceivable for the future?

Coworking is...



◀ *Abb. 7: Faszination Coworking – wie Coworker Coworking sehen¹⁸*

◀ Fig. 7: Fascination of coworking – how coworkers view coworking¹⁸

18 In Anlehnung an Deskmag's Global Coworking Survey 2012 - o. V. (2012)

18 Original Data: Deskmag's Global Coworking Survey 2012



Wir konnten hier immerhin acht Modelle identifizieren, die zum Untersuchungszeitpunkt bereits erprobt wurden¹⁹:

- Untervermietung – hier vermieten Unternehmen freie Büroflächen an Externe, häufig Freelancer mit kurzen Vertragslaufzeiten. Der wohl zumeist originär beabsichtigte Hauptvorteil von zusätzlichen Mieteinnahmen lässt sich kombinieren mit Potenzialen zur Kooperation mit qualifizierten Freelancern. Insofern kann dieses Modell als eine Vorstufe zum Coworking im Unternehmen taugen.
- Raus aus dem Alltag – Coworking-Räume als Offsite-Location. Dieses Modell dient insbesondere solchen Unternehmen, die neugierig aufs Coworking geworden sind, zum Kennenlernen der Atmosphäre in Coworking Spaces.
- Einmietung – Unternehmen mieten Arbeitsplätze im Coworking Space. Dieses Modell kann unterschiedlichste Motivationen unterstützen, wie z. B. Kosteneinsparung, Flexibilität, Schaffung eines Mehrwertes für Mitarbeiter und andere mehr.
- Sponsoring – Unternehmen suchen hierdurch Kooperationen mit Coworking Spaces und innovativen Startups. Ferner können solche Sponsorings auch der Imagepflege des Unternehmens dienen.
- Ideenschmiede – Unternehmen eröffnen coworking-ähnliche Spaces. Hier wird gezielt der Kontakt zu Freelancern und Startups gesucht, um allgemeine Entwicklungen in der Kreativszene früh mitzubekommen.
- Accelerator- und Incubator-Programme – Unternehmen fördern Startups mit dem Ziel, Zugang zu Innovationen zu erhalten.
- Imitation – hier werden gewisse Elemente des Coworking bewusst von Unternehmen nachgeahmt, um über höhere Freiheitsgrade Wohlbefinden, Kommunikation und Innovationsfähigkeit positiv zu beeinflussen.



We can identify at least eight models here, which had already been tried out at the time of the study¹⁹:

- *Subletting – this involves companies letting out their empty office space externally, mainly to freelancers with short-term contracts. The main advantage of additional rental income, which is probably its primary intention for the most part, can be combined with the potential for cooperation with qualified freelancers. In this respect, this model can be suitable as a precursor to coworking within a company.*
- *Breaking with the norm – coworking spaces as offsite locations. This model serves in particular to help those companies that have become curious about coworking to become acquainted with the atmosphere in coworking spaces.*
- *Leasing – companies rent workspace within a coworking space. This can support a wide variety of incentives, such as cost saving, flexibility, creating added value for employees and much more.*
- *Sponsorship – companies use this to seek cooperations with coworking spaces and innovative startups. Moreover, such sponsorships can help to cultivate a company's image.*
- *Think tank – companies open coworking-type spaces. This is where the company specifically seeks contact with freelancers and startups in order to achieve all-round creative developments at an early stage.*
- *Accelerator and incubator programmes. The targeted promotion of startups by companies with the aim of gaining access to innovations.*
- *Imitation – here certain elements of coworking are consciously imitated by companies in order to positively influence well-being, communication and the capacity for innovation through greater levels of freedom.*

¹⁹ Rief et al. 2014, Kapitel 6

¹⁹ Rief et al. 2014, Chapter 6

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



- Coworking statt Home Office – ein Modell, das seinerzeit aus der Perspektive von Mitarbeitern betrachtet wurde, die überhaupt kein Firmenbüro mehr zur Verfügung gestellt bekamen und daher selbst in Coworking Spaces wechselten. Es hat sich inzwischen jedoch klar herausgestellt, dass reine Home Office Arbeitsumgebungen auf Dauer allenfalls für eine kleine Minderheit aller Knowledge Worker geeignet sein dürften.

Weitere Modelle des Corporate Coworking waren zum Zeitpunkt der Studie teilweise – in seltenen Einzelfällen – schon realisiert, zum anderen waren sie für die Zukunft absehbar. Wir nennen diese hier der Vollständigkeit halber stichwortartig:²⁰

- Coworking statt Home Office. Anders als im oben erwähnten, gleichnamigen Modell wird hier verstärkt auf Mitarbeiter abgezielt, die häufig unterwegs sind und im Übrigen auf eigenen Wunsch viel Zeit im Home Office verbringen würden. Arbeiten abseits der Isolation des Home Office, aber dennoch in Wohnort-Nähe kann eine weitere Motivation für Coworking darstellen.
- Coworking zur Weiterbildung. Die offene Atmosphäre, verbunden mit aktuell nachgefragten Kompetenzen in Coworking Spaces kann durchaus geeignet sein, Mitarbeiter den Austausch mit Coworkern ähnlicher Fachrichtung suchen zu lassen.



- *Coworking instead of home office – a model that was viewed from the perspective of employees at the time, who had no more corporate office space available to them and therefore made the transition to coworking spaces. In the meantime, however, it has become apparent that pure home office working environments should at most only be suitable for a small minority of all knowledge workers over the longer term.*

Other models of corporate coworking had been – in rare individual cases – partly realised at the time of the study and were, on the other hand, conceivable for the future. For the sake of completeness, we shall name these here in abbreviated form:²⁰

- *Coworking instead of home office. In contrast to the above-mentioned model of the same name, this is aimed more at employees who are frequently on the road and who would otherwise spend a lot of time in their home office at their own request. Working without the isolation of the home office, but nevertheless close to your home can present another incentive for coworking.*
- *Coworking for further training. The open atmosphere, combined with the skill sets currently in demand within coworking spaces, can be perfectly suited to employees who are seeking to exchange ideas with coworkers in similar lines of work.*

²⁰ Rief et al. 2014, Kapitel 6.2

²⁰ Rief et al. 2014, Chapter 6.2

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



- Coworking als Sabbatical. Vermehrt werden Coworking Spaces auch an attraktiven Urlaubsorten eröffnet. So existieren Spaces z. B. auf Mallorca²¹, Barcelona, Bali, Marokko, Reykjavik²² und vielen anderen Orten. Es ist natürlich auch eine Option für Unternehmen, dieses Angebot zu nutzen, beispielsweise als Belohnung oder auch für temporäre Projekte in betont kreativitätsfördernder Umgebung.
- Coworking im Unternehmen bzw. im Unternehmensverbund. In diesen Modellen werden unternehmenseigene Coworking-Bereiche geschaffen, die es – vor allem in größeren Unternehmen – gestatten, die Kommunikation zwischen den Fachbereichen zu verbessern. Dies kann auch unternehmensübergreifend von Vorteil sein, wenn zum Beispiel Entwicklungspartnerschaften bestehen.
- Buchen von Startups zur Ideen- und Produktentwicklung. Dies wird zwar heute schon vielfach praktiziert, dennoch halten wir die Rolle von Coworking Spaces als »Kontaktvermittler« hier für längst nicht ausgereizt. Hier existieren große Potenziale zur Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Coworking Spaces.



- *Coworking as a sabbatical. Coworking spaces are also opening up increasingly at attractive holiday locations. Thus there are spaces e. g. in Mallorca²¹, Barcelona, Bali, Morocco, Reykjavik²² and many other places. It is, of course, also an option for businesses to make use of these locations, for example as rewards or even for temporary projects in surroundings that purposely promote creativity.*
- *Coworking in companies and corporate groups. In these models company-specific coworking areas are created, which – especially within larger corporations – allow improved communication between departments. This can also have company-wide benefits, if, for example, development partnerships exist.*
- *Booking of startups for idea and product development. This is already widely practised today, but we believe that the role of coworking spaces as "contact mediation points" has been nowhere near fully exploited. There is great potential here for cooperation between companies and coworking spaces.*

21 Rayaworx 2015

22 o. V. 2015a

21 Rayaworx 2015

22 N. N. 2015a

3.2

ENTWICKLUNGEN DES COWORKING SEIT ABSCHLUSS DER STUDIE »FASZINATION COWORKING« // DEVELOPMENTS IN COWORKING SINCE THE COMPLETION OF THE STUDY ENTITLED "FASCINATION OF COWORKING"

Es ist natürlich selbstverständlich, dass sich in diesem jungen, hochdynamischen Arbeitsumfeld sehr schnell mannigfaltige Änderungen vollziehen. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit wollen wir hier nur ein paar wesentliche Entwicklungen aufzeigen, die uns seit der Fertigstellung von »Faszination Coworking« besonders aufgefallen sind.

It is, of course, only natural that multiple changes are taking place very quickly within this young, highly dynamic working environment. Without claiming to provide an exhaustive list, we would like to point out here just a few of the major developments that have been particularly noticeable to us since "Fascination of Coworking" was completed.

3.2.1 Professionalisierung des Coworking

Generell ist in der Welt des Coworking eine klare Tendenz zur Professionalisierung zu erkennen. Hier sind unserer Beobachtung nach vor allem die folgenden Merkmale zu nennen:

- Wurde zu Beginn die »coole Community« eher als schöne Begleiterscheinung verstanden, die mehr oder weniger automatisch dadurch zustande kommt, dass es eben – quasi naturgegeben – coole Leute sind, die in Coworking Spaces zusammenkommen, wird mittlerweile die herausragende Bedeutung des »Community Managements« erkannt. Gelegentlich wird dies sogar als grundsätzlich neue Rolle auch für die Arbeit in Unternehmen bezeichnet²³ – wohl durchaus zu Recht. Denn so cool die Community sich gerade im Coworking gezeigt hat, so kreativ und performant kann sie auch sein. Doch dies ist kein Selbstläufer, wie wir im Rahmen von »Faszination Coworking« bereits erläutert hatten²⁴. Diese Erkenntnis scheint sich nach unserem Eindruck unter den Space-Betreibern stabilisiert zu haben. Angesichts

3.2.1 Professionalisation of coworking

Generally speaking, a clear tendency towards professionalisation can be seen in the world of coworking. In our experience, the following characteristics are particularly worthy of mention:

- *In the beginning, the "cool community" was seen rather as a pleasant side effect which had more or less come into being automatically, by way of the fact that there are simply – quasi naturally – cool people who come together in coworking spaces, while in the meantime the great significance of "community management" has become recognised. Occasionally this is even described as a fundamental new role for corporate work²³ – and quite rightly so. For as cool as the coworking community has shown itself to be, it can also be just as creative and well-performing. But this is no sure-fire success as we have already explained within the context of "Fascination of Coworking"²⁴. This perception seems to have levelled off*

²³ Magnolfi 2015; insbes. Folie 14

²⁴ Rief et al. 2014, S. 86 ff.

²³ Magnolfi 2015; specific. slide 14

²⁴ Rief et al. 2014, p. 86 ff.

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



der strategischen Bedeutung einer guten, funktionierenden Community für Coworking Spaces ein sehr wichtiger Ansatz für die Professionalisierung des Coworking.

- Die Geschäftsmodelle von »normalen« Coworking Spaces tendieren zu einer allmählichen Vereinheitlichung. Die Geschäftsfelder Work (Arbeitsplatz), Meet (Meetingräume), Learn (Veranstaltungen) und – nicht unwesentlich – Eat (Speisen und Getränke, Kaffee) werden in aller Regel in unterschiedlicher Gewichtung zur Verfügung gestellt.
- Auch die Preisgestaltung im Coworking folgt verbreitet einem gewissen Muster: vergleichsweise günstige Preise für »Einsteiger« mit Flexible Desk, Teilzeit-Nutzung und Basic Services stehen zumindest Preisaufschläge für »extended Services« wie z.B. fest gemietetes Mehrpersonenbüro, 24/7-Nutzung etc. gegenüber. Dies dürfte auch langfristig für Coworking Sinn machen, weil es für die Spaces dafür sorgt, dass auch immer wieder Neue Coworker hinzukommen, die für eine langfristige Belebung der Community sorgen können.
- Dennoch existiert weiterhin Raum für neue Ideen und Differenzierung. Wir nennen als Beispiel, dass es neben der klassischen Nutzung von Workspace gegen Entgelt auch Coworking Spaces gibt, die Coworking für ihre Nutzer umsonst anbieten²⁵ – ohne einen monetären Preis zumindest. Sehr konsequent wird dies in den Niederlanden betrieben, wo »Seats2Meet« viele seiner Coworking Plätze alleine für das Teilen von »Social Capital« vergibt:



"The organization offers nearly 80,000 seats across its locations in exchange for nothing more than "social capital", or the sharing of knowledge and expertise, while another 240,000 chairs, located in the meeting rooms and private offices of Seats2Meet locations, range from €20 to €60 (\$22 to \$65) per person per day.²⁶"



among space operators in our opinion. Considering the strategic importance of a good, functioning community for coworking spaces, a very important approach for the professionalization of coworking.

- *The business models of "normal" coworking spaces have a tendency towards gradual unification. The business areas of Work (workplace), Meet (meeting rooms), Learn (events) and – not insignificantly – Eat (food and drinks, coffee) are provided to a varying degree as a general rule.*
- *The pricing structure in coworking broadly follows a certain pattern: comparatively lower prices for "newcomers" with flexible desks, part-time usage and basic services are, at the very least, set against surcharges for "extended services" such as fixed rental multi-person offices, 24/7 usage etc. This should be practical for coworking in the long run as it ensures a continual stream of new coworkers to the spaces who can ensure long-term invigoration for the community.*
- *There is, however, still room for new ideas and differentiation. Let's take for example the fact that, along with the traditional usage of fee-based workspace, there are also coworking spaces that offer their users coworking for free²⁶ – at least without any monetary cost. This is rigorously applied in the Netherlands, where "Seats2Meet" allocates lots of its coworking seats solely for the distribution of "social capital":*

25 Schürholz 2015

26 Lindzon 2015

25 Schürholz 2015

26 Lindzon 2015

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Solche Free Coworking Plätze sind kein Einzelfall. So bietet auch die cloudbasierte Web Plattform Wix in San Francisco und New York für die Dauer von sechs Monaten kostenlose Coworking Plätze²⁷ an.

Man kann nun fragen, was Free Coworking mit dessen Professionalisierung zu tun haben soll. Dagegen spricht natürlich der Grund, dass unentgeltliches Coworking weder Umsatz noch Gewinn, sondern ökonomisch zunächst nur Kosten erzeugt. Dafür sprechen auf der anderen Seite zwei Gründe: erstens vermag dieses Konzept die Dynamik und Lebendigkeit eines Coworking Spaces deutlich zu erhöhen, indem die Community regelmäßig durch neue Personen ergänzt wird. Durch die Anzahl der Personen im Netzwerk steigt bekanntlich dessen Leistungsfähigkeit an²⁸. Damit erhöht sich die Attraktivität der Coworking Spaces – eine ökonomisch nutzbare Entwicklung. Und zweitens vermögen Coworking Spaces grundsätzlich durch niedrige Eintrittsbarrieren recht schnell zu wachsen.

Dies wird deutlich in folgendem Zitat über das Business Model von Seats2Meet:



"I guess what they get out of it is a situation where the users of the workspaces really co-create a great work environment. And that must create a huge buzz around the space. I always tell people about this place. In fact, I just ran into an old colleague, a manager at a big corporation, who books meeting rooms here a lot because of the amazing atmosphere."²⁹



Such free coworking spaces are no exception. The cloud-based web platform, Wix, also offers free coworking seats²⁷ for six months in San Francisco and New York.

The question now arises as to what free coworking has to do with this professionalization? On the downside, of course, is the reason that non-fee-based coworking creates neither turnover nor profit, but only costs in the first instance. On the other hand, there are two reasons in its favour; firstly, this concept can considerably improve the dynamism and vibrancy of a coworking space, while the community is constantly replenished by new people. It's well known that the number of people in the network can improve its performance capability²⁸. This then increases the attraction of coworking spaces – a useful economic development. And secondly, coworking spaces generally have the ability to grow rather quickly due to their low barriers to entry.

This is made clear in the following quote regarding the business model used by Seats2Meet:

27 Lindzon 2015

28 Vgl. Netzwerkeffekt, z. B. unter o. V. 2016 . Hier ist auch zu bedenken, dass ausscheidende Personen nicht zwangsläufig das Netzwerk verkleinern, da sie bekannt bleiben und daher dem Netzwerk weiter zur Verfügung stehen.

29 Olma 2012, S. 13

27 Lindzon 2015

28 See network effect, e. g. under n. p. 2016. It's also worth bearing in mind that the network doesn't necessarily shrink in size due to outgoing people, as they are still known and therefore continue to be available to the network.

29 Olma 2012, p. 13

3.2.2 Coworkation

Arbeits- und Ferienaktivitäten miteinander zu verbinden, hatten wir schon im ersten Teil unserer Studie kurz angesprochen³⁰. Inzwischen hat sich diese Variante des Coworking jedoch konsequent weiterentwickelt.

Die Grundidee von Coworkation – eine Wortkombination aus »Coworking« und »Vacation« – besteht darin, Coworking gezielt an solchen Orten anzusiedeln, die auch einen gewissen Erholungswert bieten. Diese Coworking Spaces können in Naherholungsgebieten ansässig sein, wie z. B. Coconat³¹ in Brandenburg vor den Toren Berlins. Häufiger existieren solche Coworkation Places aber an attraktiven Urlaubsorten wie z. B. Lissabon, auf den kanarischen Inseln³², Mallorca³³, Bali³⁴ oder vielen anderen Urlaubsorten.

Wie lässt sich diese Form des Coworking, ja des Arbeitens überhaupt sinnvoll begründen? Nach einem ersten, zweifelnden Stirnrunzeln existieren dafür vielerlei Argumente:

- Wissensarbeit benötigt heute im Wesentlichen zwei Dinge: einen Laptop und einen Internetanschluss. Der Laptop ist heute leichtes Handgepäck, der Internetanschluss ist nahezu überall verfügbar. Mit anderen Worten: Coworkation ist möglich.
- Coworkation macht für Wissensarbeiter in unterschiedlichsten Situationen Sinn.

► ► "At first I thought, who would want to go to an amazing place such as Bali and work? But then, I realized the majority of employed Americans are still connected while on vacation, never really detaching themselves from their work. 82 percent of workers connect to the office on vacation and 65 percent of workers join an online meeting.³⁵"

3.2.2 Coworkation

In the first part of our study, we already touched briefly on combining work and holiday activities with one another³⁰. In the meantime, however, this variant of coworking has constantly developed.

The basic concept of coworkation – a combination of the words "coworking" and "vacation" – is to specifically establish coworking in places which also offer a certain recreational value. These coworking spaces can be based in local recreation areas such as Coconat³¹ in Brandenburg, in front of Berlin's gate. Such coworking places exist more frequently, however, at attractive holiday locations such as Lisbon, the Canary Islands³², Majorca³³, Bali³⁴ and many other holiday spots.

How can this form of coworking, indeed the work in general, be reasonably justified? After an initial quizzical frown, there are a number of reasons for this:

- *Modern-day knowledge work essentially requires two things: a laptop computer and an internet connection. Nowadays the laptop is light hand luggage, while you can get an internet connection almost anywhere. In other words: Coworkation is possible.*
- *Coworkation makes sense for knowledge workers in a variety of situations.*

30 Rief et al. 2014, S. 135

31 Vgl. <http://coconat-space.com/>

32 Beides Standorte für Surf Office, vgl. <http://www.thesurfoffice.com/>

33 Rayaworx, vgl. <http://www.rayaworx.eu/>

34 Hubud <http://www.hubud.org/>

35 Hedden 2015

30 Rief et al. 2014, p. 135

31 See <http://coconat-space.com/>

32 Both locations for Surf Office, see <http://www.thesurfoffice.com/>

33 Rayaworx, see <http://www.rayaworx.eu/>

34 Hubud <http://www.hubud.org/>

35 Hedden 2015

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Ob es nun Urlauber sind, die sich nebenher noch ein paar Stunden Zeit für die Arbeit nehmen wollen, ohne dafür auf den Urlaub im Ganzen verzichten zu müssen, ob es Freelancer oder Startups sind, die sich für ihre Arbeit eine angenehme Location aussuchen wollen, ob es Teams sind, die in cooler Atmosphäre konzentriert an einem Projekt arbeiten und durch die Abwechslung ihrer Kreativität Auftrieb geben wollen – für all diese und viele andere Arbeitsszenarien macht Coworkation Sinn. Anders ausgedrückt: Coworkation ist sinnvoll.

- Coworkation wird von manchen Freelancern als Möglichkeit angesehen, Geld zu sparen: *»For a \$446 fee, those seeking a work vacation have three months of unlimited access to Hubud and become a member of Tribewanted. (This does not include food or accommodations.) The average monthly living and working costs for digital nomads in Ubud³⁶ amount to \$1,066, a stark contrast to San Francisco where this currently stands at \$4,854, or New York City, with average costs of \$5,332 per month.«³⁷* Anders gesagt: Coworkation ist bezahlbar
- Coworkation ist imstande, Funktionen zu übernehmen, wie wir sie bislang nur vage andeuten konnten, z. B. die Belebung ländlicher Gebiete³⁸, wie dies in Frankreich beispielsweise Mutinerie Village gelungen ist – einem Coworkation Space im ländlichen Raum, ca. 90 Minuten von Paris entfernt, auf einem ehemaligen Bauernhof inkl. ca. 40 ha Grün rundum – wahrlich eine Alternative, um sich vom Arbeiten in der Metropole für eine Zeit zurückzuziehen. Die Aussichten für eine Förderung³⁹ solcher Initiativen durch lokale Tourismus- oder Wirtschaftsverantwortliche sollten ebenfalls gut sein, weil hierdurch wirksame Strukturpolitik



Be it holidaymakers who want to set aside a few additional hours for work without having to forego their holiday altogether, freelancers or startups who want to find a nice location for their work, or teams who want to work intently on a project in cool surroundings and boost their creativity through the change – coworking makes sense for all these and many other work scenarios. In other words: Coworkation is practical.

- Coworkation is seen by some freelancers as an opportunity to save money: *"For a \$446 fee, those seeking a work vacation have three months of unlimited access to Hubud and become a member of Tribewanted. (This does not include food or accommodation.) The average monthly living and working costs for digital nomads in Ubud³⁶ amount to \$1,066, a stark contrast to San Francisco where this currently stands at \$4,854, or New York City, with average costs of \$5,332 per month."³⁷* In other words: Coworkation is affordable
- Coworkation is capable of assuming functions which were hitherto only vaguely imaginable, e. g. the revitalisation of rural areas³⁸ such as was successful in Mutinerie Village, in France – a coworking space in a rural area, located on a former farm approx. 90 minutes from Paris and including around 40 hectares of green area around it – a true alternative offering a temporary retreat from working in the big city. The prospects of promoting³⁹ such initiatives through local tourism and business operators should be equally good, as structural policy can be effectively designed in this way. In other words: Coworkation is also sustainable through the support of local economic development.

36 Ubud – Kleinstadt auf Bali, Touristenattraktion, gilt als kulturelles Zentrum Balis

37 Jansen 2015

38 Rief et al. 2014, S. 33

39 Wolf 2015

36 Ubud – small town in Bali, tourist attraction, is the cultural centre of Bali

37 Jansen 2015

38 Rief et al. 2014, p. 33

39 Wolf 2015



gestaltet werden kann. Mit anderen Worten: Coworkation ist zukunftsfähig auch durch die Unterstützung lokaler Wirtschaftsförderung.

- Natürlich bietet es sich für viele (Urlaubs-) Hotels geradezu an, als funktionale Träger von Coworkation zu fungieren⁴⁰. Eine Hotel-Lobby, die ohnehin vorhanden ist und obendrein über weite Strecken des Tages kaum genutzt wird, kann mit geringem Aufwand in eine Coworking Location umgestaltet werden. Allerdings: auch hier genügt die Räumlichkeit alleine nicht; ohne ein gewissenhaft betriebenes Community-Management wird der wahre Erfolg ausbleiben.
- Umgekehrt existieren Gebäude an Ferienorten, die zu Coworking- oder Coliving-Standorten umgestaltet werden; ein deutlicher Trend hierzu bildet sich gerade aus. Entweder bieten diese Locations Arbeiten und Wohnen in einem gemeinsamen Space an oder sie kooperieren mit nahe gelegenen Hotels oder Lodges, um ein attraktives und obendrein häufig sehr günstiges Angebot für Coworkation bereitzustellen. Mit anderen Worten: Coworkation ist vielfältig und einfach realisierbar.

3.2.3 Coworking organisiert sich

Trotz allen überragenden Erfolgs des Coworking wird allerdings inzwischen auch sichtbar, dass Coworking Spaces gut daran tun, sich untereinander zu vernetzen und zu organisieren. Dafür sprechen u. a. folgende Gründe:

- Das spektakuläre frühe Wachstum des Coworking wird sich mit der Zeit verlangsamen. Nicht dass Anzahl und Größe von Coworking Spaces nicht mehr wachsen würden, die Wachstumsraten werden allerdings – natürlicherweise – allmählich geringer.



- *Many (holiday) hotels, of course, lend themselves very well to acting as functional supporters of coworkation⁴⁰. A hotel lobby, which is already available anyway, as well as being mostly unused for large parts of the day, can be converted into a coworking space with little effort. However, even here the space alone is not enough: without precisely run community management, true success will be lacking.*
- *Conversely, there are buildings in holiday resorts that are being transformed into coworking or coliving locations; a clear trend is now emerging here. These locations either provide working and living in a common space or they cooperate with nearby hotels or lodges to provide an attractive, but normally very affordable, proposition for coworkation. In other words: Coworkation is versatile and easy to implement.*

3.2.3 Coworking is organised

Despite all the outstanding success of coworking, however, it's also becoming apparent that coworking spaces would do well to handle the networking and organisation among themselves. The reasons for this are as follows:

- *The spectacular early growth of coworking will slow down over time. Not that the number and size of coworking spaces will no longer increase, but the growth rates will naturally become progressively lower.*

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



- Auch im Coworking droht allmählich so etwas wie »Alltag« einzukehren. Bedrohlich ist dies deshalb, weil Alltag auf der einen und Innovationskraft, Begeisterung, Kreativität und Coolness der Community auf der anderen Seite nicht so recht zusammenpassen wollen, zumindest nicht auf Dauer.
- Coworking findet inzwischen so viele vermeintliche Nachahmer aus unterschiedlichsten Branchen, dass eine klare Differenzierung des »echten« vom »unechten« Coworking angezeigt erscheint⁴¹.
- Zusammenarbeit zwischen Coworking Spaces kann auch auf operativer Ebene für alle Beteiligten nur von Vorteil sein. Dieser Gedanke sollte gerade Coworking Spaces bewusst sein, deren Erfolg ja von der Bildung einer funktionierenden, einzigartigen Community abhängt. Warum also nicht auch eine Community von Coworking Spaces untereinander bilden? Coworking als Bewegung benötigt hier mehr als »nur« tolle Konferenzen wie z. B. die »Coworking Europe«, auf welcher jährlich im November sehr viele Gäste der Coworking Szene buchstäblich aus aller Welt zusammen kommen. Coworking benötigt auch Formen der alltäglichen Zusammenarbeit – am besten nicht nur regional und national, sondern auch international.
- Aber auch nationale und regionale Coworking Organisationen haben natürlich ihre Berechtigung, um die Zusammenarbeit zu verbessern und eine entsprechende Interessenvertretung gegenüber Politik und Wirtschaft zu etablieren.

Die Entwicklung von Coworking Organisationen ist noch im Gange. Die Website des »Coworking Handbook⁴²« kennt aktuell weltweit 16 Coworking Associations and Organizations.



- *Even in coworking, something akin to "everyday life" is threatening to set in. This is dangerous because everyday life on the one hand and innovation, enthusiasm, creativity and coolness of the community on the other, do not sit so easily with one another, at least not in the long run.*
- *There are now so many supposed imitators of coworking to be found across various business sectors, that a clear differentiation between "genuine" and "non-genuine" coworking seems advisable⁴¹.*
- *Cooperation between coworking spaces can only be advantageous to all those involved including at operational level. Coworking spaces should be precisely aware of this concept as their success depends on the development of a unique, functioning community. Why not therefore also create a community of coworking spaces among one another? Coworking as a movement requires more than "just" great conferences such as "Coworking Europe", at which many guests from the coworking scene come together every year in November, literally from around the world. Coworking also needs forms of everyday cooperation – ideally not just regional and national, but also international.*
- *But, of course, national and regional coworking organisations also have the right to improve cooperation and to establish an appropriate lobby against politics and economics.*

The development of coworking organisations is still in progress. The "Coworking Handbook⁴²" website currently recognises 16 coworking associations worldwide.

41 Vgl. hierzu Abschnitt 3.2.4 dieser Arbeit

42 <http://coworkinghandbook.com/coworking-associations-organizations/> (Abrufdatum 19.04.2016). Die folgende Zusammenstellung wurde dieser Seite entnommen, aber etwas umsortiert

41 See also section 3.2.4 of this study

42 <http://coworkinghandbook.com/coworking-associations-organizations/> ;(call-up date 19.04.2016). The following compilation was taken from this webpage, but has been somewhat rearranged

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Dies sind im Einzelnen:

- Global
 - Open Coworking
 - League of Extraordinary Coworking Spaces LExC
- Asia Pacific
 - Coworking Association of Asia Pacific (CAAP) Asia Pacific
- Europe
 - European Coworking Assembly (Europe)

National:

- Belgium
 - Coworking Belgium
- Brasil
 - Coworking Brasil
- Canada:
 - Coworking Canada
 - Coworking Ontario
 - Coworking Toronto
- Croatia
 - Coworking Croatia
- Germany
 - German Coworking Federation/Bundesverband
Coworking Deutschland
- Spain
 - Asociación [Española] de Espacios de Coworking
- USA
 - Coshare
 - Dallas Coworking Collective
 - Denver Coworks
 - The Seattle Collaborative Space Alliance

Man erkennt leicht, dass sich dieser Prozess noch in den Kinderschuhen befindet, von einer flächendeckenden Versorgung kann auf absehbare Zeit noch nicht mal im Ansatz gesprochen werden.



These are specifically:

- *Global*
 - *Open Coworking*
 - *League of Extraordinary Coworking Spaces LExC*
- *Asia Pacific*
 - *Coworking Association of Asia Pacific (CAAP)
Asia Pacific*
- *Europe*
 - *European Coworking Assembly (Europe)*

National:

- *Belgium*
 - *Coworking Belgium*
- Brazil*
 - *Coworking Brazil*
- *Canada:*
 - *Coworking Canada*
 - *Coworking Ontario*
 - *Coworking Toronto*
- *Croatia*
 - *Coworking Croatia*
- *Germany*
 - *German Coworking Federation/Bundesverband
Coworking Germany*
- *Spain*
 - *Asociación [Española] de Espacios de Coworking*
- *USA*
 - *Coshare*
 - *Dallas Coworking Collective*
 - *Denver Coworks*
 - *The Seattle Collaborative Space Alliance*

It's easy to see that this process is still in its early days, while it's too early to talk of a comprehensive coverage in the foreseeable future, not even in concept.

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Am Beispiel der »German Coworking Federation«, die sich auf der deutschen Coworking Konferenz »Cowork 2015« in Stuttgart gebildet hat, wollen wir zum Abschluss noch einen kurzen Blick in das Selbstverständnis dieser Organisation werfen.

Als Leitbild ist hier u. a. zu lesen:⁴³

»Die German Coworking Federation hat zum Ziel, Coworking als eine Arbeitskultur der Zukunft zu etablieren. In einer vernetzten Wissensgesellschaft sind Ort, Zeit und Zusammensetzung von Teams einem ständigen Wechsel unterzogen. Coworking als Form freien und selbstbestimmten Arbeitens ist eine Antwort darauf und stellt Räume, Gemeinschaft und Interaktion zwischen den Nutzenden zur Verfügung.

Die German Coworking Federation unterstützt ein Netz aus Menschen, Räumen und Sympathisanten, welches unsere Vision einer neuen Form der Zusammenarbeit und Arbeitskultur trägt. Die German Coworking Federation versteht sich hierfür als Mittler, Entwickler und Wegbereiter. Wir unterstützen Coworker und Coworking Spaces, möchten zur Diskussion anregen, zur persönlichen Begegnung zusammenführen, zur Mitgestaltung einladen, zum Thema Coworking überregionale Projekte und Forschung anregen sowie Öffentlichkeit herstellen.«

Es wird in jedem Fall spannend bleiben, diese Entwicklung weiter zu beobachten. Jedenfalls ist der Coworking Szene zu wünschen, dass sie in der regionalen, nationalen und internationalen Kooperation ein echtes Coworking zu etablieren imstande ist. Denn Coworking ohne Kooperation auf allen Ebenen wäre letztlich absurd. Zu diskutieren ist allerdings die bestmögliche organisatorische Form solcher Kooperationen.



By using the "German Coworking Federation" as an example, which was formed at the German coworking conference, "Cowork 2015", in Stuttgart, we would like to conclude by taking another brief look at the self-image of this organisation.

The following, in particular, should be read as a guideline:⁴³

"The aim of the German Coworking Federation is to establish coworking as a work culture of the future. In an integrated, knowledge-based society, the location, age and composition of teams are constantly undergoing change. Coworking as a form of free and self-sufficient work is a response to this and provides space, community and interaction between its users.

The German Coworking Federation supports a network of people, spaces and sympathisers, which promotes our vision of a new form of cooperation and work culture. The German Coworking Federation therefore sees itself as a mediator, developer and pioneer. We support coworkers and coworking spaces and wish to stimulate discussion, bring about personal encounters, invite active participation, inspire nationwide projects and research on the subject of coworking and create publicity."

It will be interesting to observe this development in any event. In any case, it is hoped within the coworking scene that it is capable of establishing true coworking with regional, national and international cooperation. Because ultimately, coworking without cooperation at all levels would be absurd. However, the best possible organisational form of such cooperations is open for discussion.

43 Vgl. <http://coworkinggermany.tumblr.com/> (Abrufdatum 19.04.2016)

43 See <http://coworkinggermany.tumblr.com/> (call-up date 19.04.2016)

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS

3.2.4 WeWork

Die in den vergangenen Jahren wohl am spektakulärsten gewachsene coworking-ähnliche Organisation weltweit stellt mit Sicherheit WeWork dar. 2011 mit relativ bescheidenen Mitteln von ca. 10.000 US-Dollar gestartet, hat das Unternehmen seither eine geradezu schwindelerregende Entwicklung genommen:

»Kennen Sie die amerikanische Firma Wework? Sie ist gerade fünfjährig geworden, hat in sechs Finanzierungsrunden 970 Millionen Dollar aufgenommen und ist konservativ geschätzt 5, vielleicht auch 10 Milliarden Dollar wert, wie Bloomberg kürzlich schrieb. Wework mietet leer stehende Büroflächen in den USA und Europa, teilt sie in kleine Parzellen auf und richtet Co-Working-Spaces ein, in denen Freelancer ab 45 Dollar pro Monat arbeiten können. Über 23.000 Mitglieder sind bei Wework angeschlossen, viele weitere stehen auf der Warteliste.«⁴⁴

Neueste Marktbeobachtungen schätzen WeWork mittlerweile auf sagenhafte 16⁴⁵ bis 17 Milliarden Dollar ein.⁴⁶ Dieser gigantische ökonomische Erfolg wirkt zunächst alles andere als coworking-typisch, wo doch die Mehrzahl der Spaces mit eher bescheidenen Gewinnmargen auskommen muss – wenn überhaupt. Es liegt also nahe, nach dem Geschäftsmodell von WeWork zu fragen, nach Gemeinsamkeiten und Differenzen zu dem zu suchen, was wir heute unter Coworking verstehen⁴⁷.

3.2.4 WeWork

WeWork is undoubtedly the coworking-type organisation with the most spectacular growth worldwide in recent years. Started in 2011 with relatively modest resources of approx. USD 10,000, since then the company has developed at a truly staggering rate:

"Are you aware of the American company WeWork? It has just reached its fifth year of trading, raised 970 million dollars over the course of six rounds of financing and, as recently reported by Bloomberg, is conservatively estimated to be worth between 5 and 10 billion dollars as a business. WeWork rents empty office spaces in the USA and Europe, divides these into small partitions and sets up coworking spaces with prices starting at 45 dollars a month, in which freelancers can work. Over 23,000 members have now joined WeWork, with many others on the waiting list."⁴⁴

The latest market observations now estimate WeWork's value at an incredible 16⁴⁵ to 17 billion dollars.⁴⁶ At first this huge economic success appears anything but typical for coworking, where the majority of spaces must manage on rather meagre profit margins – if any at all. It therefore makes sense to question WeWork's business model, to search for similarities and differences with it, compared to what we currently perceive as coworking⁴⁷.

⁴⁴ Morgenthaler 2015

⁴⁵ Vgl. <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/157889/umfrage/ranking-der-wertvollsten-digitalen-start-ups/> (Abrufdatum 25.08.2016)

⁴⁶ Weinberger 2016

⁴⁷ In Diskussionen wird immer häufiger der Begriff des »klassischen Coworking« verwendet – eigentlich schon fast absurd, da Coworking ja erst seit gut zehn Jahren existiert. Letzten Endes ist dieser Begriff jedoch ein klarer Hinweis auf die äußerst dynamische inhaltliche Entwicklung des Coworking

⁴⁴ Morgenthaler 2015

⁴⁵ See <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/157889/umfrage/ranking-der-wertvollsten-digitalen-start-ups/> (call-up date 25.08.2016)

⁴⁶ Weinberger 2016

⁴⁷ The term 'classic coworking' is being used more and more often in discussions – an almost absurd concept, as coworking has only really existed for just over ten years. Ultimately, however, this term is a clear indication of the highly dynamic content development of coworking.

**DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« –
ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN //
"FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS
AND FURTHER DEVELOPMENTS**



»Das Geschäftsmodell von WeWork ist weder neu noch besonders ausgeklügelt. Die Firma mietet Büroflächen, unterteilt sie in kleinere Einheiten und vermietet diese an Jung- und Kleinunternehmen. Mit diesem simplen Rezept wurde die vor fünf Jahren gegründete Firma zur am raschesten wachsenden Mieterin von neuen Geschäftsflächen in New York, wo sie bereits 16 Standorte besitzt. Weitere befinden sich in anderen US-Städten, in Tel Aviv, Amsterdam und London, insgesamt sind es 29. Ende 2015 sollen es doppelt so viele sein.«⁴⁸

Bis hierher hat das allerdings noch nichts mit Coworking gemein, es klingt eher nach einem klassischen, wenn auch sehr erfolgreichen Vermieter von Office Space. Doch weiter:

(...) »Das Erfolgsrezept der Firma scheint darin zu liegen, dass sie ihren Mietern nicht nur Platz, Möbel und einen Internetanschluss bietet. Arbeiten wird hier als eine Form der Selbstverwirklichung zelebriert, die Innenarchitektur lässt andernorts verbreitete graue Stellwände als archaische Relikte erscheinen. Aber eigentlich verkauft WeWork den Zugang zu einem Netzwerk von Gleichgesinnten oder zumindest nützlichen Personen.«⁴⁹

Hier wird es dem Coworking schon ähnlicher. Dennoch: da es für den Zweck des Community-Building ja auch schon vorher Coworking Spaces gab, ist auch hierdurch der außergewöhnliche Erfolg noch nicht zu erklären. Und auch die Tatsache, dass es Fassbier, Fairtrade-Kaffee und Obst in den Büros umsonst gibt, dürfte wohl nicht entscheidend sein – zumal die Preise z. B. für ein kleines Zweierbüro mit 1400 \$⁵⁰ über dem sonst üblichen Niveau in New York liegen. Mit anderen Worten: am Freibier liegt es nicht.



"The business model at WeWork is neither new nor particularly sophisticated. The company rents office spaces, divides these into smaller units and lets these out to startups and small businesses. Using this simple formula, the company, which was formed five years ago, has become one of the fastest growing leaseholders of new commercial space in New York where it already occupies 16 locations. It also has further sites in other US cities, in Tel Aviv, Amsterdam and London, with a total of 29 locations overall. This figure is expected to double by the end of 2015."⁴⁸

To date, however, this has had nothing in common with coworking, but rather it sounds like a conventional, if also extremely successful, renter of office space. Furthermore:

(...) "The company's success formula appears to lie in the fact it doesn't just provide space, furniture and an internet connection. Work is celebrated here as a form of self-realisation, while the interior design makes the grey partition walls, which are commonplace elsewhere, seem like ancient relics. But, in actual fact, WeWork sells access to a network of likeminded or at any rate useful individuals."⁴⁹

In this regard, it is more similar to coworking. Nevertheless, as coworking spaces have previously existed for the purpose of community building, the exceptional success can also not be attributed to this factor. And even the fact that there is free draught beer, Fairtrade coffee and fruit in the offices is also unlikely to be decisive here – especially as the prices e. g. for a small two-person office are, at \$1400⁵⁰, higher than the normal rate for New York. In other words: free beer plays no role in this.

48 Stamm 2015

49 Stamm 2015

50 Stamm 2015

48 Stamm 2015

49 Stamm 2015

50 Stamm 2015

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« –
ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN //
"FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS
AND FURTHER DEVELOPMENTS



Eine Differenzierung zu Coworking Spaces ist eher in zusätzlichen Services zu suchen, die für die Zielgruppe der US-amerikanischen Freelancer und Startups offenbar sehr attraktiv sind:

»Zipcar ist auch hier mit im Boot, ein anderer attraktiver Partner ist TriNet, über den von der Krankenversicherung bis zur Steuerveranlagung eine Reihe Dienstleistungen zu kleinst-unternehmerfreundlichen Konditionen angeboten werden. Sprechstunden mit Führungskräften und Coaches, Vorträge, Friday Brunch, Happy Hour und das alljährliche Summer Camp machen WeWork zu weit mehr als einem reinen coworking space.⁵¹«

Zipcar ist einer der weltgrößten Carsharing-Services, Wework-Mitglieder erhalten ein vergünstigtes Angebot zur Nutzung. Bedeutender dürften die vergünstigten TriNet-Konditionen sein, die über Wework geboten werden. Mindestens ebenso wichtig dürfte es sein, dass über ein großes Netzwerk von über 250 kooperierenden Unternehmen vielfältige interessante Kontakte zu Corporates praktisch mitgeliefert werden. Hier dürfte sich Wework von vielen Coworking Spaces deutlich differenzieren können.

Seit 2014 war WeWork unter dem Namen »WeLive« auch mit der Planung von Coliving Centers befasst.⁵² Dies wurde im Januar 2016 in New York City erstmals in die Tat umgesetzt – 80 WeWork-Coworker bezogen den ersten, intern als Betatest verstandenen, Coliving Space. Auch hier plant WeWork von vornherein groß: der Coliving-Komplex soll potenziell bis zu 600 Personen auf 20 Stockwerken beherbergen können, weltweit wird eine Kapazität von bis zu 34 000 Coliving-Teilnehmern in den kommenden drei Jahren anvisiert⁵³.



A differentiation from coworking spaces can be found in the additional services, which is clearly very attractive for the target group of US freelancers and startups:

"Zipcar is also in the same boat, while another attractive partner is TriNet, through which a range of microbusiness-friendly services from health insurance to tax assessment are offered. Consultations with managers and coaches, presentations, Friday brunch, happy hour and the annual summer camp make WeWork much more than just a pure coworking space.⁵¹"

Zipcar is one of the world's biggest car sharing services, which WeWork members receive a discounted rate to use. Potentially of even greater significance are the special terms for using TriNet that are offered via WeWork. Perhaps equally important is the fact that a number of interesting contacts are provided via a large network of more than 250 cooperating businesses. This is perhaps where WeWork differs considerably from many coworking spaces.

WeWork had been involved in the planning of coliving centres since 2014, under the name "WeLive".⁵² This was first put into practice in January 2016, in New York – 80 WeWork coworkers moved into the first coliving space, which was seen internally as a beta test. Even here, WeWork had big plans from the outset: the coliving complex was intended to house potentially up to 600 people across 20 floors, while a worldwide capacity of up to 34 000 users was targeted over the next three years⁵³.

51 o.V. 2015b

52 Brown 2014

53 Vgl. zu diesen Angaben Kessler 2016

51 N.p. 2015b

52 Brown 2014

53 See also information Kessler 2016

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Bei allem beeindruckenden Erfolg, den WeWork für sich beanspruchen kann, stellt sich die Frage, ob es sich hier tatsächlich überhaupt noch um Coworking handelt. Zunächst ist man geneigt, diese Frage zu bejahen – wenn wir unsere 2014 formulierte Definition des Coworking zugrunde legen:

»Coworking ist das **flexible Arbeiten** weitgehend **voneinander unabhängiger Wissensarbeiter** an einem **gemeinsamen, institutionalisierten Ort**. Das **hierarchie-freie soziale Netzwerk** ermöglicht dabei für die Beteiligten vielfältige **Kooperationsvorteile**.⁵⁴«

Setzen wir diese Definition mit ihren enthaltenen acht bestimmenden Merkmalen:

- flexibles
- Arbeiten
- voneinander unabhängiger
- Wissensarbeiter
- an einem gemeinsamen, institutionalisierten Ort
- hierarchiefreies
- soziales Netzwerk
- vielfältige Kooperationsvorteile

für unsere Bewertung an, so widerspricht auf den ersten Blick kein einziges dieser Merkmale dem Geschäftsmodell von WeWork.

Allerdings – gerade aus der Coworking-Szene wird vehement bestritten, dass WeWork tatsächlich Coworking Spaces betreibt.⁵⁵ Folgendes Zitat weist die Richtung für die Kritik:



For all the spectacular success that WeWork can lay claim to, the question arises as to whether this is in fact coworking at all. One is initially inclined to answer this question in the affirmative – if we base this on our 2014 definition of coworking:

*"Coworking is **flexible work** for knowledge workers largely **independent from one another** in a **common, institutionalized place**. The **hierarchy-free social network** allows a wide variety of **cooperation benefits** for participants."⁵⁴*

If we set this definition alongside its eight defining characteristics:

- flexible
- work
- independent
- knowledge workers
- in a common, institutionalised place
- hierarchy-free
- social network
- wide variety of cooperation benefits

for the purposes of our evaluation, at first glance none of these characteristics stand in contradiction with the business model of WeWork.

However, even outside the coworking scene, the idea that WeWork actually operates coworking spaces is vehemently denied.⁵⁵ The following quote gives grounds for the criticism:

⁵⁴ Rief et al. 2014, S. 43 – Hervorhebungen im Original nicht vorhanden

⁵⁵ Vgl. z.B. Johar et al. 2016

⁵⁴ Rief et al. 2014, p. 43 – emphases unavailable in the original

⁵⁵ see e.g. Johar et al. 2016

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« –
ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN //
"FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS
AND FURTHER DEVELOPMENTS



»Ich habe viele Hinweise auf »WeWork« wahrgenommen. Tenor hierbei ist, dass sich die Amerikaner mit dem Begriff Coworking schmücken, aber eine knallharte Optimierung hin zu modernen Businesscentern für Coworker und Achtung! »Proworker« vollziehen. Proworker wurden als Büro-Nomaden definiert, die flexible Arbeitsplätze benötigen, aber auf die Community wenig Wert legen.⁵⁶«

Dieses Argument ist gewichtig – besagt es doch, dass bei WeWork ausgerechnet das zentrale, bestimmende Element des Coworking – die Community – zugunsten einer gewinnträchtigen Vermietung von Office Space vernachlässigt wird. WeWork wäre demzufolge sehr viel mehr eine »Office Rental Company« bzw. ein Betreiber von Business Centern als ein Betreiber von Coworking Spaces.⁵⁷ Dafür spricht auch, dass die Preise von WeWork im Vergleich zu denen von Coworking Spaces ungewöhnlich hoch sind:

»Auf der Suche nach einem Charakteristikum, das Coworking Spaces von Immobilien- und Büovermietungsfirmen wie Regus, WeWork und Mindspace unterscheidet, wurde das Prinzip der Offenheit vorgeschlagen. Sie ist ein wichtiger Teil der reinen Lehre des Coworking und führt zu Innovationen, was Coworking Spaces so wertvoll für die Gesellschaft machen. Firmen wie WeWork und Mindspace, die Bürofläche mit dem Begriff Coworking besser vermarkten können, schützen sich vor dieser Offenheit durch den Preis, der den Zugang für die meisten Coworker unmöglich macht.⁵⁸«



"I have observed many references to "WeWork". The upshot hereby is that the Americans are adorning themselves with the term coworking, but are performing a no-holds-barred optimization with regard to modern business centres for coworkers and, most noticeably, "pro-workers". Pro-workers were defined as office nomads who required flexible workplaces, but didn't attach great importance to the community.⁵⁶"

This is a strong argument as it implies that, at WeWork, ironically the key defining element of coworking – the community – is neglected in favour of the profitable leasing of office space. It suggests that WeWork is therefore much more of an "office rental company" or an operator of business centres than an operator of coworking spaces.⁵⁷ The fact that WeWork's prices are unusually high compared to those of coworking spaces also supports this view:

"In the search for a characteristic that differentiates coworking spaces from property and office rental companies such as Regus, WeWork and Mindspace, the principle of openness was put forward. This is a key part of the pure theory of coworking and leads to innovations, which make coworking spaces so valuable for society. Companies such as WeWork and Mindspace, who can market office space better using the term coworking, protect themselves from this openness through the price, which makes admission impossible for most coworkers.⁵⁸"

56 Hentschel 2014

57 Johar et al. 2016

58 Schwarz 2016

56 Hentschel 2014

57 Johar et al. 2016

58 Schwarz 2016

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« – ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN // "FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS AND FURTHER DEVELOPMENTS



Das Merkmal der Offenheit gehört, wie wir gesehen haben⁵⁹, zu den fünf Grundwerten des Coworking.⁶⁰ Insofern kann es – wie auch die anderen Coworking-Grundwerte Community, Collaboration, Sustainability und Accessibility – durchaus geeignet sein, echtes vom Möchtegern-Coworking zu unterscheiden.

Und in der Tat geht WeWork bei der Preisgestaltung andere Wege als andere, »echte« Coworking Spaces. Vergleicht man exemplarisch die Preise von WeWork – Standort Berlin mit dem ebenfalls dort ansässigen Betahaus, ergibt sich folgendes Bild:

	Betahaus ⁶¹	Wework ⁶²
Schreibtisch Part Time (12 Tage/Monat) // desk part-time (12 days/month)	ab // from 89 €	ab // from –
Schreibtisch Full time (FlexDesk) // desk fulltime (FlexDesk)	ab // from 159 €	ab // from 300 €
Office // office	ab // from 299 €	ab // from 450 €



Abb. 8: Preisvergleich Betahaus – WeWork Standort Berlin

Es ist deutlich zu erkennen, dass WeWork offenbar einen anderen, zahlungskräftigeren Kundenkreis anspricht. Es leuchtet ebenso ein, dass ein Freelancer, der gerade dabei ist, sich um Finanzierung für den Aufbau seiner Firma zu kümmern, wenig Interesse daran haben dürfte, die WeWork-Preise zu bezahlen, sofern er dafür überhaupt imstande ist. Ähnliches dürfte für junge Startups gelten.

59 Vgl. Kapitel 3.1

60 Vgl. hierzu auch Rief et al. 2014, S. 47 ff.

61 Vgl. <http://www.betahaus.com/berlin/pricing/> (Abrufdatum: 25.08.2016)

62 Vgl. <https://www.wework.com/locations/berlin> (Abrufdatum: 25.08.2016); die Preise gelten für den Standort Hackescher Markt



The openness characteristic belongs, as we have seen⁵⁹, to the five core values of coworking.⁶⁰ In this respect, it can – just as with the other coworking core values of community, collaboration, sustainability and accessibility – be entirely appropriate to distinguish genuine coworking from the would-be variety.

And in fact, WeWork operates a different pricing structure than other "genuine" coworking spaces. If, for example, you compare the prices of WeWork's Berlin location with Betahaus, which is located in the same city, the following picture emerges:



Fig. 08: Price comparison Betahaus – WeWork Berlin

It is clearly apparent that WeWork appeals to a different, more affluent customer base. It also stands to reason that a freelancer who is in the process of securing financing for the development of his/her business may have little interest in paying the WeWork prices, if they are at all capable of doing so. The same may apply to young startups.

59 See chapter 3.1

60 See also Rief et al. 2014, p. 47 ff.

61 See <http://www.betahaus.com/berlin/pricing/> (call-up date: 25.08.2016)

62 See <https://www.wework.com/locations/berlin> (call-up date: 25.08.2016); prices relate to the Hackescher Markt location

DIE STUDIE »FASZINATION COWORKING« –
ERGEBNISSE UND WEITERE ENTWICKLUNGEN //
"FASCINATION OF COWORKING" STUDY – RESULTS
AND FURTHER DEVELOPMENTS



Die klassische Clientel von Coworking Spaces wird durch WeWork also offenbar nicht angesprochen. Aber wer dann?

Auf der einen Seite handelt es sich – wie eingangs zitiert – um »Jung- und Kleinunternehmen«⁶³. Das sollten solche Unternehmen sein, die ihre Gründungs- und frühe Etablierungsphase bereits hinter sich gebracht haben und nun höherwertigen Office-Space benötigen, ohne sich damit an zumindest mittelfristige Mietverträge binden zu müssen.

Eine weitere Klientel ergibt sich daraus, dass auch mehr und mehr »klassische« Unternehmen ihren Mitarbeitern WeWork-Büros zur Verfügung stellen – aus unterschiedlichsten Gründen.⁶⁴ Ob zur Erhöhung der Arbeitsplatz-Attraktivität, zur flexiblen Nutzung von Office Space, beispielsweise in neuen Standorten oder durchaus auch, um den Coworking-Effekt einer lebendigeren Community zu testen – das Spektrum der möglichen Motivationen ist hier sehr groß. Tatsache ist: Anbieter von Office Space wie WeWork zeichnen sich aktuell durch spektakuläre Wachstumsraten aus. Dies könnte wohl nicht geschehen, würde die Arbeitswelt »Office« sich zur Zeit nicht in einem spektakulären Wandel befinden – ein Wandel, der nicht zuletzt auch durch den Siegeszug des Coworking beeinflusst und gestaltet wurde.



Therefore, WeWork clearly doesn't appeal to the traditional clientele of coworking spaces. But who does it appeal to then?

On the one hand – as cited at the outset – are the "startups and small businesses"⁶³. These should be companies that have already been through their formation and early establishment stages and now require superior office space without the need to sign up to medium-term rental agreements.

Another type of clientele is emerging through the fact that more and more "conventional" businesses are also providing their employees with WeWork offices – for a variety of reasons.⁶⁴ Whether to increase the appeal of their workplace, to make flexible use of office space, for example in new locations, or even to test the coworking effect on a more vibrant community – the range of possible incentives is extremely high. The fact is, that office space providers such as WeWork are currently distinguishing themselves by spectacular growth rates. This probably wouldn't have been possible if the "office" working world wasn't undergoing spectacular change at this time – a change, which was influenced and created not least by the triumphant progress of coworking.

63 Stamm 2015

64 Wiczner 2015

63 Stamm 2015

64 Wiczner 2015

COWORKING FÜR UNTERNEHMEN //

COWORKING FOR BUSINESSES



Man wird sich nach all den exemplarisch genannten Entwicklungen der Coworking-Welt möglicherweise fragen: was hat dies alles mit Unternehmen, gar mit unserem Unternehmen zu tun? Und wenn Coworking für unser Unternehmen von Bedeutung sein soll, in welcher Form könnte dies überhaupt stattfinden? Welches sind die denkbaren, sinnvollen Modelle, wie lässt sich hier der Raum der Möglichkeiten zumindest grob umreißen? Und natürlich, wo soll die Motivation für Unternehmen liegen, sich mit Coworking auseinanderzusetzen?

Darüber müssen wir uns zunächst Gedanken machen. Wir werden uns bei dieser Gelegenheit gleich konkret an unsere Befragung annähern; die im Folgenden erläuterten Inhalte geben im Wesentlichen die Inhalte unseres Fragebogens wieder – freilich mit ergänzenden Erläuterungen und, wo nötig, Begründungen.



After all the stated examples of developments within the coworking world, you might ask: what does all this have to do with companies, even with our company? And if coworking is to be relevant for our company, what form could it take in the first place? What are the conceivable, practical models, how can the range of possibilities be broadly described? And, of course, what should be the incentive for companies to look at coworking?

We need firstly to consider these points. We will take this opportunity to look more closely at our survey; the content detailed below largely reflects the contents of our questionnaire – however with additional notes and, where necessary, explanations.

4.1

FORMEN DES CORPORATE COWORKING // TYPES OF CORPORATE COWORKING

Über die bereits existierenden bzw. für die Zukunft denkbaren Formen des Corporate Coworking haben wir uns schon im ersten Teil unserer Studie ausführlich Gedanken gemacht.⁶⁵ Wir hatten seinerzeit folgende Modelle zusammengestellt:

1. Untervermietung – Unternehmen vermieten Arbeitsplätze an Externe
2. Raus aus dem Alltag – Coworking-Räume als Offsite-Location
3. Einmietung – Unternehmen mieten Arbeitsplätze im Coworking Space
4. Sponsoring – Finanzielle und ideelle Unterstützung von Coworking

We have already given thorough consideration in the first part of our study to the existing types of corporate coworking as well those conceivable for the future.⁶⁵ We put together the following models at the time:

1. *Subletting – companies let out workplaces externally*
2. *Breaking with the norm – coworking spaces as offsite locations*
3. *Leasing – companies rent workplaces within coworking spaces*
4. *Sponsorship – financial and non-material support of coworking*

⁶⁵ Rief et al. 2014, Kapitel 6

⁶⁵ Rief et al. 2014, Chapter 6



5. Ideenschmiede – Unternehmen eröffnen coworking-ähnliche Spaces
6. Accelerator- und Incubator-Programme
7. Imitation – Nachbildung von Coworking-Elementen im Unternehmen
8. Coworking statt Home Office
9. Coworking zur Weiterbildung
10. Coworking als Sabbatical
11. Coworking im Unternehmen
12. Coworking im Unternehmensverbund und
13. Buchen von Startups zur Ideen- und Produktentwicklung.

Für die aktuell durchzuführende Befragung erwies es sich nun als ratsam, diese Zusammenstellung etwas zu überarbeiten. Die Gründe dafür sind nachvollziehbar:

- Nicht alle der oben genannten Annäherungen an das Corporate Coworking sind so »spannend« als dass sie in einer Online-Befragung zwingend abgefragt werden müssten. Ein Beispiel dafür ist Modell 2 – Raus aus dem Alltag. Ebenso nicht in die Befragung einbezogen haben wir die Modelle 1 (Untervermietung), 4 (Sponsoring), 7 (Imitation) und 9 (Weiterbildung). Modell 13 wurde anders formuliert, wir werden darauf im neu formulierten Modell 7 (vgl. 4.1.7) zu sprechen kommen.
- Generell musste darauf geachtet werden, die Befragung nicht zu umfangreich zu gestalten. Nach unserem vorab durchgeführten Pretest, dessen Inhalte noch etwas umfangreicher waren, wurde diese Anforderung sehr deutlich.
- Vereinzelt wurden Modelle auch inhaltlich etwas angepasst.
- Natürlich musste für sämtliche Modelle eine kurze inhaltliche Erläuterung formuliert werden, damit bei den Befragten ein einheitliches Verständnis geschaffen werden kann.

Im Einzelnen haben wir die folgenden neun Modelle in kurzer Form beschrieben.



5. Think tank – companies open coworking-type spaces
6. Accelerator and incubator programmes
7. Imitation – simulation of coworking elements within a business
8. Coworking instead of home office
9. Coworking for further training
10. Coworking as a sabbatical
11. Coworking within companies
12. Coworking within corporate groups
13. Booking of startups for idea and product development.

For the survey currently being undertaken, it proved wise to review this compilation. The reasons for this are understandable:

- *Not all of the above approaches to corporate coworking are so "exciting" that they should necessarily be asked about in an online survey. An example of this is model 2 – breaking with the norm. Models 1 (subletting), 4 (sponsorship), 7 (imitation) and 9 (further training) were also not included in the survey. Model 13 was formulated differently, we will address this within the newly formulated model 7 (see 4.1.7).*
- *In general, we had to ensure that the survey was not too lengthy in design. This requirement became very apparent after our earlier performed pretest, the contents of which were somewhat broader in scale.*
- *Occasionally the models were also adapted somewhat in terms of content.*
- *A brief content explanation naturally had to be formulated for every model, so that a common understanding could be achieved among the respondents.*

We have specifically described the following nine models in brief.

4.1.1 Modell 1: Coworking statt Home Office

Erläuterung:

Mitarbeitern, die gelegentlich oder ständig ein Home Office nutzen, wird in diesem Modell die Möglichkeit geboten, stattdessen auch in einem Coworking Space zu arbeiten.

Dieses Modell dürfte unmittelbar verständlich sein. Zu bemerken ist hier lediglich noch, dass wir im ersten Teil unserer Studie zwei Varianten von »Coworking statt Home Office« beschrieben hatten⁶⁶:

- Einmal in einer Form, dass Mitarbeiter sich auf eigene Initiative und auf eigene Kosten in Coworking Spaces einmieten, sowie
- Zum Zweiten in der Weise, wie es oben beschrieben wurde.

Da unserer Einschätzung nach die erste Variante sich in absehbarer Zeit kaum ernsthaft durchsetzen dürfte, haben wir für unsere Befragung die beschriebene Variante gewählt.

4.1.2 Modell 2: Temporäre Anmietung von Team- oder Projektflächen

Erläuterung:

Ganze Teams erhalten die Gelegenheit, temporär in einem Coworking Space zu arbeiten.

In diesem Modell mietet das Unternehmen einen festen Arbeitsbereich oder Arbeitsplätze für Teams in einem Coworking Space an. Die Motivation für dieses Modell kann sehr unterschiedlich sein, so kann dies beispielsweise für Entwicklungsprojekte genutzt werden oder ganze Organisationseinheiten erhalten so die Gelegenheit zum Austausch mit Freelancern und Startups oder auch einfach nur »Off-Site« zu arbeiten.

4.1.1 Model 1: Coworking instead of home office

Explanation:

With this model, employees who occasionally or regularly use a home office are given the option of working in a coworking space instead.

This model should be immediately understandable. It's also worth noting here that, in the first part of our study, we had described two variants of "coworking instead of home office"⁶⁶:

- *Firstly, in a way that employees take up a place on their own initiative and at their own cost, and*
- *Secondly, in the manner described above.*

Since, in our opinion, the first variant is hardly likely to be implemented in the foreseeable future, we have chosen the variant described above for our survey.

4.1.2 Model 2: Temporary rental of team or project space

Explanation:

All teams get the opportunity to work temporarily in a coworking space.

In this model, the company rents a fixed work area or workplaces for teams in a coworking space. The incentives for this model can be extremely varied, for example, it can be used for development projects or entire organisation units can get the opportunity to exchange ideas with freelancers and startups or just simply to work "off-site".

⁶⁶ Rief et al. 2014; Kapitel 6.1.8 bzw. 6.2.1

⁶⁶ Rief et al. 2014, Chapters 6.1.8 and 6.2.1



Dieses Modell wurde in leicht abgeänderter Form schon in »Faszination Coworking«⁶⁷ beschrieben. Allerdings haben wir in der aktualisierten Version die Schwerpunkte etwas verschoben – von einer damals eher testweisen Form hin zu einer Ausgestaltung, die Teamarbeit bzw. teamorientierte Projektarbeit fokussiert. In dieser Form dürfte das Modell auch langfristig eine Bedeutung für Unternehmen erhalten.

4.1.3 Modell 3: Teil-Sabbatical bzw. Innovation Camp

Erläuterung:

Coworking an einem Ferienort, um Arbeits- und Urlaubsaktivitäten zu verbinden

Mitarbeitern wird die Möglichkeit geboten, im Rahmen eines »Teil-Sabbatical« eine Zeitlang in einem Coworking Space an einem Ferienort zu arbeiten und dort Arbeit und Freizeit kombinieren zu können.

Ein Modell, welches wir ebenfalls schon im Rahmen von »Faszination Coworking« als Zukunftspotenzial kurz beschrieben hatten.⁶⁸ Gleichzeitig ein Modell, welches sich zwischenzeitlich durch das beeindruckende Wachstum der Coworkation Spaces⁶⁹ konkretisieren lässt. So halten wir es durchaus für denkbar, dass Unternehmen zukünftig Motivation und Kreativität dadurch zu unterstützen suchen, dass phasenweise auch einmal an Ferienorten Projektarbeit geleistet wird.



This model was already described in slightly amended form in "Fascination of Coworking"⁶⁷. However, we have shifted the focus somewhat in the updated version – from a rather test-gearred format at the time to a design that is focussed on teamwork and team-based project work. In this form, the model should remain relevant for companies over the long term.

4.1.3 Model 3: Part sabbatical or Innovation camp

Explanation:

Coworking at a holiday location for combining work and holiday activities

Employees are offered the opportunity within the scope of a "part sabbatical" to work for a while in a coworking space at a holiday location and to combine work and leisure there.

A model which we also described briefly within the framework of "Fascination of Coworking" as a potential for the future.⁶⁸ At the same time, a model which can be substantiated in the meantime by the impressive growth of coworking spaces⁶⁹. We therefore see it as quite conceivable that companies will seek to support motivation and creativity in this way in the future, and that project work will be periodically carried out at holiday locations.

67 Rief et al. 2014, Kapitel 6.1.3

68 Rief et al. 2014, Kapitel 6.2.3

69 Vgl. Kap. 3.2.2 dieser Arbeit

67 Rief et al. 2014, Chapter 6.1.3

68 Rief et al. 2014, Chapter 6.2.3

69 See chapter 3.2.2 of this study

4.1.4 Modell 4: Coworking mit Zulieferern, Dienstleistern oder Entwicklungspartnern

Erläuterung:

Es wird ein Coworking Space für Dienstleister, Zulieferer oder Entwicklungspartner etabliert, der auch von eigenen Mitarbeitern zum gemeinsamen Arbeiten »besucht« werden kann.

Dies ist ein Modell, welches wir im ersten Teil unserer Studie noch nicht erwähnt hatten. Wir kennen es auch von der unternehmerischen Praxis her noch nicht, dennoch erachten wir es als potenziell interessant – insbesondere für große Unternehmen. Hier geht es darum, die Zusammenarbeit mit bzw. unter manchen Dienstleistern bzw. Zulieferern zu intensivieren und Entwicklungsprojekte mit entsprechenden Partnern durchzuführen.

4.1.5 Modell 5: »Ideenschmiede« – Betrieb eines eigenen Coworking Space, auch für Freelancer und Startups

Erläuterung:

Das Unternehmen betreibt hier einen eigenen Coworking Space, der sowohl Mitarbeitern als auch Freelancern und Startups zur Verfügung steht, um u. a. Ideen untereinander auszutauschen und interessante Kontakte zu knüpfen.

Dieses Modell hatten wir im ersten Teil unserer Studie bereits recht ausführlich besprochen.⁷⁰ Es existierten schon einige Beispiele von Unternehmen, die einen solchen Space bereits betrieben hatten – TUI, ABN-AMRO Bank, Haworth und andere.

4.1.4 Model 4: Coworking with suppliers, service providers or development partners

Explanation:

A coworking space is established for service providers, suppliers or development partners, which can also be "visited" by a company's own staff members for carrying out work together.

This is a model not previously mentioned in the first part of our study. We aren't aware of this as yet in general business practice, however we believe it is potentially interesting – especially for large corporations. It involves an intensification of the cooperation with some service providers and / or suppliers, and the carrying out of development projects with relevant partners.

4.1.5 Model 5: "Think Tank" – operating your own coworking space, including for freelancers and startups

Explanation:

Here the company operates its own coworking space, which is available both to employees as well as freelancers and startups, to allow the exchanging of ideas between one other and the forming of interesting contacts, among other things.

We have already discussed this model in great detail in the first part of our study.⁷⁰ There are already some examples of companies who are operating such spaces – TUI, ABN-AMRO Bank, Haworth and others.

⁷⁰ Rief et al. 2014, S. 109 ff.

⁷⁰ Rief et al. 2014, p. 109 ff.



Wir hatten schon damals festgestellt, dass dieses Modell in recht vielfältiger Form realisiert werden kann und realisiert wird. Es ist daher damit zu rechnen, dass nicht alles, was sich selbst unter dem Begriff Coworking – oder auch anderen – schart, auch wirklich Coworking ist. Gerade für Unternehmen wird inzwischen vielfach im selben Zusammenhang von »Innovation Labs«, »Agile Labs«, »Corporate Think Tanks« oder vieler anderer Begriffe gesprochen. Wir werden über diese Formen unternehmerischer Ideenschmieden im Anschluss eine eigene Studie durchführen. Es sei hier nur darauf hingewiesen, dass derzeit eine Begriffsvielfalt mit vielfältigen inhaltlichen Überschneidungen existiert, die einer Abgrenzung bedarf.

4.1.6 Modell 6: Coworking im Rahmen von Accelerator- oder Inkubator-Programmen

Erläuterung:

Acceleratoren werden von Unternehmen betrieben, um Startups in einem bestimmten Zeitraum (z. B. über drei Monate) durch Coaching zu einer schnelleren Entwicklung zu verhelfen. Inkubatoren sind Einrichtungen, die Unternehmen in Gründung auf dem Weg zur Existenzgründung unterstützen.

Das betreuende Unternehmen profitiert dabei von Produktentwicklungen, von längerfristigen Partnerschaften oder durch die Beteiligung an erfolgsversprechenden Startups.

Auch diese Modelle hatten wir bereits ausführlich im ersten Teil behandelt.⁷¹ Sie werden von einigen Unternehmen offenbar als interessante Ansätze zur Verbesserung der Agilität angesehen und durften daher in dieser Untersuchung nicht fehlen.



We had already established at the time that this model can be and is being realised in quite a variety of forms. It can therefore be assumed that not everything falling under the term of coworking – or other terms – is actually coworking. Especially for companies, the terms "innovation labs", "agile labs" "corporate think tanks" and many others are now being frequently used in the same context. We will subsequently be carrying out a separate study of these forms of corporate think tanks. It should merely be pointed out here that there are currently a variety of terms in existence with a number of content overlaps, which require some distinction.

4.1.6 Model 6: Coworking within the framework of accelerator or incubator programmes

Explanation:

Accelerators are run by companies to help startups grow faster within a certain period of time (e. g. three months) through coaching. Incubators are organisations that help companies in their formation stage on the road to startup.

The mentor company benefits from product developments, long-term partnerships or from being involved with promising startups.

We have also discussed these models in detail in the first part of our study.⁷¹ They are clearly seen by some companies as interesting approaches for the improvement of agility and should therefore not be omitted from this investigation.

⁷¹ Rief et al. 2014, S. 115 ff.

⁷¹ Rief et al. 2014, p. 115 ff.

4.1.7 Modell 7: Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister

Erläuterung:

Aufgrund der Tatsache, dass in Coworking Spaces häufig aktuell gesuchte Qualifikationen bei Freelancern oder Startups gefunden werden, können sich Unternehmen bei Bedarf an Coworking Spaces wenden, um etwa ein Produkt oder eine Dienstleistung ganz oder teilweise dort entwickeln zu lassen.

Dies ist ein Modell, das wir bislang so aus der Praxis noch nicht kennen – was natürlich nicht heißen soll, dass es dies noch nicht gibt. Es handelt sich hier um eine gedankliche Erweiterung des künftig möglichen Ansatzes »Buchen von Startups zur Ideen- und Produktentwicklung«, den wir im ersten Teil der Studie schon kurz besprochen hatten.⁷² Wir halten die Idee für prinzipiell sehr sinnvoll, und zwar für alle Beteiligten. Daher lag es nahe, Unternehmen nach ihrer Einschätzung zu befragen.

4.1.8 Modell 8: Interner Coworking Space

Erläuterung:

Innerhalb des Unternehmens wird ein interner, zentraler Coworking Space geschaffen, den Mitarbeiter z. B. zum temporären Rückzug, zur Konzentration, zur Inspiration bzw. zum Kennenlernen von Mitarbeitern anderer Fachbereiche nutzen können.

Auf den ersten Blick ähnelt dieses Modell sehr Modell 5 – Ideenschmiede, nur dass der betriebliche Coworking Space hier eben innerhalb des Unternehmensstandortes platziert und insbesondere den internen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt wird.

4.1.7 Model 7: Coworking spaces as development service providers

Explanation:

Due to the fact that currently in-demand qualifications can often be found in coworking spaces among freelancers and startups, businesses can use coworking spaces as required, for example, to have a product or service developed there either partially or in full.

This is a model that we haven't observed so far in practice – which doesn't mean to say, of course, that it is not yet in use. This involves a theoretical expansion of the future possible approach, "Booking of startups for the development of ideas and products", which we discussed briefly in the first part of the study.⁷² We consider this concept to be highly practical in principle, and indeed for all parties. It therefore made sense to ask companies about their perception of this.

4.1.8 Model 8: Internal coworking space

Explanation:

A central, internal coworking space is created within a company, which staff can use, for example, for a temporary retreat, concentration, inspiration or getting to know employees from other departments.

At first glance this model looks very similar to model 5 – think thank, except here the corporate coworking space is simply located within the company premises and made available especially for internal staff members.

⁷² Rief et al. 2014, S. 137 ff.

⁷² Rief et al. 2014, p. 137 ff.



Es ist bei genauerem Hinsehen jedoch sehr wahrscheinlich, dass sich hierdurch auch der Charakter des Spaces ändert. So dürfte es ungleich schwieriger sein, eine eigene, bunte und interessante Coworking-Kultur in solch intern angeordneten Spaces zu etablieren. Insofern wäre im Einzelfall zu entscheiden, ob es sich hierbei überhaupt noch um Coworking handelt. Eine wichtige Motivation für solche Spaces kann z. B. darin liegen, die unternehmensinterne Kommunikation bereichsübergreifend zu verbessern. Auch ist es denkbar, dass Mitarbeitern hierdurch eine gewisse Rückzugsmöglichkeit von den Störungen innerhalb der eigenen Organisationseinheit gewährt wird.

Wenn es allerdings gelingt, innerhalb dieser Spaces eine andere, coworking-ähnliche Kultur zu etablieren, dann kann dieses Modell aufgrund der Nähe zum Unternehmen ein starkes Instrument sein, Kulturwandel für das Gesamtunternehmen zu initiieren.

4.1.9 Modell 9: Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen

Erläuterung:

Zwei oder mehrere Unternehmen stellen wechselseitig oder gemeinsam Büroflächen für Mitarbeiter zur Verfügung, um z. B. Partnerschaften zu festigen, gemeinsame Entwicklungsbereiche zu schaffen, Pendelzeiten von Mitarbeitern zu reduzieren o. ä.

Das Potenzial der Kollaboration wird in diesem Modell auf zwei oder auch mehrere Unternehmen erweitert. Gemeinsame Entwicklungsprojekte sind in heutiger Zeit in vielen Branchen der Normalfall, daher liegt es nahe, hierfür auch gemeinsame Spaces einzurichten.



On closer examination, however, it seems highly likely that this also changes the character of the spaces. It may thus be all the more difficult to establish a separate vibrant and interesting coworking culture in such internally organised spaces. In this respect, it would need to be decided on a case-by-case basis whether we are in fact dealing with coworking. A key incentive for such spaces, for example, may be the improvement of the company's in-house communication on a cross-departmental basis. It is also conceivable that employees are afforded, to a certain degree, the possibility of a retreat from the disturbances within their own organisation unit.

If one is successful, however, in establishing an alternative, coworking-type culture within these spaces, then, due to its closeness to the company, this model can be a powerful tool in initiating cultural change for the company as a whole.

4.1.9 Model 9: Coworking in association with other companies

Explanation:

Two or more businesses provide mutual or common office space for employees, for example, to establish partnerships, create common areas of development, reduce staff commute times etc.

The potential for collaboration is increased to two or more companies with this model. Common development projects are the norm in many industry sectors nowadays, therefore it seems only natural to establish common spaces for this purpose.

4.2

MOTIVATION FÜR CORPORATE COWORKING // INCENTIVE FOR CORPORATE COWORKING

Die Frage von Sullivan »Corporate Coworking – Is It Calculated Brilliance, or Foolishness?⁷³« erscheint zunächst durchaus berechtigt, wenn man sich den Aspekt des Wissensschutzes vor Augen führt:

The question posed by Sullivan, "Corporate coworking – is it calculated brilliance or foolishness?⁷³" seems perfectly justified at first if you consider the aspect of knowledge protection:

► ► *»Most corporations are risk adverse, so even the thought of placing corporate employees (with their proprietary information) alongside employees from other corporations and startups appears on first glance to be totally crazy. Crazy for no other reason than the fact that almost every corporation spends thousands of hours and millions of dollars trying to shield its ideas and innovations from everyone...⁷⁴«*



Dieser Aspekt ist in der Tat nachvollziehbar. Investieren Unternehmen doch auf der einen Seite sehr viel Aufwand in den Wissensschutz – leicht erkennbar schon an der Hauptpforte vieler Unternehmen, wo akribisch Besucherausweise ausgestellt, Zeitprotokolle geführt und sämtliche Smartphone-Kameras zugeklebt werden – fragt man sich, ob genau dieselben Unternehmen dann wirklich ihre Mitarbeiter in den Wissensaustausch mit Beschäftigten anderer Unternehmen schicken sollen?

Sullivan begründet auf der anderen Seite, warum Corporate Coworking einen Push für Kreativität und Performance erzeugen kann, mit dem »Silicon-Valley-Effekt«:

»If you don't live in the Silicon Valley, you might not know why so many successful firms like Facebook, Google, Twitter, and Apple start or relocate here. The compelling reason is because of the energy and the competition that exists when so many smart and innovative people work and interact in a



This aspect is, in fact, understandable. If, on the one hand, companies are investing a lot of effort in the protection of knowledge – easy to observe at the main gate of many businesses, where visitor passes are meticulously displayed, time protocols are followed and all smartphone cameras are sealed – you ask yourself whether this same company should really be sending its staff to exchange knowledge with employees from other organisations?

Sullivan explains on the one hand why corporate coworking can create a push for creativity and performance, with the so-called "Silicon Valley effect".

"If you don't live in the Silicon Valley, you might not know why so many successful firms like Facebook, Google, Twitter, and Apple start or relocate here. The compelling reason is because of the energy and the competition that exists when so many smart and innovative people work and interact in a relatively small geographic space. In fact, even if there were

⁷³ Sullivan 2013

⁷⁴ Sullivan 2013

⁷³ Sullivan 2013

⁷⁴ Sullivan 2013



relatively small geographic space. In fact, even if there were no interactions between employees of the different firms in the Silicon Valley, the mere presence of so many smart people working close by would be an energizer just by itself. Obviously having so many great firms so close together also creates intense wars for talent but that one detrimental factor is more than overcome by the positive value of the competition felt with employees from other firms.»⁷⁵

Hier wird also behauptet, dass schon alleine durch die Tatsache, dass viele hochqualifizierte, kluge Leute (»Smart People«) auf relativ engem Raum arbeiten, diese Konstellation bereits als »Energizer« wirkt.

Wir hatten den »Community Effekt« für Coworking Spaces im Rahmen von »Faszination Coworking« schon eingehend untersucht, wobei nach unserer Einschätzung in der Coworking Community noch ein hohes Maß an gegenseitiger Unterstützung, basierend auf einem hohen Vertrauenslevel hinzukommt⁷⁶ – möglicherweise sogar auf noch höherem Level als im Silicon Valley.

4.2.1 Chancen im Einzelnen

Für eine Online-Befragung eignen sich solche Meta-Zielsetzungen wie ein »Silicon-Valley-Effekt« oder ein »Community Effekt« natürlich nicht. Sie alleine beschreiben natürlich auch den Raum der Möglichkeiten noch nicht hinreichend. Wir haben daher die Motivationstreiber als potenzielle Chancen abgefragt, die je nach speziellem Modell unterschieden erzielt werden können. Diese werden wir im Folgenden inhaltlich vorstrukturiert behandeln.



no interactions between employees of the different firms in the Silicon Valley, the mere presence of so many smart people working close by would be an energizer just by itself. Obviously having so many great firms so close together also creates intense wars for talent but that one detrimental factor is more than overcome by the positive value of the competition felt with employees from other firms.»⁷⁵

It is therefore argued that, by way of the fact alone that a lot of highly qualified "smart people" are working together in relatively confined space, this set-up already has the effect of an "energizer".

We already had an in-depth investigation of the "community effect" for coworking spaces within the framework of "Fascination of Coworking", whereby, in our opinion, community coworking was still receiving a high level of mutual support based on a high level of trust⁷⁶ – possibly to an even greater extent than is the case in Silicon Valley.

4.2.1 Opportunities in detail

Meta-goals such as a "Silicon Valley effect" or a "community effect" are, of course, inappropriate for an online survey. Naturally, they alone do not sufficiently describe the range of possibilities. We have therefore looked into the motivation drivers as potential opportunities, which can be distinguished according to the specific model. These will be dealt in the following pre-constructed text.

⁷⁵ Sullivan 2013

⁷⁶ Rief et al. 2014; insbes. S. 70 ff.

⁷⁵ Sullivan 2013

⁷⁶ Rief et al. 2014; in particular p. 70 ff.

4.2.1.1 Motivation, Attraktivität und Bindung

Es erscheint recht einleuchtend und dürfte auch hinreichend belegt sein, dass das Arbeiten in einer coolen, dynamischen, lebendigen Community schlicht und ergreifend Spaß macht. Daher liegt es nahe, die folgenden Merkmale abzufragen.

- Verbesserte Mitarbeitermotivation
- Verbesserte Mitarbeiterbindung
- Verbesserung der Unternehmensattraktivität

Wir unterstellen dabei, dass die Freude an der Arbeit Motivation fördert, Motivation wiederum dürfte positiv auf Mitarbeiterbindung und Unternehmensattraktivität wirken. Allerdings ging es in der Befragung von Unternehmen nicht primär darum, solche Zusammenhänge herzustellen, sondern zunächst eher, die Items im Einzelnen abzufragen.

4.2.1.2 Kompetenzen, Qualifikation und Zusammenarbeit

Ein weiteres Bündel von Chancen des Corporate Coworking kann dadurch erzielt werden, dass aufgrund des verbesserten Zugriffs auf kompetente Freelancer, Startups oder andere Wissensträger sich kapazitive oder qualifikationsorientierte Vorteile ergeben können. Wir haben dies in den folgenden Merkmalen abgefragt:

- Akquisition von kompetenten Freelancern und Startups
- Gewinnung kompetenter Partner
- Beteiligung an Startups und Gründungen
- Erleichterte Gewinnung von Mitarbeitern

4.2.1.1 Motivation, appeal and loyalty

It seems rather evident, and should also be sufficiently evidenced, that working within a cool, dynamic, vibrant community makes for simple and inspiring fun. It is therefore worth looking into the following characteristics.

- Improved staff motivation
- Improved staff retention
- Enhanced appeal of the company

We thereby assume that having fun at work promotes motivation, while motivation should, in turn, have a positive effect on staff retention and the company's appeal. However, the survey of companies wasn't primarily about establishing such connections, but rather about initially questioning these elements in detail.

4.2.1.2 Skills, qualifications and cooperation

A host of new corporate coworking opportunities can be created in this way, which, due to improved access to skilled freelancers, startups or other knowledge bearers, can result in capacitive or qualification-based advantages. We have questioned this within the following characteristics:

- Acquisition of skilled freelancers and startups
- Gaining of competent partners
- Investment in startups and company formations
- Easier recruitment of staff
- Gaining of internal and / or external know-how



- Zugewinn von internem und / oder externem Know-how
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit Dienstleistern
- Intensivierung der Zusammenarbeit unter Dienstleistern
- Verbesserter Informationsaustausch mit bereichsfremden Mitarbeitern

Es bedarf wohl kaum mehr einer Herleitung, warum diese zur Auswahl gestellten Merkmale durch Corporate Coworking potenziell begünstigt werden können. Im Rahmen der Befragung erschien uns daher eher interessant, wie sich die Einschätzungen von Modell zu Modell unterscheiden.

Dabei muss korrekterweise hinzugefügt werden, dass wir natürlich nicht in allen Fragen sämtliche der hier genannten Merkmale abgefragt haben. Dies ergibt sich zum einen aus der Tatsache, dass bei manchen Modellen einige der Merkmale kaum relevant sein dürften und zum anderen aus der Anforderung, die inhaltlich ohnehin schon recht umfangreiche Befragung so kurz wie möglich zu gestalten.

4.2.1.3 Flexibilität

Dass Coworking die individuelle Flexibilität unterstützt, bedarf wohl kaum einer weiteren Erklärung und wurde hier auch nicht weiter abgefragt. Vielmehr geht es in der aktuellen Arbeit darum, auch gewisse Flexibilitätsaspekte zu untersuchen, die sich durch Corporate Coworking für Unternehmen ergeben. Diese nehmen innerhalb der Untersuchung zwar keine dominante Rolle ein, dennoch konnten wir über alle Modelle zumindest die folgenden Kriterien abfragen:

- Erhöhung der räumlichen Flexibilität
- Erhöhung der Flexibilität in Bezug auf personelle Kapazitäten
- Rückzugsmöglichkeit, um konzentriert arbeiten zu können



- Intensification of cooperation with service providers
- Intensification of cooperation among service providers
- Improved exchanging of information with external employees

It hardly requires any further deduction as to why these chosen characteristics can be potentially promoted through corporate coworking. Within the context of the survey, it thus seemed rather interesting to us how the perceptions vary from model to model.

It should rightly be added, of course, that we didn't ask about all of the above mentioned characteristics in every question. This resulted firstly from the fact that some of the characteristics were hardly relevant in certain models and, secondly, from the need to make the survey, which was already rather lengthy in content, as brief as possible.

4.2.1.3 Flexibility

The fact that coworking supports individual flexibility hardly requires further explanation and was also not enquired about here. Rather the current study is also about investigating certain aspects of flexibility, which result from corporate coworking within companies. These do not in fact play a dominant role within the investigation, nonetheless we were at least able to enquire about the following criteria across all models:

- Enhancement of spatial flexibility
- Enhanced flexibility in terms of personnel capacities
- Possibility of retreat to enable concentration on work



Die Erhöhung der räumlichen Flexibilität ergibt sich daraus, dass die zusätzliche Nutzung von Coworking Space eben auch die flexible Nutzung zusätzlichen Raumes ermöglicht. Dies geht – wie wir in der Vergangenheit schon gesehen haben⁷⁷ – über ein bloßes »mal kurz rüber in den Coworking Space« deutlich hinaus. So mieten sich Unternehmen gelegentlich auch in Coworking Spaces mit einigen Mitarbeitern ein, um z.B. einen neuen Standort zu erkunden und die Ansiedlung dort vorzubereiten.

Dies hat dann zwar mit dem von uns definierten Coworking nur noch herzlich wenig zu tun – dennoch werden Coworking Spaces zumindest gelegentlich auch in dieser Weise von Corporates genutzt.

Die Chance zur Erhöhung der personellen Flexibilität durch Coworking ergibt sich aus dem fallweise möglichen, projektorientierten Zugriff auf Freelancer und Startups.

Das Kriterium der Rückzugsmöglichkeit, um konzentriert arbeiten zu können ist hingegen zunächst individuell für die Mitarbeiter des Unternehmens zu sehen. Wir haben dies nur einmal verwandt, und zwar im Modell 8 – Interner Coworking Space innerhalb des Unternehmensstandortes. Dort kann dieser »Coworking Space« auch die Funktion des temporären Rückzugsortes von der eigenen Organisationseinheit einnehmen.

4.2.1.4 Innovationsfähigkeit

Hier kommen wir nun zu den Kriterien, die letztlich das Zentrum dieser Arbeit bilden. Wir fragten hier nach den Dimensionen:



The enhancement of spatial flexibility results from the fact that the additional use of coworking spaces also enables the flexible use of other space. As we have already seen in the past⁷⁷, this goes well beyond simply "moving over briefly to coworking space". Companies also take up residence in coworking spaces with a few employees, for example, to explore a new location and to prepare for setting up base there.

This has, in fact, precious little to do with coworking as defined by us – but coworking spaces are also sometimes used in this way by corporates nonetheless.

The opportunity to improve staff flexibility through coworking occasionally results from the potential project-based access to freelancers and startups.

The criterion for being able to retreat in order to concentrate on work can be seen in the first instance as being individual to the company's employees. We only applied this on one occasion, indeed in model 8 – internal coworking space within the company site. Here, this "coworking space" can also take on the function of a temporary retreat from the company's internal organisation unit.

4.2.1.4 Capacity for innovation

Now we come to the criteria which form the main part of this study. We enquired here about the aspects of

⁷⁷ Rief et al. 2014, S. 103 f.

⁷⁷ Rief et al. 2014, p. 103 f.



- Zeit:
 - Verkürzung von Projektlaufzeiten
 - Verkürzung von Entwicklungszeiten
- Kreativität und Ideenvielfalt:
 - Entwicklung spezifischer Produkte außerhalb der eigenen Kernkompetenzen (z. B. Apps)
 - »Am Puls der Zeit« sein, die Entwicklungen in der Kreativ- und Tech-Szene kennen
 - Entwicklung neuer, bereichsübergreifender Ideen

Und letztlich nach dem für die vorliegende Studie zentralen Kriterium:

- Verbesserung der Innovationsfähigkeit

Selbstverständlich zählen auch einige der vorgenannten Kriterien, insbesondere die unter 4.2.1.2 – Kompetenzen, Qualifikation und Zusammenarbeit – genannten, zu jenen, welche einen positiven Einfluss auf die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens ausüben.

4.2.2 Risiken im Einzelnen

Bei allen potenziellen Chancen, die Corporate Coworking für Unternehmen eröffnen kann, dürfen mögliche Risiken nicht aus den Augen verloren werden. Die Grundüberlegung dazu ist natürlich recht simpel: Böte Corporate Coworking nur Vorteile und keine potenziellen Nachteile, dann wäre es wenig nachvollziehbar, dass es nicht schon von allen Unternehmen praktiziert würde. Es ist allerdings auch nicht schwer, sich konkrete, mögliche Nachteile, die sich aus Corporate Coworking für Unternehmen ergeben können, vorzustellen.

Wir haben – wiederum selektiv den einzelnen Modellen zugeordnet – folgende Risiken zur Auswahl gestellt.



- Time:
 - reduction in project duration times
 - reduction in development times
- Creativity and variety of ideas:
 - development of specific products outside of the company's core competencies (e. g. apps)
 - keeping one's "finger on the pulse", understanding developments within the creative and tech scenes
 - development of new ideas across all departments

And finally, about the key criterion for this study:

- improved capacity for innovation

Naturally, some of the above mentioned criteria, especially those mentioned under 4.2.1.2 – skills, qualifications and cooperation – are among those which exert a positive influence on a company's ability to innovate.

4.2.2 Risks in detail

In the case of all the potential opportunities that corporate coworking can open up for businesses, the potential risks should not be lost sight of. The main consideration, of course, is rather simple: if corporate coworking offered only advantages and no potential disadvantages, then it would quite conceivably already be in practice at every company. Indeed it is also not hard to envisage specific, potential risks which could arise for companies as a result of corporate coworking.

We have – once again selectively arranged for each particular model – selected the following risks.

4.2.2.1 Risiken für Unternehmen

- Höhere Kosten
- Verschlechterung der Mitarbeiterbindung
- Verschlechterung der unternehmensinternen Kommunikation
- Die Organisation der Zusammenarbeit wird schwieriger
- Verschlechterung der Informationssicherheit
- Zuordnung von Schutzrechten, Patenten etc.
- Einhaltung (arbeits-)rechtlicher Gegebenheiten
- Ablenkung vom Kerngeschäft
- Ablenkung von den eigentlichen Aufgaben
- Space wird evtl. nicht angenommen (mangelnde Akzeptanz)

Es fällt auf, dass wir für die Mitarbeiterbindung sowohl eine Verbesserung – über die Attraktivität des Unternehmens – als auch eine Verschlechterung für möglich erachten. Die Verschlechterung kann dadurch zustande kommen, dass gerade durch die Begeisterung über die neue Arbeitsform im Coworking Space die Bindung gegenüber dem Unternehmen deutlich nachlässt – im Extremfall bis hin zur Kündigung, wofür es in der Praxis durchaus Beispiele gibt⁷⁸. Aber auch schlicht dadurch, dass durch die vermehrte Anwesenheit im Coworking Space eine geringere Anwesenheit im Unternehmen resultiert. Dadurch kann die Kommunikation mit dem Unternehmen leiden, woraus möglicherweise eine verschlechterte Mitarbeiterbindung resultiert.

Zwar halten wir alle der hier genannten Risiken für vermeidbar. Dennoch sind sie im Rahmen dieser Untersuchung zu nennen und damit den befragten Unternehmen zur Diskussion zu stellen.

4.2.2.1 Risks for companies

- Higher costs
- Poorer staff retention
- Deterioration of the company's internal communication
- The organisation of cooperation is more difficult
- Degradation of information security
- Assignment of property rights, patents etc.
- Compliance with legal conditions (employment law)
- Deviation from core business
- Deviation from true business purpose
- Space is potentially not taken up (lack of acceptance)

It is noticeable that we consider an improvement in – through the appeal of the company – and a worsening of staff retention, as both possible. The waning staff retention can be due to the fact that the enthusiasm for the new way of working in a coworking space causes a considerable drop in loyalty towards the company – resulting in extreme cases in resignation, of which there are certainly examples in practice⁷⁸. But also simply because the increased presence at the coworking space results in a lesser presence at the company itself. Communication with the business can suffer in this way, from which poorer staff loyalty can potentially result.

We certainly see all of the risks mentioned here as avoidable. However, they are worth stating within the context of this investigation and thereby be put up for discussion among the companies surveyed.

78 Rief et al. 2014, S. 164

78 Rief et al. 2014, p. 164

4.2.2.2 Risiken für Mitarbeiter

Bei einzelnen Modellen ist auch denkbar, dass sich für Mitarbeiter gewisse Nachteile einstellen. Konkret ist hier an die folgenden Risiken zu denken:

- Abkopplung vom Team im Unternehmen
- Verschlechterung der Karriereaussichten
- Zu viel Ablenkung

4.2.2.2 Risks for employees

With some of the models, it is also conceivable that certain disadvantages may appear for employees. The following risks are worth specific consideration here:

- *Connection of team with the company*
- *Diminished career prospects*
- *Too much deviation*

ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG // SURVEY RESULTS



Die Online-Befragung mit dem Titel »Coworking – Innovationsstreiber für Unternehmen?« wurde vom Fraunhofer IAO im zweiten Quartal 2016 an Führungskräfte von Unternehmen gerichtet.

Dabei wurden knapp 1.400 Führungskräfte von Unternehmen aller Größen angeschrieben. Zur Bewertung des Rücklaufs ist zu berücksichtigen, dass Corporate Coworking bis heute ein recht spezifisches Thema darstellt; die Diskussion darüber hat zum Zeitpunkt der Befragung gerade erst richtig begonnen. Es gingen insgesamt 95 Bögen ein. Da – wie wir später sehen werden – unter den Rückläufern die Quote derjenigen Unternehmen, die Coworking kennen oder selbst schon Erfahrungen mit Coworking gemacht haben, unerwartet hoch ist, können die Ergebnisse der Auswertung vor diesem Hintergrund interpretiert werden: Geantwortet haben vor allem jene Teilnehmer mit ersten Corporate Coworking-Erfahrungen.



The online survey entitled "Coworking – driver of innovation for companies?" was aimed at senior business managers and conducted by Fraunhofer IAO during the second quarter of 2016.

In the course of this, almost 1,400 executives from all sizes of companies were contacted. For the purpose of evaluating the response, it is worth bearing in mind that, up until now, corporate coworking has represented a highly specific topic, about which the discussion had only really begun at the time of the survey. 95 survey forms were received in total. Since – as we will see later on – the response rate among those companies who are already familiar with coworking or have already had experience with coworking, is unexpectedly high, the results of the evaluation can be interpreted with this in mind: responses were received, in particular, from those participants with first-hand experience of corporate coworking.

5.1

STRUKTURDATEN // STRUCTURAL DATA

5.1.1 Unternehmensgröße

Die Struktur der Antworten hinsichtlich der Unternehmensgröße zeigt, dass die ursprünglich beabsichtigte Zielgruppe von mittelständischen bis großen Unternehmen – natürlich ohne gewollten Anspruch auf Ausschließlichkeit – recht gut getroffen wurde.

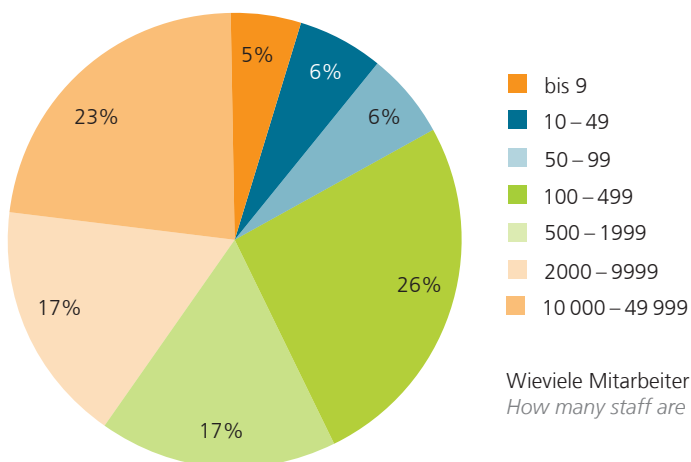


Abb. 9: Strukturdaten der Befragung – Unternehmensgröße nach Mitarbeitern

5.1.1 Company size

The pattern of responses with regards to the size of the company shows that the originally intended target group of small to medium-sized businesses – without, of course, any intentional claim to exclusivity – was hit very well.



Fig. 9: Survey structural data – company size according to staff

5.1.2 Personalverantwortung

Mehr als die Hälfte der Antwortenden gaben an, Personalverantwortung zu tragen. Es ist zwar fraglich, zu welchem Anteil hier diejenigen Entscheidungsträger geantwortet haben, die tatsächlich darüber befinden, welche Coworking-Policy das Unternehmen künftig einschlagen wird. Allerdings ist gerade angesichts der frühen Phase der Auseinandersetzung von Unternehmen mit der relativ neuen Thematik des Coworking auch der Impuls »von unten« nicht zu unterschätzen. Nicht selten werden ja gerade auch für kleinere Gruppen des Unternehmens neue Wege testweise eingeführt – warum also nicht auch die Erprobung von Coworking-Modellen?

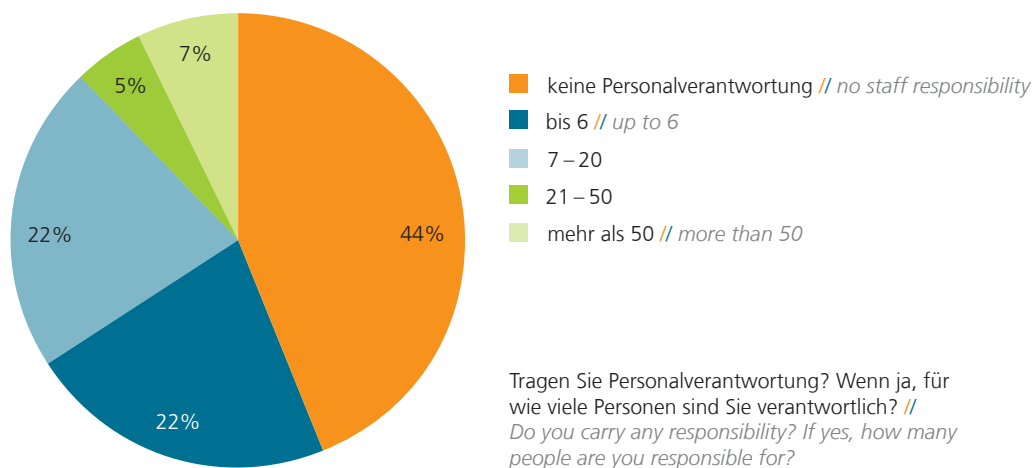


Abb. 10: Strukturdaten der Befragung – Personalverantwortung

5.1.2 Staff responsibility

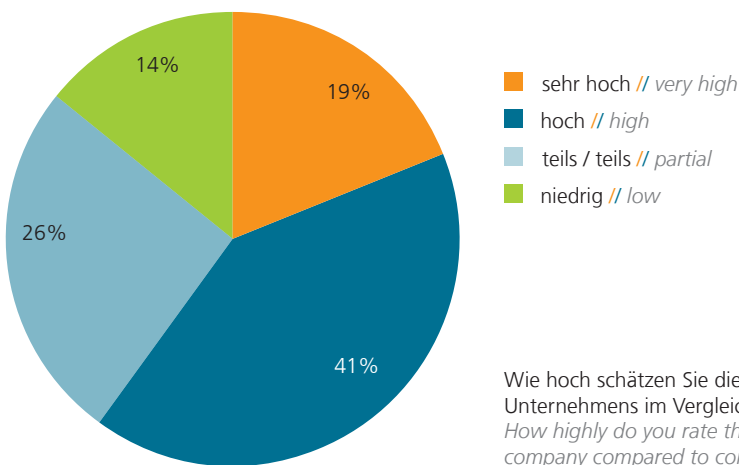
More than half of the respondents indicated that they had responsibility for staff. It is indeed uncertain as to what percentage of those decision-makers who responded here actually make decisions about the kind of coworking policy the business will be adopting in the future. However, especially given the early stage in which companies find themselves in dealing with the relatively new issue of coworking, the impetus "from below" is not to be underestimated. Even for smaller groups within the company, it is not uncommon to see the introduction of new approaches on a trial basis – why not therefore also the testing of coworking models?



Fig. 10: Survey structural data – staff responsibility

5.1.3 FuE-Intensität im Branchenvergleich

Immerhin 60 Prozent der Antwortenden schätzen die Forschungs- und Entwicklungsintensität ihres Unternehmens im Branchenvergleich als sehr hoch bzw. hoch ein. Das ist insofern für die aktuelle Befragung von Bedeutung, als innovative Unternehmen tendenziell vermehrt nach neuen Formen und Wegen für die Förderung der eigenen Innovationsfähigkeit suchen. Corporate Coworking oder – von der Grundidee her sehr ähnlich – eine Form von Corporate Innovation Labs werden hierfür von Unternehmen zunehmend erprobt.



▲
Abb. 11: Strukturdaten der Befragung – FuE-Intensität im Branchenvergleich

5.1.3 R&D intensity within an industry comparison

At least 60 percent of respondents rate the research and development intensity of their company as high or very high on an industry comparison basis. This is relevant to the current survey, insofar as innovative businesses are increasingly looking for new ways and approaches aimed at promoting their own company's capacity for innovation. Corporate coworking or – very similar from a basic concept perspective – a form of corporate innovation labs are increasingly being tested by new businesses.

▲
Fig. 11: Survey structural data – R&D intensity within an industry comparison

5.1.4 Innovationsgrad der Produkte bzw. Dienstleistungen

Insgesamt 57 Prozent der Befragten bescheinigen ihrem Unternehmen einen hohen oder gar sehr hohen Innovationsgrad ihrer angebotenen Produkte oder Dienstleistungen. Nur 5 Prozent schätzen den Innovationsgrad als niedrig ein. Dies bedeutet, dass Innovation und Innovationsfähigkeit in diesen Unternehmen offenbar einen hohen Stellenwert einnehmen.

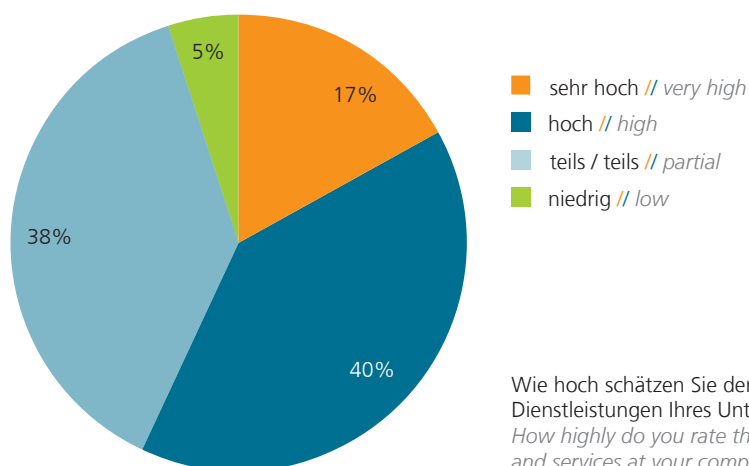


Abb. 12: Strukturdaten der Befragung – Innovationsgrad von Produkten bzw. Dienstleistungen

5.1.4 Level of innovation of products and services

A total of 57 percent of respondents give their company a high, or even very high rating for the level of innovation of its products and services. Only 5 percent rate the level of innovation as poor. This means that innovation and capacity for innovation in this company are clearly of paramount importance.

Wie hoch schätzen Sie den Innovationsgrad der Produkte bzw. Dienstleistungen Ihres Unternehmens ein? //

How highly do you rate the the level of innovation for products and services at your company? //



Fig. 12: Survey structural data – level of innovation of products and services

5.1.5 Innovationsgrad der Kernprozesse

Bei der Beurteilung der Kernprozesse fällt unter den Befragten das Urteil über den Innovationsgrad kritischer aus. Lediglich 40 Prozent der Befragten beurteilen den Innovationsgrad als hoch oder sehr hoch. Dies weist darauf hin, dass einige der Befragten organisatorische bzw. technische Verbesserungspotenziale hinsichtlich Ihrer Kernprozesse sehen.

5.1.5 Level of innovation of core processes

When assessing the core processes, respondents are more critical of the level of innovation. Just 40 percent of respondents rate the level of innovation as high or very high. This shows that some of the respondents see the potential for organisational and / or technical improvements in relation to core processes.

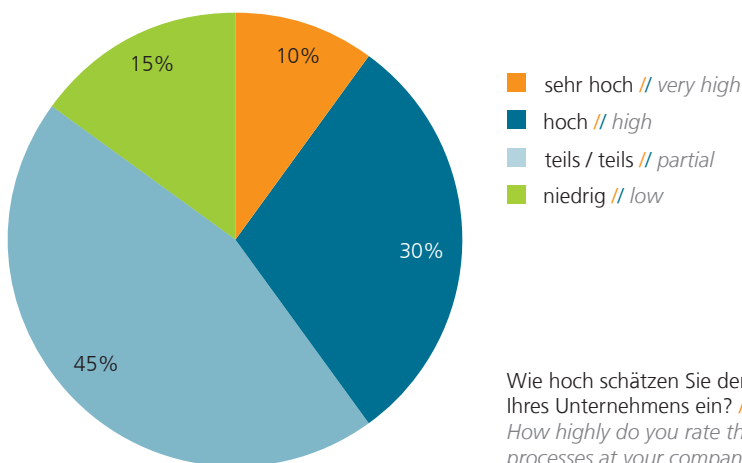


Fig. 13: Survey structural data – level of innovation of core processes

Abb. 13: Strukturdaten der Befragung – Innovationsgrad der Kernprozesse

5.1.6 Freiheitsgrade hinsichtlich der Arbeitszeit im Unternehmen

Wie zu erwarten, beurteilen deutlich mehr als die Hälfte der Befragten die Freiheitsgrade, die den Mitarbeitern hinsichtlich der Arbeitszeiten in ihrem Unternehmen eingeräumt wird, als hoch oder sehr hoch. Mit zusammen 12 Prozent fast überraschend hoch erscheint dagegen der Anteil derjenigen Befragten, die die Freiheitsgrade ihres Unternehmens hier nur als niedrig bzw. sehr niedrig beurteilen. Da wir diese Fragestellung – insbesondere durch eine detaillierte Abgrenzung der einzelnen Merkmale – allerdings nicht vertieften, wollen wir hier auch nicht zu viel hineininterpretieren.

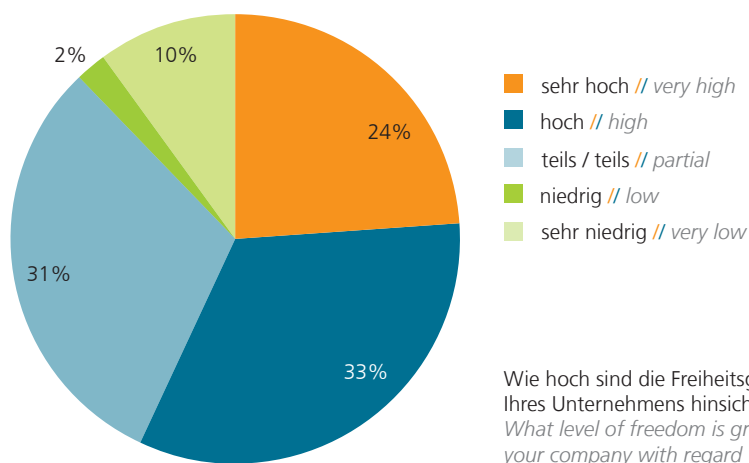


Abb. 14: Strukturdaten der Befragung – Freiheitsgrade hinsichtlich Arbeitszeit

5.1.6 Level of freedom with regard to working hours at the company

As expected, more than half of the respondents rate the level of freedom granted by their company to staff with regard to working hours as high or very high. On the other hand, with 12 percent altogether, the percentage of those respondents who only rate the level of freedom at their company as low or very low seems surprisingly high. As we didn't elaborate on this question – in particular by making a detailed distinction between the particular characteristics – we also don't want to read too much into this.



Fig. 14: Survey structural data – level of freedom with regard to working hours

5.1.7 Freiheitsgrade hinsichtlich des Arbeitsortes

Deutlich geringer als bei der Arbeitszeit werden die Freiheitsgrade hinsichtlich des Arbeitsortes von den Befragten beurteilt. Dieses Ergebnis ist im Zusammenhang mit Corporate Coworking insofern von Bedeutung, als Coworking Spaces von Unternehmen gezielt dazu genutzt werden könnten, um diese Freiheitsgrade zu erhöhen – wie wir schon bemerkt hatten, ein Instrument, um die Attraktivität des Unternehmens für hochqualifizierte Wissensarbeiter zu erhöhen.

5.1.7 Level of freedom with regard to place of work

The level of freedom as regards place of work is rated much lower by respondents than that relating to working hours. This result is significant with regards to corporate coworking in as much as coworking spaces can be used specifically by companies to improve this level of freedom – as we had already noticed, a tool for increasing the company's appeal to highly qualified knowledge workers.

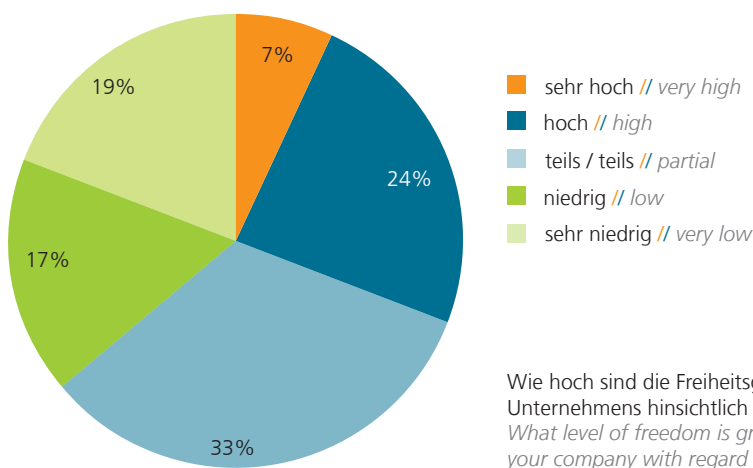


Abb. 15: Strukturdaten der Befragung – Freiheitsgrade hinsichtlich des Arbeitsortes



Fig. 15: Survey structural data – level of freedom with regard to place of work

5.2

COWORKING – BEKANNTHEIT DES BEGRIFFS UND PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN // COWORKING – AWARENESS OF THE TERM AND PRACTICAL EXPERIENCES

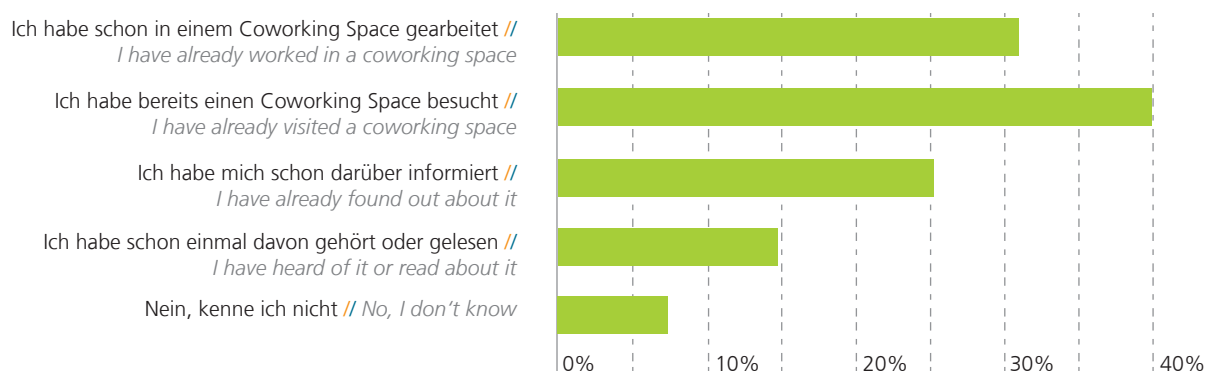


Abb. 16: Kennen Sie Coworking persönlich?
(Mehrfachantworten möglich) (n=55)

Für fast alle der Antwortenden ist Coworking zumindest schon ein Begriff. Eine deutliche Mehrheit der Antwortenden haben sich offenbar schon gezielt mit Coworking beschäftigt – indem sie sich darüber informiert haben, einen Coworking Space besucht oder sogar schon in einem Coworking Space gearbeitet haben.

Aufgrund des geringen Rücklaufes kann dieses Ergebnis natürlich in keiner Weise als repräsentativ für den Wissensstand über Coworking in deutschen Unternehmen interpretiert werden. Wichtig für die Interpretation der folgenden Ergebnisse scheint vielmehr zu sein, dass sich gerade und vor allem diejenigen Personen an dieser Befragung beteiligt haben, die Coworking bereits kennen bzw. sich damit schon auseinandergesetzt haben und somit aufgrund hoher Expertise qualifiziert antworten können.



Fig. 16: Are you personally familiar with coworking?
(multiple answers allowed) (n=55)

Coworking is at least a known concept for almost all of the respondents. A clear majority of respondents have obviously already concerned themselves specifically with coworking – in as much as they have found out about coworking, visited a coworking space or even worked already in a coworking space.

Due to the low response rate, this result can, of course, in no way be interpreted as representative of the level of knowledge about coworking within German businesses. Rather when interpreting the following results, it seems significant that first and foremost those people who took part in this survey are already familiar with coworking or have already had some dealings with it, and are therefore able to provide a qualified response due to their high expertise.



Denjenigen Befragten, die angegeben hatten, dass sie schon einen Coworking Space besucht hatten, wurden die folgenden Anschlussfragen gestellt:



Those respondents who indicated that they had already visited a coworking space were asked the follow-up questions below:

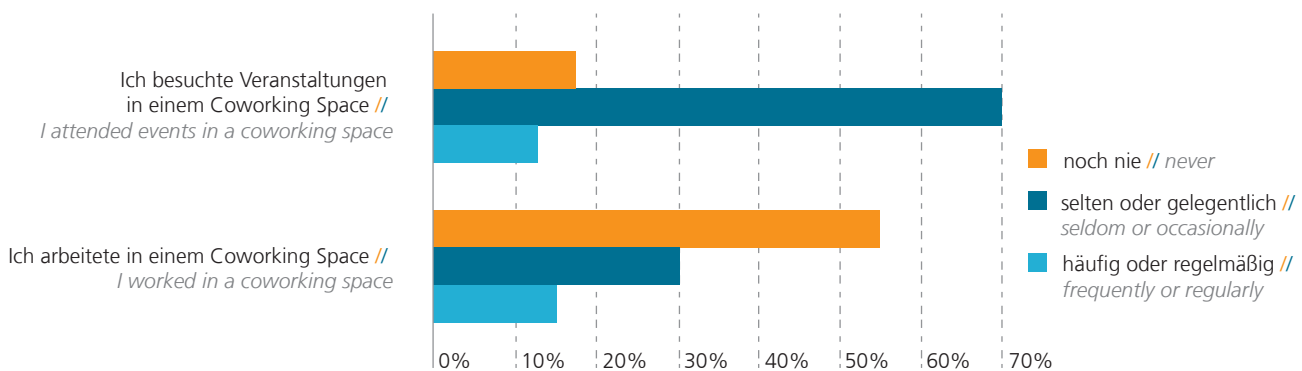


Abb. 17: Welche praktischen Erfahrungen haben Sie bereits mit Coworking gemacht und wie häufig? (n=40)

Von denjenigen Befragten, die schon Erfahrungen mit Coworking Spaces hatten, haben die meisten eine oder mehrere Veranstaltungen besucht. Deutlich seltener wurde angegeben, dass schon selbst in einem Coworking Space gearbeitet wurde. Aus unserer Sicht ein wenig überraschendes Ergebnis.



Fig. 17: What practical experience have you already had with coworking and how often? (n=40)

Of those respondents who had already had experience with coworking spaces, have they mostly visited one or several events. Significantly fewer respondents indicated that they had already worked in a coworking space. A slightly surprising result in our opinion.

ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG // SURVEY RESULTS



Als nächstes stellten wir den Unternehmen mit Coworking-Erfahrungen die Frage, aus welchem Grund sie zum ersten Mal einen Coworking Space aufgesucht hatten:

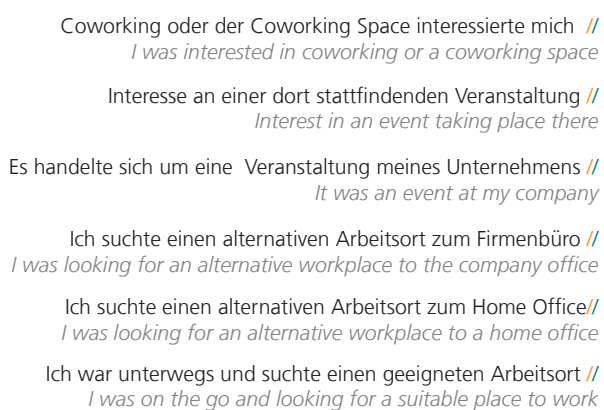


Abb. 18: Falls Sie schon Erfahrungen mit einem Coworking Space gemacht haben, was waren die Gründe dafür, dass Sie sich ZUM ERSTEN MAL entschlossen haben, diesen zu besuchen? (n=40; Mehrfachantworten möglich)

Hier fallen zwei Dinge auf: erstens war häufig ein gezieltes Interesse am Coworking entscheidend, um Coworking auch mal persönlich kennen zu lernen. Zweitens waren es vorwiegend Veranstaltungen, die zum Kennenlernen animierten – weit mehr zumindest, als die Suche nach einem alternativen Arbeitsort.



We then asked the companies with coworking experience, what was their reason for visiting a coworking space for the first time:

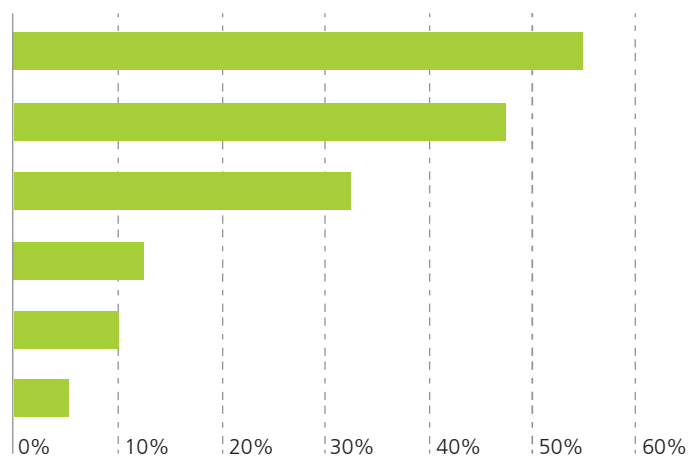


Fig. 18: If you already have experience with a coworking space, what were your reasons for deciding to visit it FOR THE FIRST TIME? (n=40; multiple answers allowed)

Two things are apparent here: firstly, a specific interest in coworking was in many cases a significant factor in also becoming personally acquainted with coworking. Secondly, it was primarily events that motivated respondents to learn about coworking – far more, at any rate, than the search for an alternative place of work.

Abb. 19: Coworking statt Home Office – Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell? (n=49)

Fig. 19: Coworking instead of home office – what opportunities do you see in this model? (n=49)

5.3

MODELL 1: COWORKING STATT HOME OFFICE // MODEL 1: COWORKING INSTEAD OF HOME OFFICE

»Mitarbeitern, die gelegentlich oder ständig ein Home Office nutzen, wird in diesem Modell die Möglichkeit geboten, stattdessen auch in einem Coworking Space zu arbeiten«.

"With this model, employees who occasionally or regularly use a home office are given the option of working in a coworking space instead."

5.3.1 Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?

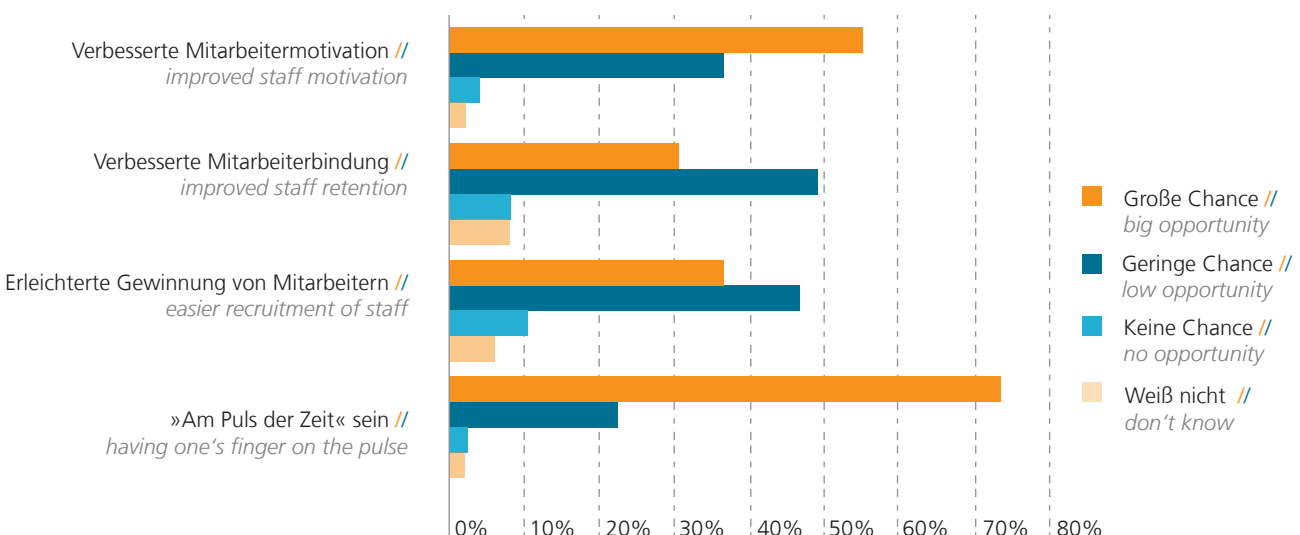
In diesem wie in den folgenden Modellen sind die prozentualen Ordinatenwerte (y-Achse) jeweils als Zustimmung zu dem genannten Item in der jeweiligen Ausprägung zu interpretieren.

Mit Abstand die höchsten Chancen wurden für dieses Modell darin gesehen, »Am Puls der Zeit« zu sein. Ebenfalls wurde eine verbesserte Mitarbeitermotivation als Chance verstanden. Den übrigen vorgeschlagenen Alternativen wurden hingegen mehrheitlich geringe bis keine Chancen eingeräumt.

5.3.1 What opportunities do you see in this model?

In this model, as in the subsequent ones, the percentage ordinate values (y-axis) can be interpreted in each case as approval of the stated item in the respective form.

Having one's "finger on the pulse" was seen as by far the biggest opportunity for this model. Improved staff motivation was also viewed as an opportunity. The other proposed alternatives, on the other hand, were mostly afforded little or no opportunity.



5.3.2 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Die meisten der hier genannten Risiken wurden mehrheitlich allenfalls als »gering« eingestuft. Lediglich das Risiko einer Verschlechterung der Informationssicherheit wurde von einem deutlich höheren Anteil der Antwortenden als »hohes Risiko« gewertet.

5.3.2 What risks do you see in this model for companies?

Most of the risks named here were mostly rated as "low" at best. Only the risk of a degradation of information security was rated as "high risk" by a significantly higher proportion of respondents.

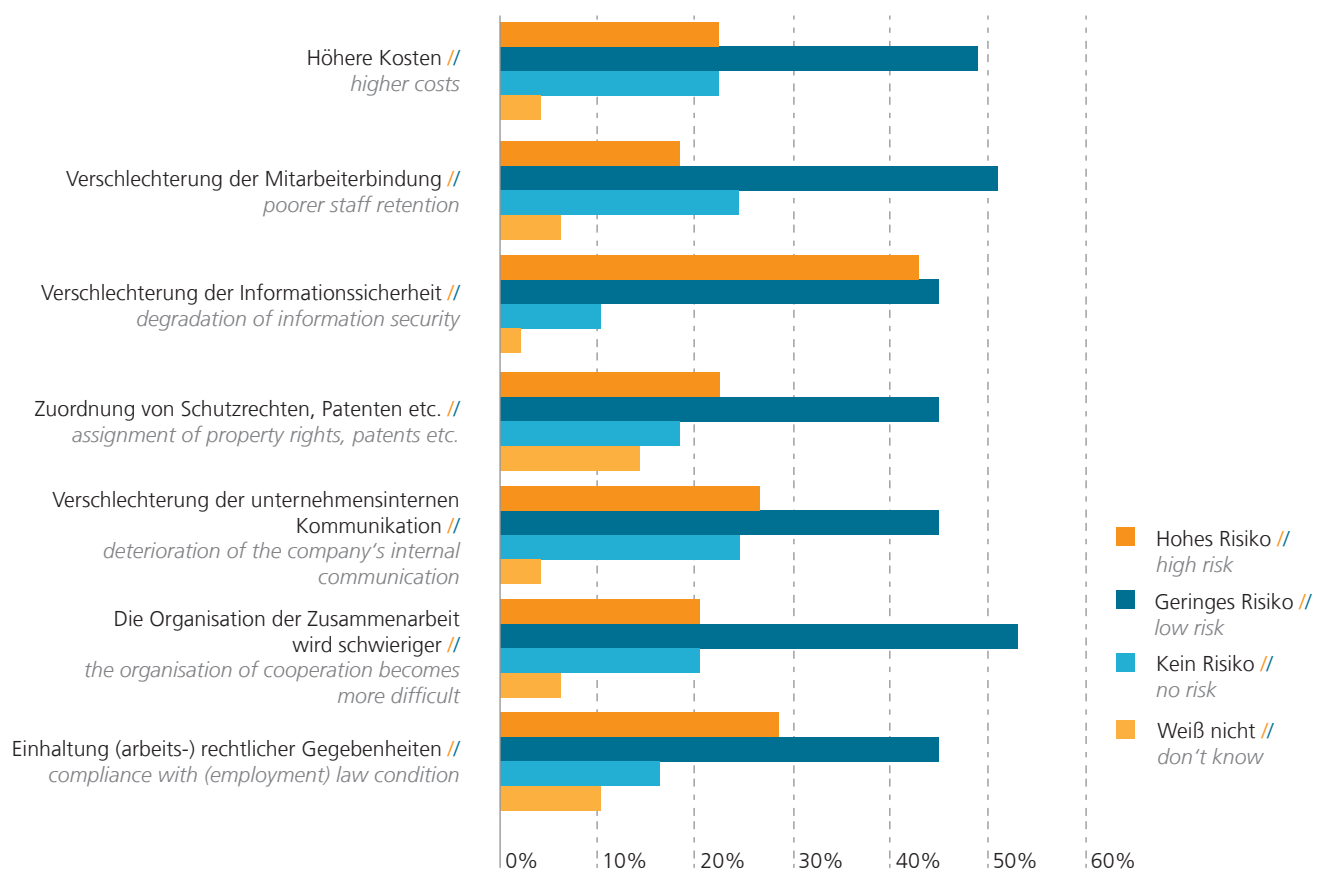


Abb. 20: Coworking statt Home Office – Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen? (n=48)



Fig. 20: Coworking instead of home office – what risks do you see in this model for companies? (n=48)

5.3.3 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Ihre Mitarbeiter?

Die bei diesem Modell theoretisch denkbaren Risiken für Mitarbeiter wurden von der Mehrheit der Befragten eher als gering oder nicht vorhanden angesehen. Dies ist insofern nachvollziehbar, als der Coworking Space hier ja für den Mitarbeiter das Home Office ersetzt bzw. ergänzt, insofern erhöht sich die physische Abwesenheit vom Unternehmen durch dieses Modell nicht zwangsläufig.

5.3.3 What risks do you see in this model for your employees?

The majority of respondents viewed the theoretical risks to employees rather as low or non-existent with this model. This is understandable insofar as here the coworking space is replacing or supplementing the home office for employees, and to that extent the physical absence of the company is not necessarily increased by this model.

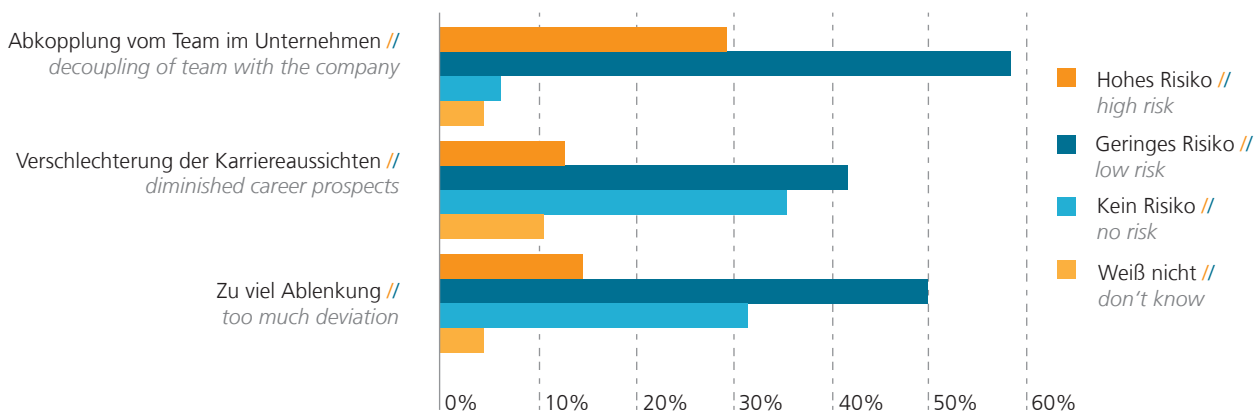
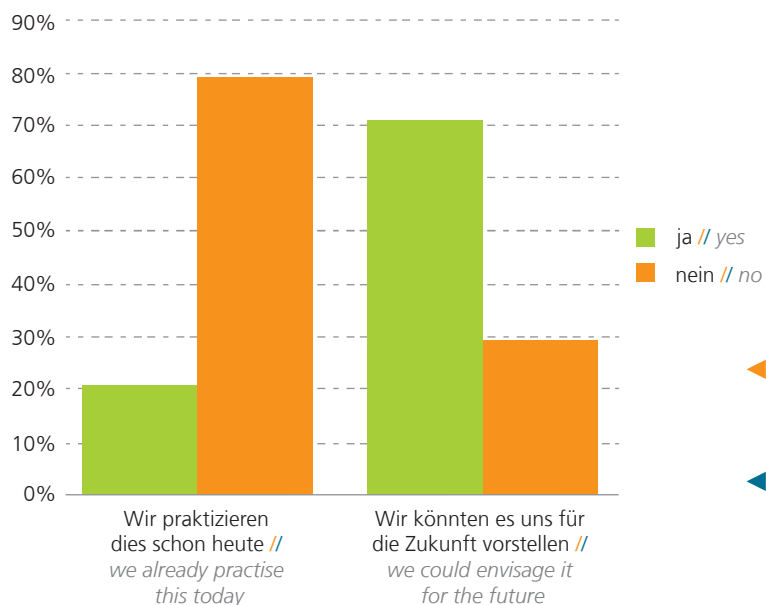


Abb. 21: Coworking statt Home Office – Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Ihre Mitarbeiter? (n=48)

Fig. 21: Coworking instead of home office – what risks do you see in this model for your employees? (n=48)

5.3.4 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?

Das Modell »Coworking statt Home Office« wird bislang nur von einer Minderheit der befragten Unternehmen praktiziert. Für die Zukunft ist es allerdings für eine deutliche Mehrheit vorstellbar.



5.3.4 Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?

The model "Coworking instead of home office" is so far only being practised by a minority of the companies surveyed. Though a clear majority is conceivable for the future.

◀ Abb. 22: Coworking statt Home Office – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder könnten Sie es sich für die Zukunft vorstellen? (n=48)

◀ Fig. 22: Coworking instead of home office – do you already practise this model today or can you envisage it for the future? (n=48)

Abb. 23: Anmietung von Team- oder Projektflächen – Chancen (n=43) ▶

Fig. 23: Rental of team or project space – opportunities (n=43) ▶

5.4

MODELL 2: ANMIETUNG VON TEAM- ODER PROJEKTFLÄCHEN // MODEL 2: RENTAL OF TEAM OR PROJECT SPACE

»Ganze Teams erhalten die Gelegenheit, temporär in einem Coworking Space zu arbeiten. In diesem Modell mietet das Unternehmen einen festen Arbeitsbereich oder Arbeitsplätze für Teams in einem Coworking Space an. Die Motivation für dieses Modell kann sehr unterschiedlich sein, so kann dies beispielsweise für Entwicklungsprojekte genutzt werden oder ganze Organisationseinheiten erhalten so die Gelegenheit zum Austausch mit Freelancern und Startups oder auch einfach nur »Off-Site« zu arbeiten«.

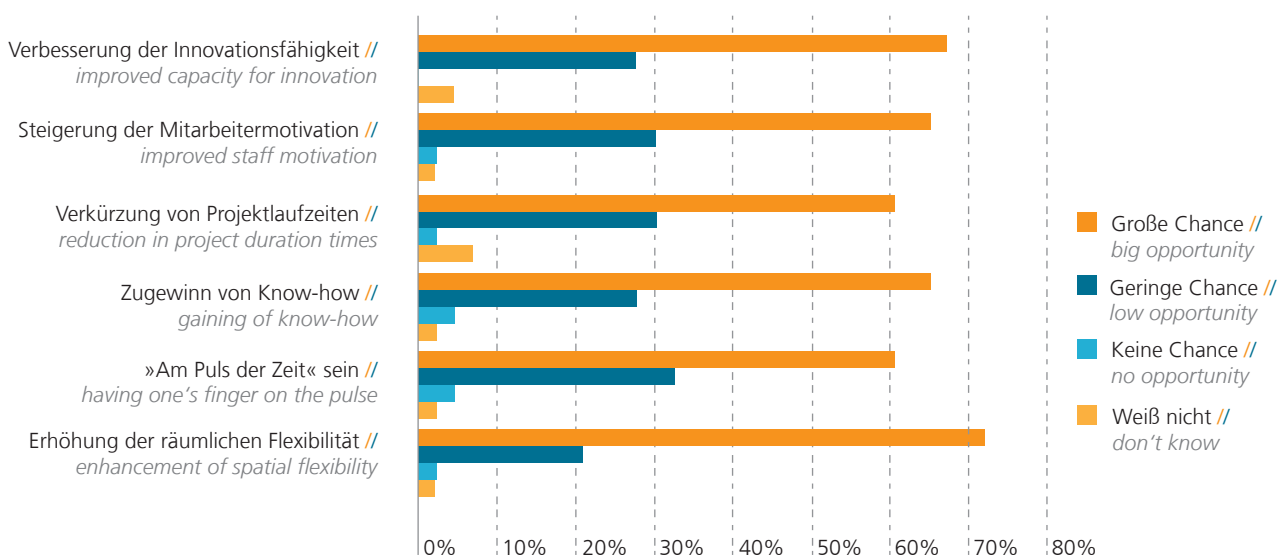
"All teams get the opportunity to work temporarily in a coworking space". In this model, the company rents a fixed work area or workplaces for teams in a coworking space. The incentives for this model can be extremely varied, for example, it can be used for development projects or entire organisation units can get the opportunity to exchange ideas with freelancers and startups or just simply to work off-site."

5.4.1 Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?

Die meisten Befragten messen diesem Modell über alle abgefragten Items hohe Chancen zu. Da es sich bei den abgefragten Kriterien für die meisten Unternehmen um strategische Zielgrößen handelt, ist diese Bewertung bemerkenswert.

5.4.1 What opportunities do you see in this model?

Most of the respondents attribute big opportunities to this model across all of the items being surveyed. This assessment is noteworthy as the criteria under survey are strategic targets for most businesses.

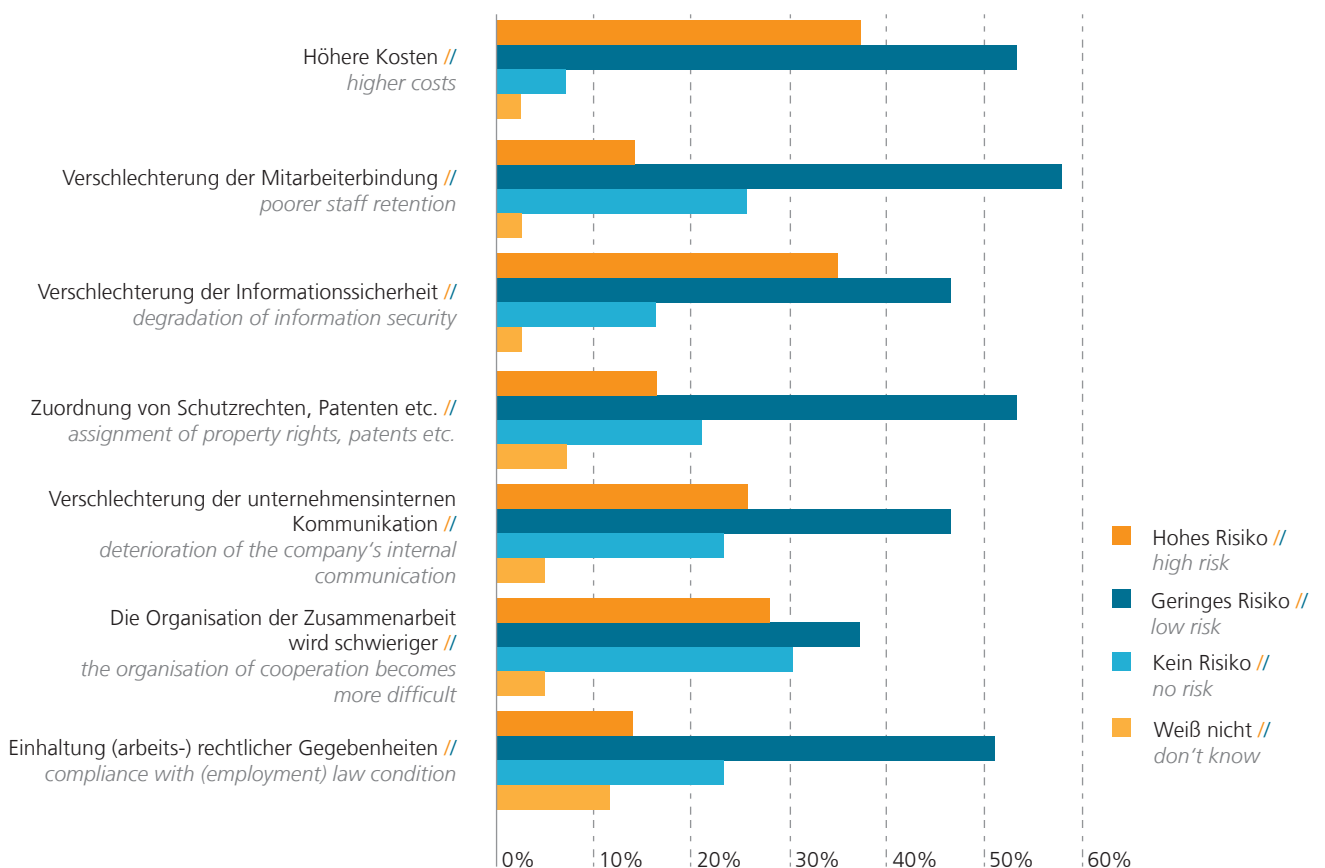


5.4.2 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Über alle genannten Items werden die Risiken von deutlich mehr Befragten als »gering« oder »nicht vorhanden« bewertet denn als »hoch«. Am höchsten werden die Risiken in Bezug auf höhere Kosten und Informationssicherheit, aber auch hinsichtlich einer erschwerten Zusammenarbeit zwischen den ausgelagerten Mitarbeitern und der Konzernorganisation bewertet. Möglicherweise wird deshalb auch das Modell 5 – Ideenschmiede, also ein unternehmenseigener Coworking Space – trotz deutlich höherer Aufwände insgesamt als noch attraktiver gewertet. Ob dies allerdings für die Innovationsfähigkeit tatsächlich zielführend ist, wird die Praxis beweisen müssen.

5.4.2 What risks do you see in this model for companies?

The risks are rated as "low" or "non-existent" by considerably more respondents than is the case for "high" across all of the stated items. Risks relating to higher costs and information security, but also with regards to the more difficult cooperation between the relocated staff and the group organisation are rated as being the highest. Consequently model 5 – think tank, i. e. a company's in-house coworking space – is rated as even more appealing on the whole despite the considerably higher outlay. Whether or not this actually benefits the capacity for innovation, remains to be proven in practice.



5.4.3 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?

So selten dieses Modell des Corporate Coworking heute unter den Befragten praktiziert wird, so häufig wird es gleichzeitig als mögliches Zukunftsmodell für das eigene Unternehmen gesehen. Diese Einschätzung korrespondiert mit den Einschätzungen der Befragten hinsichtlich dessen Chancen und Risiken. Zugleich dürfte dieses Modell ein guter Weg sein, sich mit der Thematik des Corporate Coworking vertraut zu machen und entsprechende Erfahrungen zu sammeln.

5.4.3 Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?

While this model of corporate coworking is so rarely practised today among the respondents, at the same time it is often seen as a potential future model for the particular company. This assessment corresponds with those of the respondents with regards to opportunities and risks. At the same time, this model should represent a good way of familiarising oneself with the subject of corporate coworking and gathering the relevant experience with it.

Abb. 25: Anmietung von Team- oder Projektflächen – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie sich für die Zukunft vorstellen? (n=44)

Fig. 25: Rental of team or project space – do you already practise this model today or can you envisage it for the future? (n=44)

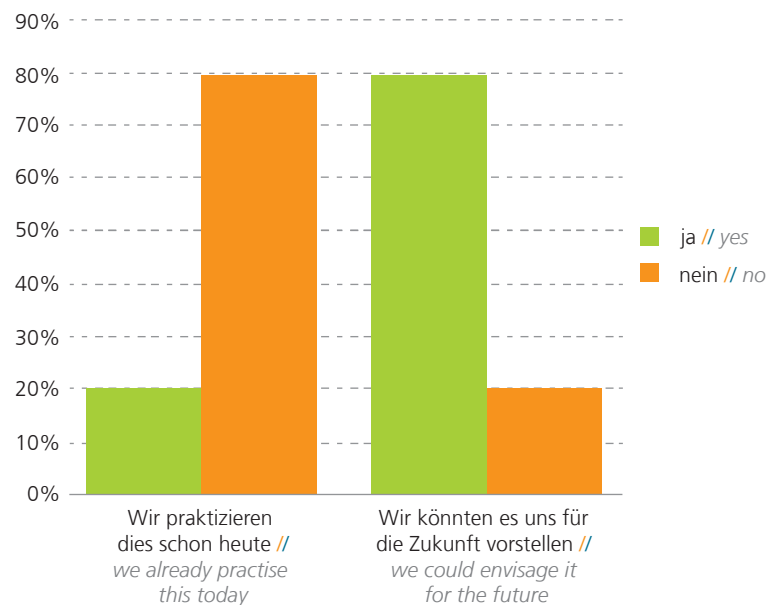


Abb. 24: Anmietung von Team- oder Projektflächen – Risiken (n=43)

Fig. 24: Rental of team or project space – risks (n=43)

5.5

MODELL 3: »TEIL-SABBATICAL« ODER »INNOVATION CAMP« // "PART SABBATICAL" OR "INNOVATION CAMP"

»Coworking an einem Ferienort, um Arbeits- und Urlaubsaktivitäten zu verbinden. Mitarbeitern wird die Möglichkeit geboten, im Rahmen eines »Teil-Sabbatical« eine Zeitlang in einem Coworking Space an einem Ferienort zu arbeiten und dort Arbeit und Freizeit kombinieren zu können«.

"Coworking at a holiday location for combining work and holiday activities. Employees are offered the opportunity within the scope of a "part sabbatical" to work for a while in a coworking space at a holiday location and to combine work and leisure there."

5.5.1 Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Die Chancen dieses Modells liegen eindeutig im Bereich der Verbesserung der Mitarbeitermotivation bzw. der Attraktivität des Unternehmens. Die Aspekte der Verbesserung von Innovationsfähigkeit bzw. Zugewinn von Know-how wurde von den Befragten sehr viel kritischer wahrgenommen – möglicherweise noch zu Unrecht.

5.5.1 What opportunities do you see in this model for companies?

The opportunities associated with this model lie clearly in the improvement of staff motivation and the appeal of the company. The issues of improving the capacity for innovation and the gaining of know-how were perceived as much more crucial by respondents – possibly without good reason.

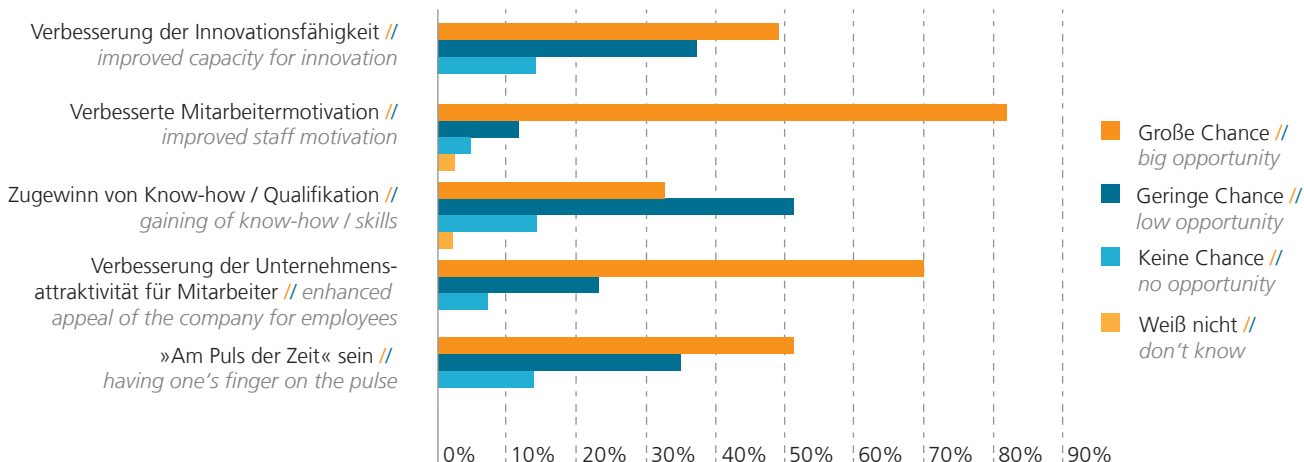


Abb. 26: Teil-Sabbatical oder Innovation Camp – Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen? (n=43)

Fig. 26: Part sabbatical or Innovation camp – what opportunities do you see in this model for companies? (n=43)

5.5.2 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Hier wurde insbesondere das Kostenrisiko, aber auch das Risiko von Neid- und Ungerechtigkeitsempfinden bei Mitarbeitern genannt. Insgesamt werden in diesem Modell von den Befragten deutlich höhere Risiken als Chancen gesehen – und zwar als einzigem aller untersuchten Modelle.

Allerdings wächst – wie in Kapitel 3.2.2 dargestellt – der Markt für Coworkation Spaces ständig. Wir gehen daher davon aus, dass dieses Modell in Zukunft sehr wohl auch von Unternehmen entdeckt wird – wenngleich auch zunächst in eher nähergelegenen Spaces.

5.5.2 What risks do you see in this model for companies?

In particular the cost risk, but also the risk of a sense of grudge and injustice among staff were mentioned here. Overall, this model is seen by respondents as presenting considerably greater risks than opportunities – the only model perceived this way of all those examined.

But, as illustrated in chapter 3.2.2, the market for coworking spaces is constantly growing. We can therefore assume that this model will also very likely be discovered by companies in the future – albeit initially in rather more local spaces.

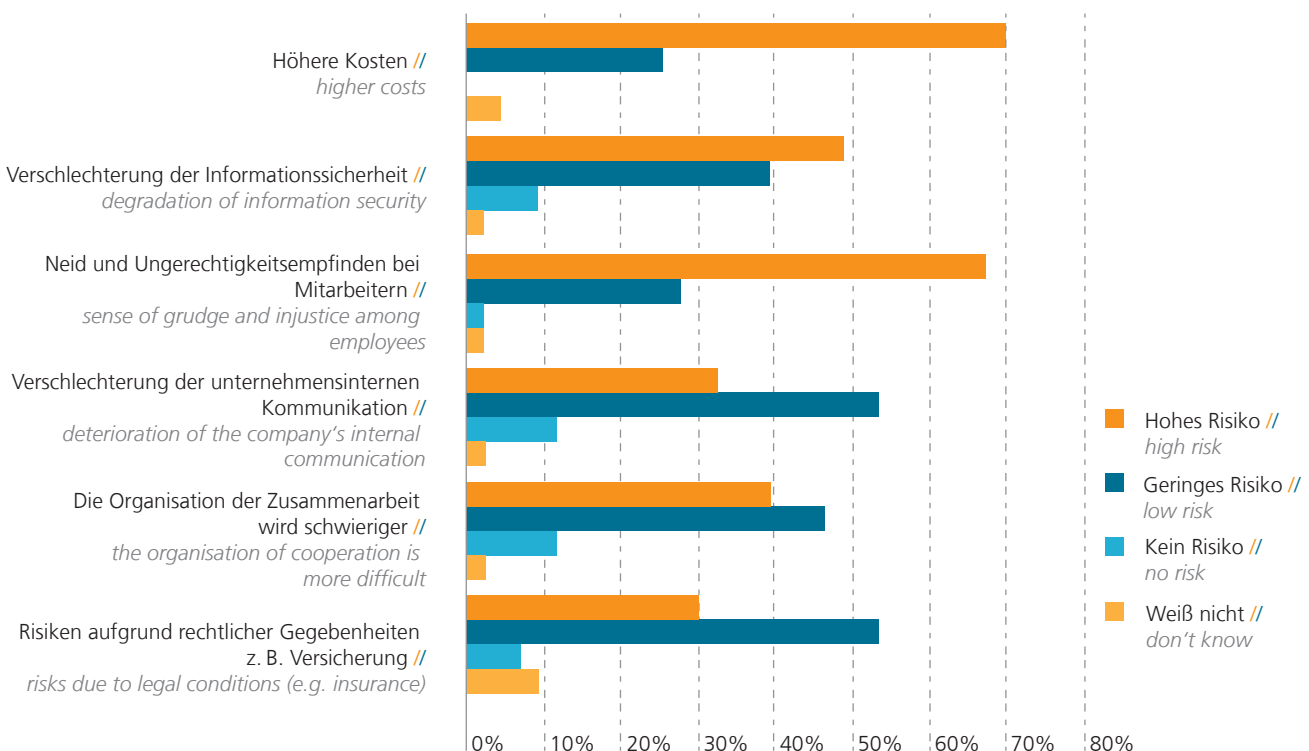


Abb. 27: Teil-Sabbatical oder Innovation Camp – Risiken für Unternehmen (n=43)

Fig. 27: Part sabbatical or Innovation camp – risks for companies (n=43)

5.5.3 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?

Die Frage, ob dieses Modell schon heute praktiziert wird bzw. ob man es sich für die Zukunft vorstellen kann, wurde hier zweigeteilt: einmal bezog es sich auf einzelne Mitarbeiter, denen man auf diese Weise ein »räumliches Sabbatical« gewähren könnte, zum anderen auf ein ganzes Projektteam, welchem zur intensiven Projekt- und Entwicklungsarbeit eine Coworking-Location in Ferienorten geboten werden könnte.

Wie deutlich zu sehen, überwiegt gegenüber dem Modell Teil-Sabbatical oder Innovation Camp die Skepsis. Dennoch, für die Zukunft ist auch dieses Modell für einige Unternehmen schon vorstellbar. Da Coworkation Spaces zurzeit ein beachtliches Wachstum aufweisen, könnte sich dieser Trend auch in Zukunft weiter fortsetzen.

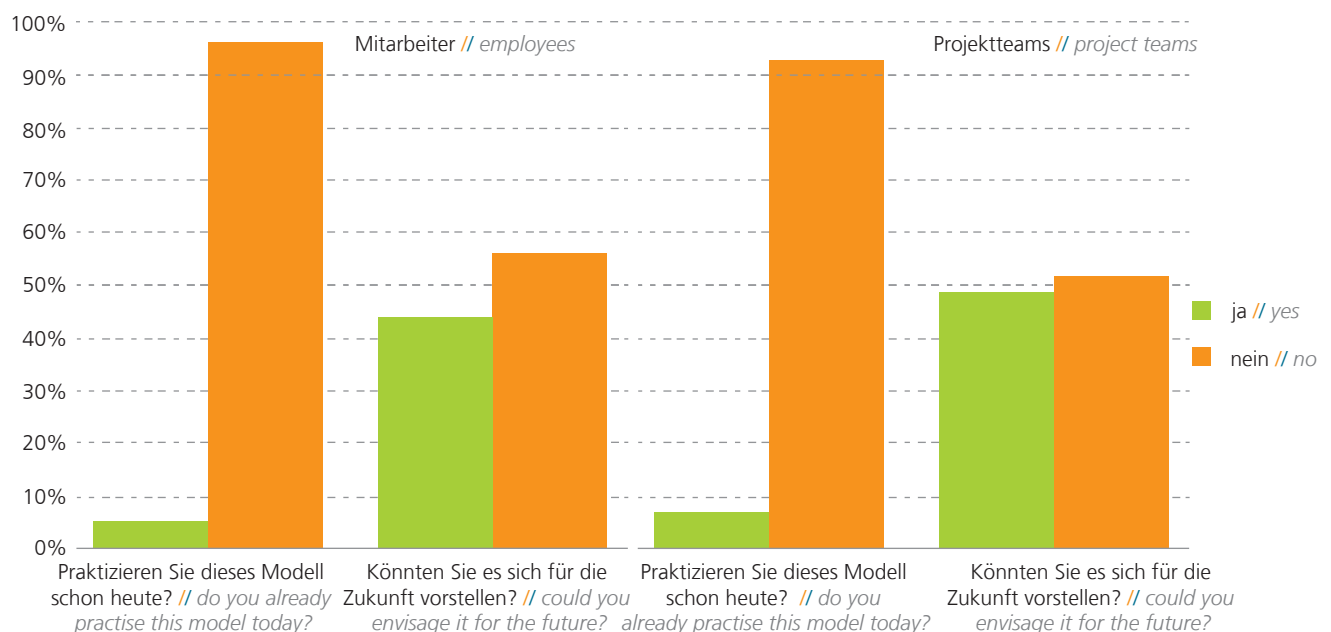


Abb. 28: Teil-Sabbatical oder Innovation Camp – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen? (n=43)

5.5.3 Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?

The question of whether this model is already being practised and of whether it is conceivable for the future was split into two parts: on the one hand it referred to individual employees whom one could grant a "spatial sabbatical" in this way, and, on the other, to an entire project team, which could be offered a coworking location in holiday resorts for intensive project and development work.

As can clearly be seen, scepticism prevails towards the part sabbatical and innovation camp models. However, this model is also conceivable for the future for some companies. As coworking spaces are presently showing substantial growth, this trend may also continue in the future.

Fig. 28: Part sabbatical or Innovation camp – do you already practise this model today or can you envisage it for the future? (n=43)

5.6

MODELL 4: COWORKING MIT ZULIEFERERN, DIENSTLEISTERN ODER ENTWICKLUNGSPARTNERN // MODEL 4: COWORKING WITH SUPPLIERS, SERVICE PROVIDERS OR DEVELOPMENT PARTNERS

»Es wird ein Coworking Space für Dienstleister, Zulieferer oder Entwicklungspartner etabliert, der auch von eigenen Mitarbeitern zum gemeinsamen Arbeiten »besucht« werden kann.«

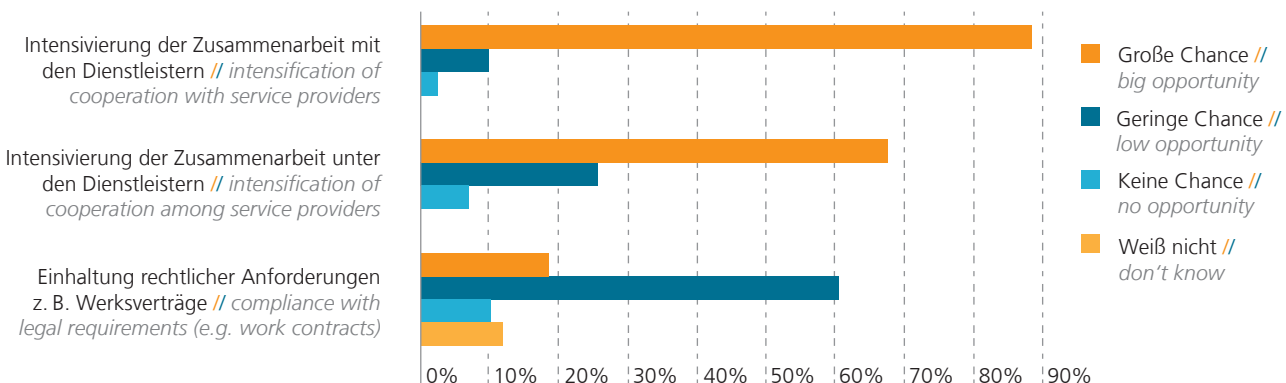
“A coworking space is established for service providers, suppliers or development partners, which can also be visited by a company’s own staff members for carrying out work together.”

5.6.1 Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?

Die Chancen dieses Modells werden – wenig überraschend – primär in der Verbesserung der Zusammenarbeit mit oder auch unter den Dienstleistern gesehen. Sehr viel geringer wird das Potenzial gesehen, hierdurch gewisse rechtliche Anforderungen einhalten zu können.

5.6.1 What opportunities do you see in this model?

It’s little surprise that the opportunities associated with this model are mainly seen in the improvement of cooperation with or even among service providers. The potential for complying with certain legal requirements in this way is seen as much lower.



▲
Abb. 29: Coworking mit Zulieferern, Dienstleistern oder Entwicklungspartnern – Chancen (n=43)

▲
Fig. 29: Coworking with suppliers, service providers or development partners – opportunities (n=43)

5.6.2 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Die Risiken werden von einer Mehrheit der Antwortenden als gering oder nicht vorhanden bewertet. Die einzelnen Items weichen hier in der Risikobewertung insgesamt nur gering voneinander ab.

Im Vergleich zu den anderen Modellen fällt allerdings auf, dass das Kostenrisiko hier geringer eingeschätzt wird. Dies hat möglicherweise damit zu tun, dass die Kosten hier von den Dienstleistern und Zulieferern selbst übernommen werden (müssen).

5.6.2 What risks do you see in this model for companies?

The majority of respondents rate the risks as low or non-existent. The individual items only differ slightly from one another overall within the risk assessment.

In comparison with the other models, however, it appears that the cost risk is rated as lower. This is possibly related to the fact that the costs here are (must be) borne by the service providers and suppliers themselves.

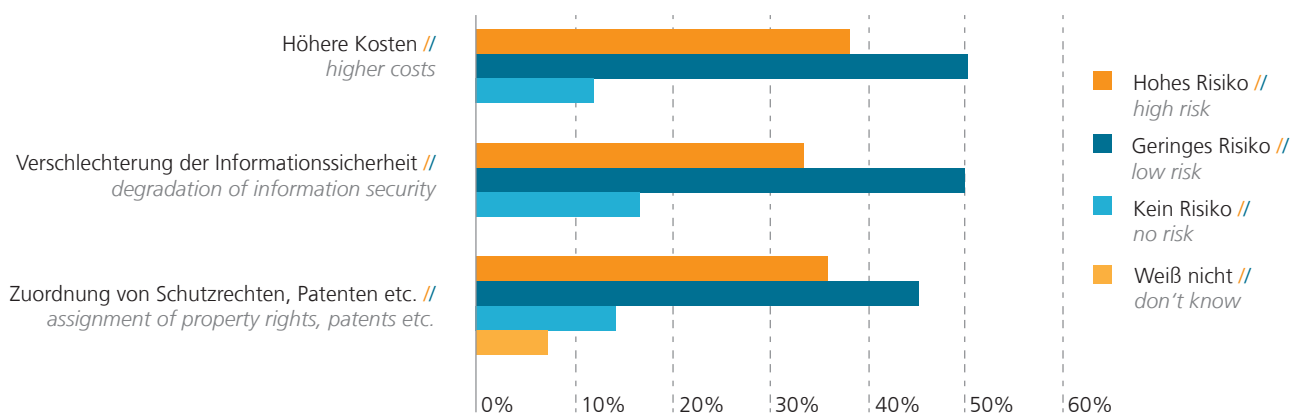


Abb. 30: Coworking mit Zulieferern, Dienstleistern oder Entwicklungspartnern – Risiken (n=42)



Fig. 30: Coworking with suppliers, service providers or development partners – risks (n=42)

5.6.3 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können es sich für die Zukunft vorstellen?

Bis heute wird dieses Modell nur von den wenigsten der antwortenden Unternehmen praktiziert, für die Zukunft ist es allerdings für eine Mehrheit durchaus vorstellbar.

5.6.3 Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?

So far this model is only being practised by very few of the responding companies, however the majority see it as quite conceivable for the future.

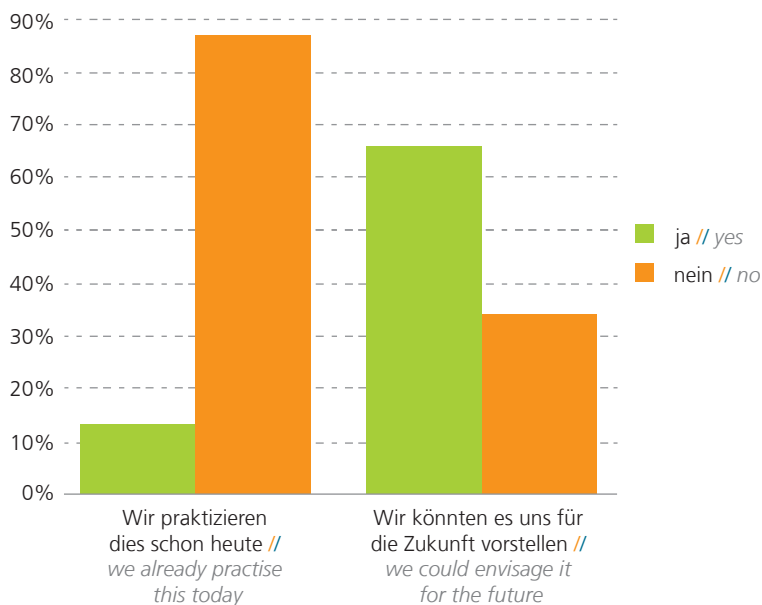


Abb. 31: Coworking mit Zulieferern, Dienstleistern und/oder Entwicklungspartnern – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder könnten Sie es sich für die Zukunft vorstellen? (n=43)

Fig. 31: Coworking with suppliers, service providers and/or development partners – do you already practise this model today or could you envisage it for the future? (n=43)

5.7

MODELL 5: »IDEENSCHMIEDE« – BETRIEB EINES EIGENEN COWORKING SPACE, AUCH FÜR FREELANCER UND STARTUPS // "THINK TANK" – OPERATING YOUR OWN COWORKING SPACE, INCLUDING FOR FREELANCERS AND STARTUPS

»Das Unternehmen betreibt hier einen eigenen Coworking Space, der sowohl Mitarbeitern als auch Freelancern und Startups zur Verfügung steht, um u. a. Ideen untereinander auszutauschen und interessante Kontakte zu knüpfen.«

"Here the company operates its own coworking space, which is available both to employees as well as freelancers and startups, to allow the exchanging of ideas between one other and the forming of interesting contacts, among other things."

5.7.1 Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?

Das Modell wird hinsichtlich seiner Chancen außerordentlich positiv beurteilt – es erscheint den meisten der Antwortenden geeignet, die Innovationsfähigkeit zu verbessern, Know-how bzw. Qualifikation hinzu zu gewinnen und »Am Puls der Zeit« zu sein. Insofern ein recht beeindruckendes Bild.

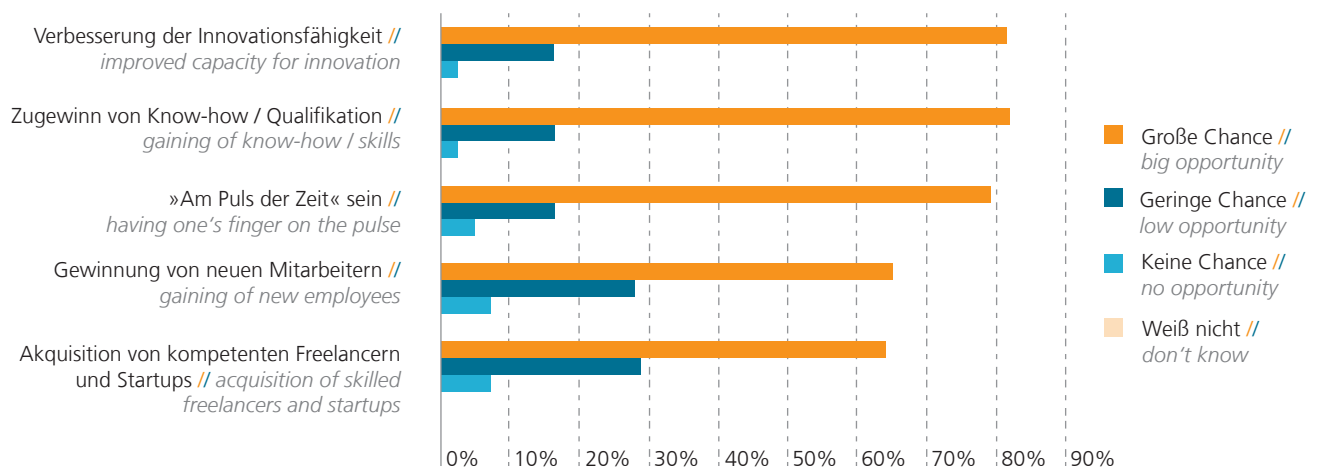


Abb. 32: Ideenschmiede – Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell? (n=43)



Fig. 32: Think tank – what opportunities do you see in this model? (n=43)

5.7.2 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Bis auf das Kostenrisiko werden die meisten genannten Risiken mehrheitlich als gering bzw. nicht vorhanden eingestuft. Die Gefahr einer Ablenkung vom Kerngeschäft wurde noch von relativ vielen Unternehmen genannt. Interessant hieran ist, dass es bei Innovation ja häufig gerade darum geht, auch grundsätzlich Neues zu entwickeln. Möglicherweise existiert diesen grundsätzlich neuen Entwicklungen gegenüber auch eine gewisse Unsicherheit bei einigen Unternehmen.

Die übrigen Risikoabschätzungen wurden jeweils von knapp einem Drittel der Antwortenden als hoch bewertet.

5.7.2 What risks do you see in this model for companies?

Apart from the cost risk, most of the stated risks are rated for the majority as low or non-existent. The risk of deviation from the core business was mentioned by a relatively high number of companies. What's interesting here is that innovation often fundamentally involves the development of something new. There may also be a certain level of insecurity at some companies towards these fundamentally new developments.

The other risks were each rated as high by almost a third of respondents.

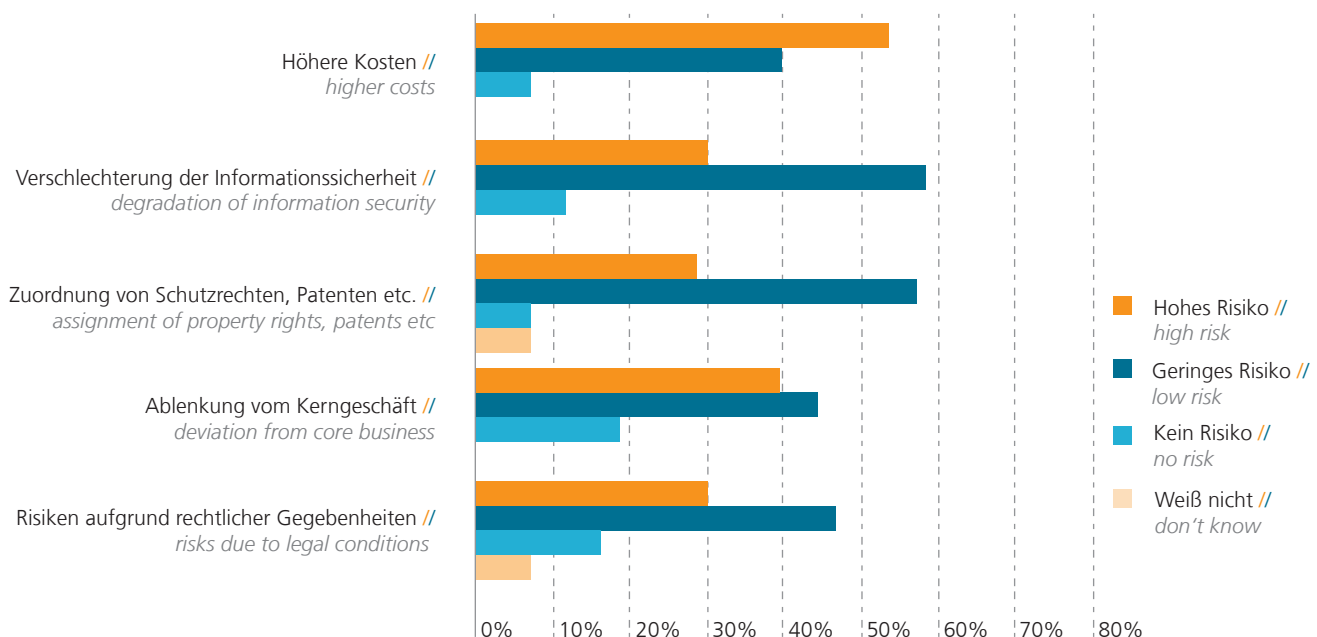


Abb. 33: Ideenschmiede – Betrieb eines eigenen Coworking Space – Risiken (n=43)

Fig. 33: Think tank – operating your own coworking space – risks (n=43)

5.7.3 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder könnten Sie es sich für die Zukunft vorstellen?

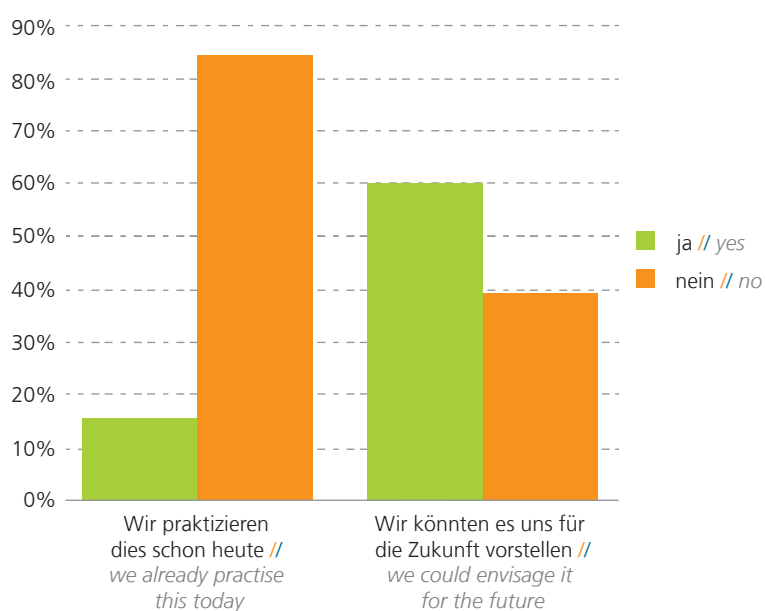
Wie zu erwarten, wird auch dieses Modell heute von den antwortenden Unternehmen nur recht selten praktiziert. Etwas erstaunlich ist hingegen die Tatsache, dass trotz der hohen Chancen hinsichtlich der Innovationsfähigkeit das Modell nur von etwas mehr als der Hälfte der Teilnehmer als Zukunftsmodell für das eigene Unternehmen angesehen wird.

Das könnte zum einen an der Risikoabschätzung hinsichtlich der hohen Kosten und der Ablenkung vom Kerngeschäft liegen. Eine weitere Ursache könnte sein, dass von einigen Unternehmen das schon ausgewertete, relativ ähnliche Modell 2 – Temporäre Anmietung von Team- oder Projektflächen – vorgezogen wird. Dies macht auch durchaus Sinn, zumindest als ein erster Schritt hin zum Corporate Coworking.

5.7.3 Do you already practise this model today or could you envisage it for the future?

As expected, this model is practised rather seldomly by the responding companies at this present time. Somewhat astonishingly, on the other hand, is the fact that despite the high opportunities with regards to capacity for innovation, the model is only seen by just over half the participants as a future model for their own business.

This could be to do with the risk assessment in relation to the high costs and the deviation from the core business on the one hand. Another reason could be the fact that some of the companies have a preference for the relatively similar model 2 – temporary renting of team and project space – which was previously assessed. This also makes perfect sense, at least as a first step towards corporate coworking.



◀ Abb. 34: Ideenschmiede – Betrieb eines eigenen Coworking Space – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder könnten Sie es sich für die Zukunft vorstellen? (n=43)

◀ Fig. 34: Think tank – operating your own coworking space – do you already practise this model today or could you envisage it for the future? (n=43)

5.8

MODELL 6: COWORKING IM RAHMEN VON ACCELERATOR- ODER INKUBATOR-PROGRAMMEN // MODEL 6: COWORKING WITHIN THE FRAMEWORK OF ACCELERATOR OR INCUBATOR PROGRAMMES

»Acceleratoren werden von Unternehmen betrieben, um Startups in einem bestimmten Zeitraum (z. B. über drei Monate) durch Coaching zu einer schnelleren Entwicklung zu verhelfen. Inkubatoren sind Einrichtungen, die Unternehmen in Gründung auf dem Weg zur Existenzgründung unterstützen. Das betreuende Unternehmen profitiert dabei von Produktentwicklungen, von längerfristigen Partnerschaften oder durch die Beteiligung an erfolgsversprechenden Startups«.

Grundsätzlich kann dies in einem eigenen Coworking Space oder auch in angemieteten Räumlichkeiten eines nicht dem Unternehmen gehörenden Coworking Space stattfinden; wir haben diese Möglichkeiten bewusst offen gelassen.

“Accelerators are run by companies to help startups grow faster within a certain period of time (e. g. three months) through coaching. Incubators are organisations that help companies in their formation stage on the road to startup. The mentor company benefits from product developments, long-term partnerships or from being involved with promising startups.”

In principle, this can take place in the company's own coworking space or also in rented premises within a coworking space not belonging to the company; we have consciously left these options open.

5.8.1 Accelerator- und Inkubator-Programme – Chancen

Diesem Modell werden überwiegend große Chancen hinsichtlich Produktentwicklung, Qualifikationszugewinn und Verbesserung der Innovationsfähigkeit eingeräumt. Die Chancenbewertung ist über alle Modelle eine der höchsten. Gerade auch das Potenzial zur Entwicklung von Produkten außerhalb der eigenen Kernkompetenzen kann für schnelle Innovationen in diesen Bereichen wichtig werden.

5.8.1 Accelerator and incubator programmes – opportunities

This model is mainly seen as having great opportunities with regards to product development, gaining skills and improving the capacity for innovation. The risk assessment in one of the highest of all the models. But the potential to develop products outside the company's core competencies can be especially important for fast innovations within these areas.

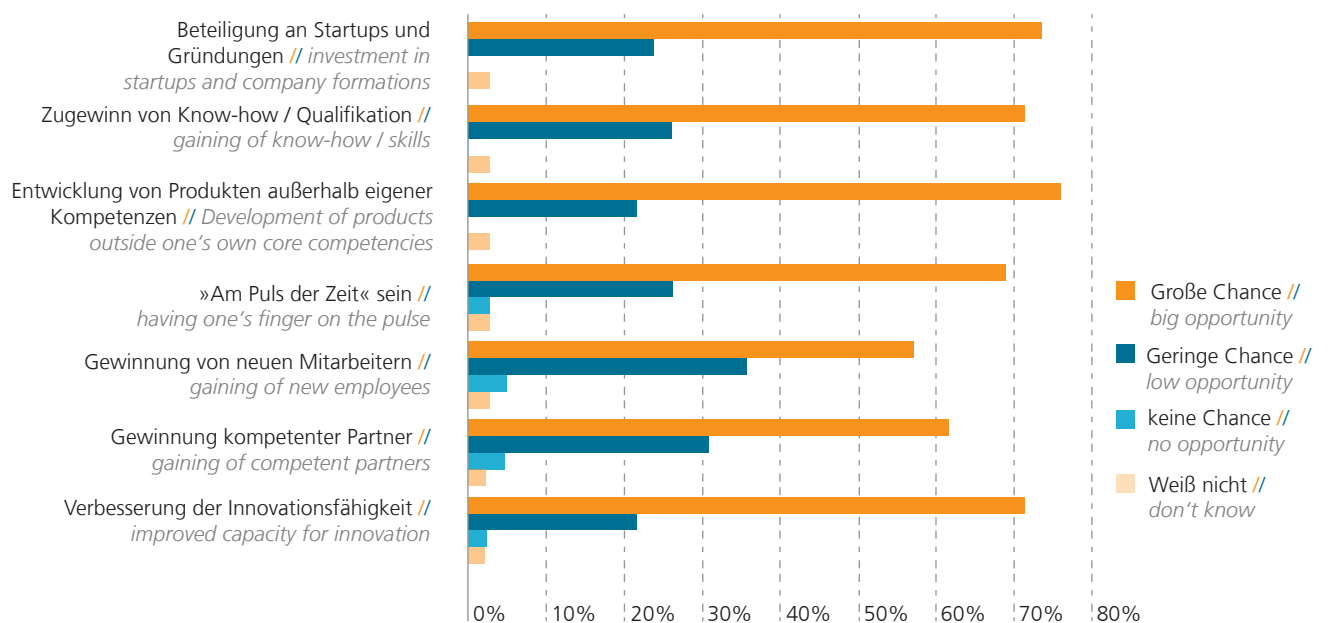


Abb. 35: Accelerator- und Inkubator-Programme – Chancen (n=42)

Fig. 35: Accelerator and incubator programmes – opportunities (n=42)

5.8.2 Accelerator- und Inkubatorprogramme – Risiken

Die Abschätzung der Risiken dieses Modells ist relativ uneinheitlich. Am höchsten wird das Kostenrisiko beurteilt, die übrigen zur Auswahl gestellten Risiken werden mehrheitlich als gering oder nicht vorhanden eingestuft.

5.8.2 Accelerator and incubator programmes – risks

The risk assessment for this model is relatively inconsistent. The cost risk is rated as the highest, while the other risks within the selection list are mostly rated as low or non-existent.

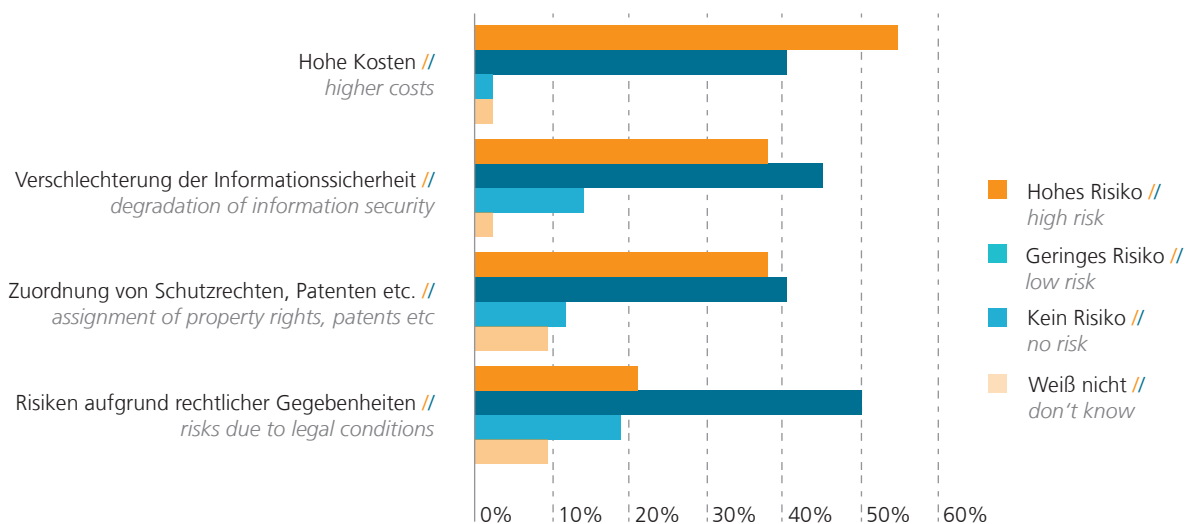
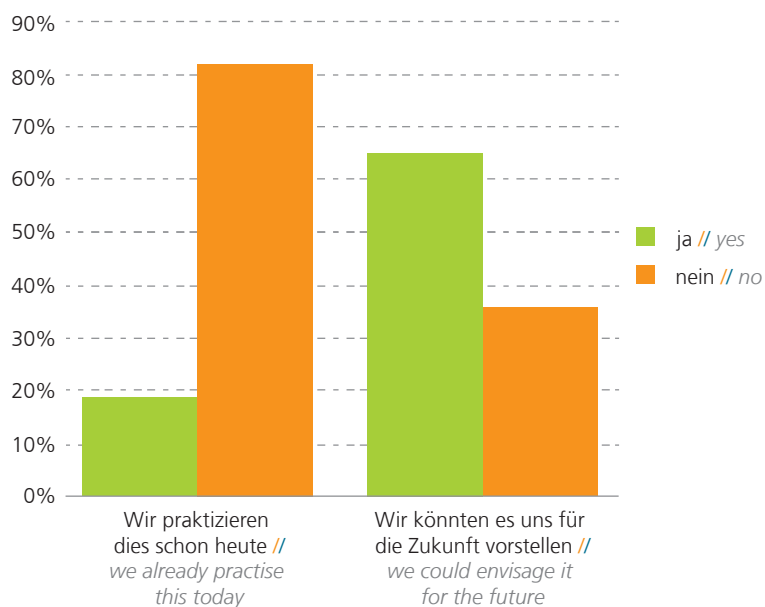


Abb. 36: Accelerator- und Inkubator-Programme – Risiken (n=42)

Fig. 36: Accelerator and incubator programmes – risks (n=42)

5.8.3 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?

Obwohl es in der Praxis nicht ganz einfach ist, Accelerator- und Inkubator-Programme zu planen und durchzuführen, können sich mehr als die Hälfte der Befragten dies als Zukunftsmodell vorstellen. Dies dürfte primär an der sehr positiven Bewertung der damit verbundenen Chancen liegen. Darüber hinaus existieren Möglichkeiten der Beteiligung oder Angebote von Coworking Spaces, sich bei der Organisation unterstützen zu lassen.



5.8.3 Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?

Although the planning and implementation of accelerator and incubator programmes is not so easy in practice, over half the respondents can envisage this as a future model. This could be primarily due to the very positive assessment of the associated risks. There are also possibilities for the sharing or provision of coworking spaces to help with the organisation.

◀ Abb. 37: Accelerator- und Inkubator-Programme – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen? (n=43)

◀ Fig. 37: Accelerator and incubator programmes – do you already practise this model today or can you envisage it for the future? (n=43)

5.9

MODELL 7: COWORKING SPACES ALS ENTWICKLUNGSDIENSTLEISTER // MODEL 7: COWORKING SPACES AS DEVELOPMENT SERVICE PROVIDERS

»Aufgrund der Tatsache, dass in Coworking Spaces häufig aktuell gesuchte Qualifikationen bei Freelancern oder Startups gefunden werden, können sich Unternehmen bei Bedarf an Coworking Spaces wenden, um etwa ein Produkt oder eine Dienstleistung ganz oder teilweise dort entwickeln zu lassen.«

“Due to the fact that currently in-demand qualifications can often be found in coworking spaces among freelancers and startups, businesses can use coworking spaces as required, for example, to have a product or service developed there either partially or in full.”

5.9.1 Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Dieses Modell wird von den antwortenden Unternehmen insbesondere als geeignet angesehen, die Flexibilität bei Entwicklungsprozessen zu erhöhen. Auch der Verkürzung von Entwicklungszeiten sowie einer allgemeinen Verbesserung der

5.9.1 What opportunities do you see in this model for companies?

This model is seen by the responding companies as being particularly suitable for improving the flexibility surrounding development processes. The shortening in duration of development times and a general improvement in the innovative

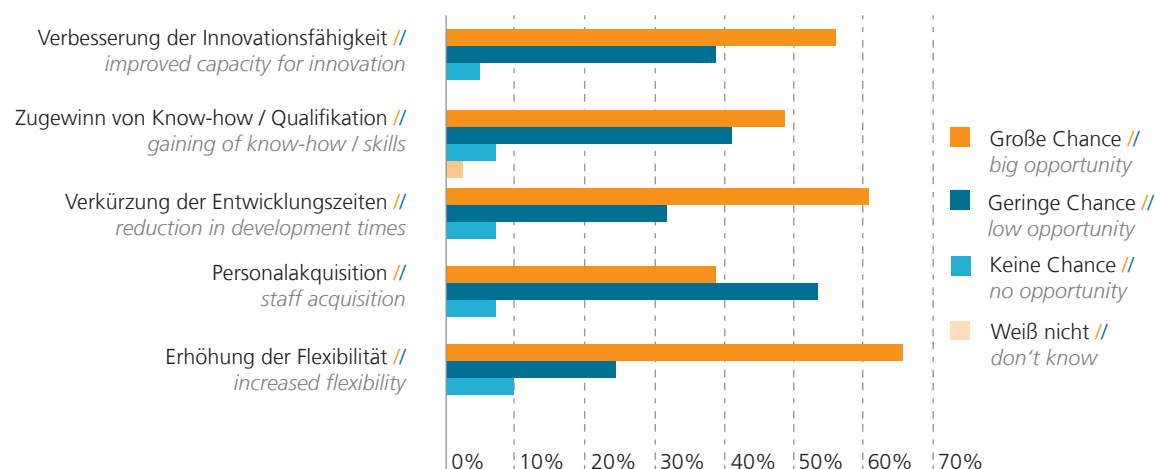


Abb. 38: Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister – Chancen (n=41)



Fig. 38: Coworking spaces as development service providers – opportunities (n=41)



Innovationsfähigkeit werden mehrheitlich hohe Chancen eingeräumt. Dieses Modell ist bislang in der Praxis kaum bekannt, obwohl es ein sehr spannendes Modell mit hohen Potenzialen auch für Space-Betreiber darstellt, die hiermit ihr gewohntes Business der Vermietung von Arbeitsplätzen und der Organisation von Veranstaltungen und Workshops erweitern könnten.

5.9.2 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

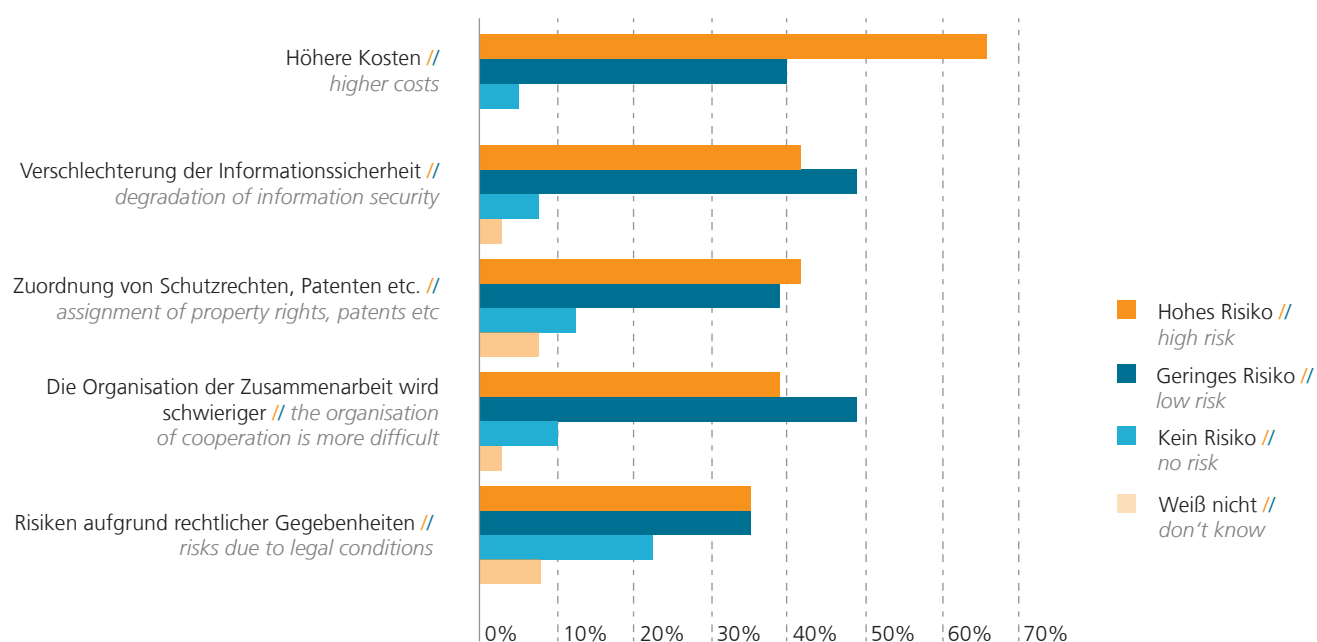
Das Kostenrisiko wird bei diesem Modell am seltensten als hoch eingeschätzt – wohl auch, weil die anfallenden Kosten und Leistungen vorab klar geregelt sind. Dies kann bei der Bewertung durch Unternehmen beflügelnd wirken. Die anderen Risiken werden von gut einem Drittel der antwortenden Unternehmen als hoch empfunden.



capability are also seen as presenting great opportunities for the most part. This model is hardly known so far in practice, although it represents a very exciting model with great potential, including for space operators, who could hereby expand their normal business of workplace leasing and the organisation of events and workshops.

5.9.2 What risks do you see in this model for companies?

The cost risk is most seldomly rated as being high with this model – probably because the incurred costs and benefits are clearly controlled in advance. This can give a positive boost to the rating across companies. The other risks are considered as high by just over one third of the responding companies.



5.9.3 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder könnten Sie es sich für die Zukunft vorstellen?

Es fällt auf, dass sich die Antwortenden bei diesem Modell uneinig darin sind, ob es für sie als Zukunftsmodell taugen könnte. Dies mag auch mit daran liegen, dass Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister bislang nicht in Erscheinung treten – uns selbst ist aktuell kein einziges Beispiel bekannt. Dennoch kann es sich die Hälfte der Antwortenden durchaus als Zukunftsmodell vorstellen. Für manchen Coworking Space könnten sich hieraus Chancen entwickeln.

5.9.3 Do you already practise this model today or could you envisage it for the future?

It is noticeable that the respondents were not in agreement about whether or not this model could be suitable as a future model for them. This may also be due to the fact that coworking spaces have so far not emerged as development service providers – we ourselves are unaware of a single example of this. Nevertheless, half of the respondents can definitely see it as a future model. This could create opportunities for some coworking spaces.

Abb. 40: Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder könnten Sie es sich für die Zukunft vorstellen? (n=42)

Fig. 40: Coworking spaces as development service providers – do you already practise this model today or could you envisage it for the future? (n=42)

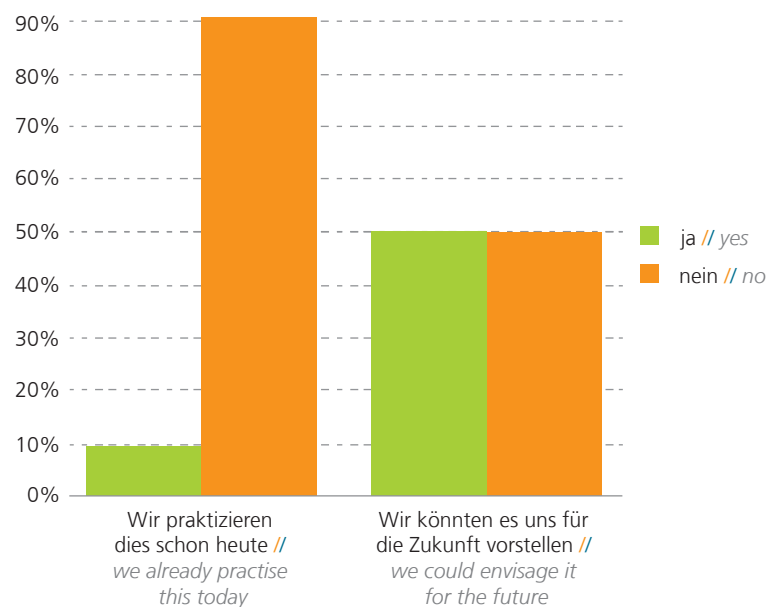


Abb. 39: Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister – Risiken (n= 41)

Fig. 39: Coworking spaces as development service providers – risks (n=41)

5.10

MODELL 8: INTERNER COWORKING SPACE INNERHALB DES UNTERNEHMENSSTANDORTS // MODEL 8: INTERNAL COWORKING SPACE WITHIN THE COMPANY'S OWN PREMISES

»Innerhalb des Unternehmens wird ein interner, zentraler Coworking Space geschaffen, den Mitarbeiter z.B. zum temporären Rückzug, zur Konzentration, zur Inspiration bzw. zum Kennenlernen von Mitarbeitern anderer Fachbereiche nutzen können«.

"A central, internal coworking space is created within a company, which staff can use, for example, for a temporary retreat, concentration, inspiration or getting to know employees from other departments."

5.10.1 Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?

5.10.1 What opportunities do you see in this model?

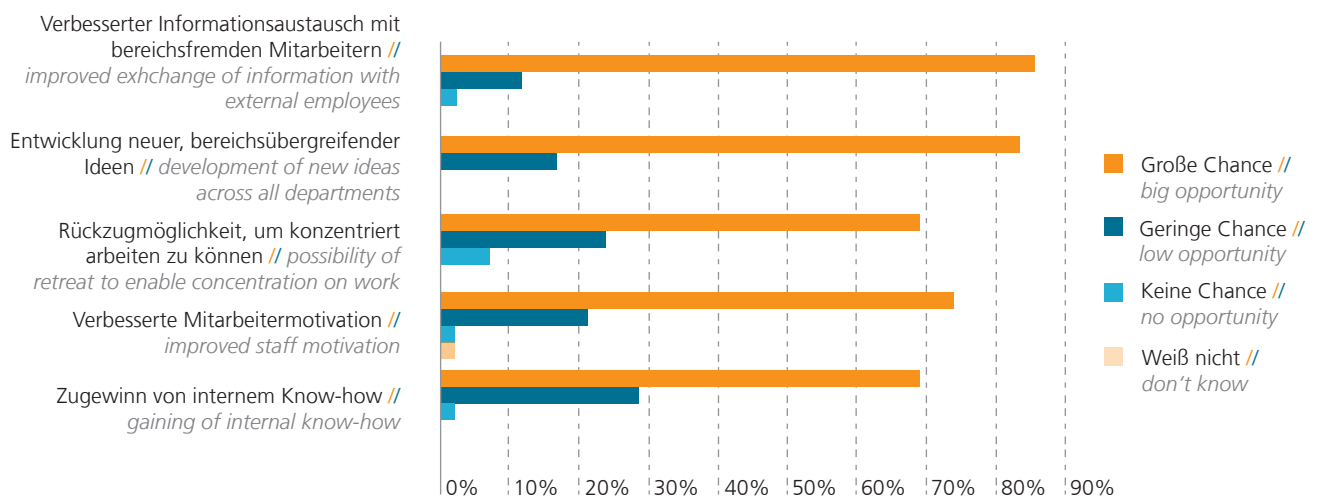


Abb. 41: Interner Coworking Space innerhalb des Unternehmensstandorts – Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?



Fig. 41: Internal coworking space within the company's own premises – what opportunities do you see in this model?

5.10.2 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Dem hier vorgeschlagenen Modell – vergleichbar einem unternehmensintern angesiedelten »Corporate Think Tank« bzw. »Innovation Lab« – werden von den meisten Befragten hohe Chancen bei geringen Risiken bescheinigt. Die Stärke dieser speziellen Form liegt dabei wohl vor allem darin, dass die bereichsübergreifende Kommunikation zwischen den Teilnehmern verbessert werden kann. Allerdings – die Innovationskraft, die aus einer Zusammenarbeit mit externen Freelancern bzw. Startups erzielt werden könnte, ist mit diesem Modell mit Sicherheit nicht zu erreichen.

5.10.2 What risks do you see in this model for companies?

The model proposed here – comparable with a company's internally located "corporate think tank" or "innovation lab" – is rated as offering great opportunity with low risk by most of the respondents. The strength of this specific model form is probably due in the main to its potential ability to improve interdepartmental communication between participants. However, the innovative strength that can be gained from having a cooperation with external freelancers and / or startups, can certainly not be achieved with this model.

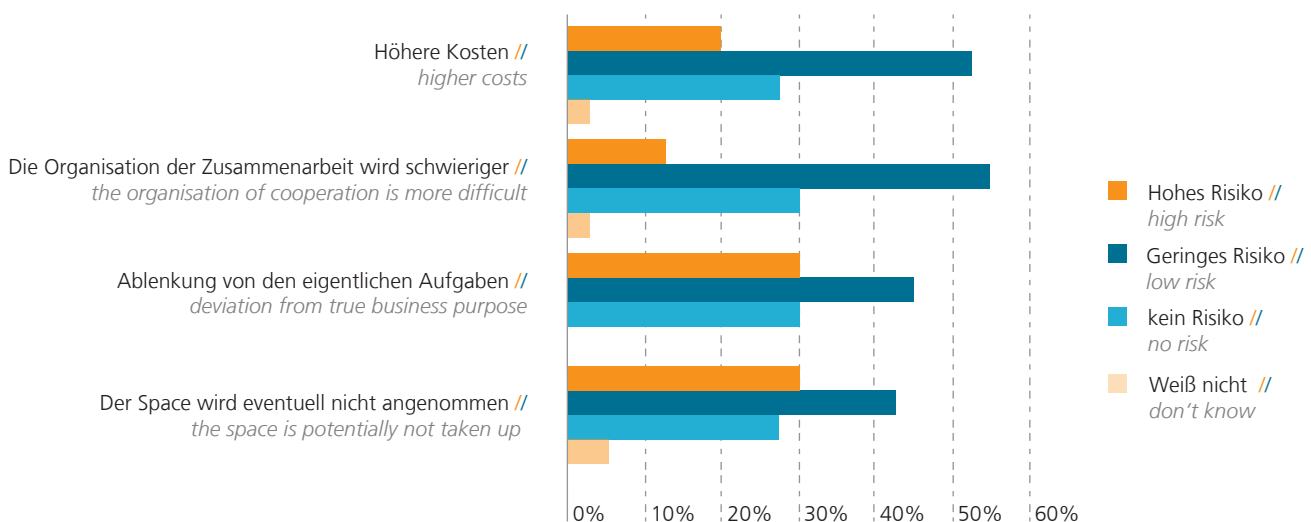


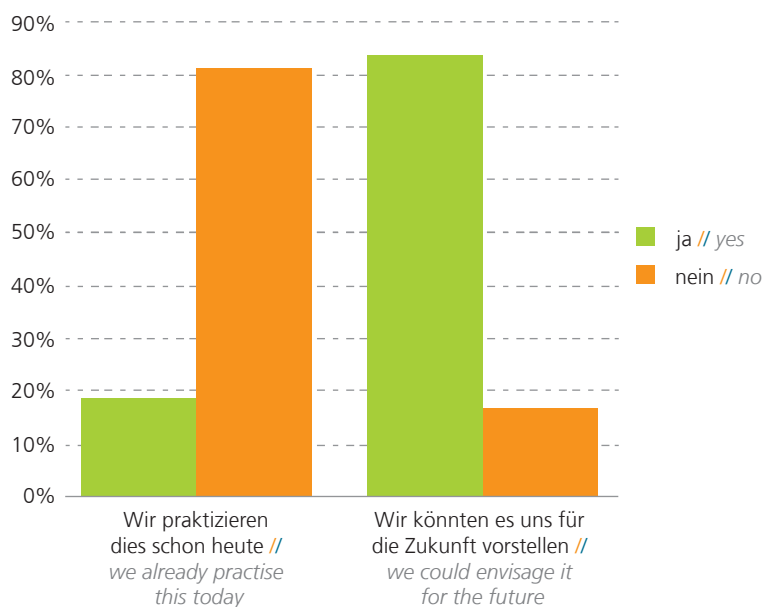
Abb. 42: Interner Coworking Space innerhalb des Unternehmensstandorts – Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen? (n=40)

Fig. 42: Internal coworking space within the company's own premises – what risks do you see in this model for companies? (n=40)

5.10.3 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?

Aufgrund der sehr hohen Chancenbewertung verbunden mit relativ verhaltenen Risikoeinschätzungen gelangte eine überwiegende Mehrheit der Befragten zu der Überzeugung, dass dieses Modell ein Zukunftsmodell für das eigene Unternehmen darstellen könnte.

Dabei ist von unserer Seite allerdings einschränkend anzumerken, dass letztlich längst nicht alles, was dieser Modellbeschreibung folgt, auch tatsächlich unternehmensinterne Coworking Spaces sein dürften. Eher ist damit zu rechnen, dass hier Corporate Think Tanks bzw. Agile Labs unterschiedlichster Charakteristika entstehen, die sich vom Charakter anders darstellen können als »echte« Coworking Spaces.



5.10.3 Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?

Based on the very high opportunity rating combined with the relatively modest risk assessments, an overwhelming majority of respondents were convinced that this model could represent a future model for their company.

We should mention, however, that ultimately, by no means everything which follows this model description may actually be company-internal coworking spaces. Rather it is likely that corporate think tanks and agile labs will emerge from the most varied of characteristics, which can be different in character from "genuine" coworking spaces.

◀ Abb. 43: Interner Coworking Space innerhalb des Unternehmensstandorts – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen? (n=42)

◀ Fig. 43: Internal coworking space within the company's own premises – do you already practise this model today or can you envisage it for the future? (n=42)

Abb. 44: Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen – Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell? (n=41) ▶

Fig. 44: Coworking in association with other companies – what opportunities do you see in this model? (n=41) ▶

5.11

MODELL 9: COWORKING IM VERBUND MIT ANDEREN UNTERNEHMEN // MODEL 9: COWORKING IN ASSOCIATION WITH OTHER COMPANIES

»Zwei oder mehrere Unternehmen stellen wechselseitig oder gemeinsam Büroflächen für Mitarbeiter zur Verfügung, um z. B. Partnerschaften zu festigen, gemeinsame Entwicklungsbereiche zu schaffen, Pendelzeiten von Mitarbeitern zu reduzieren o. ä.«

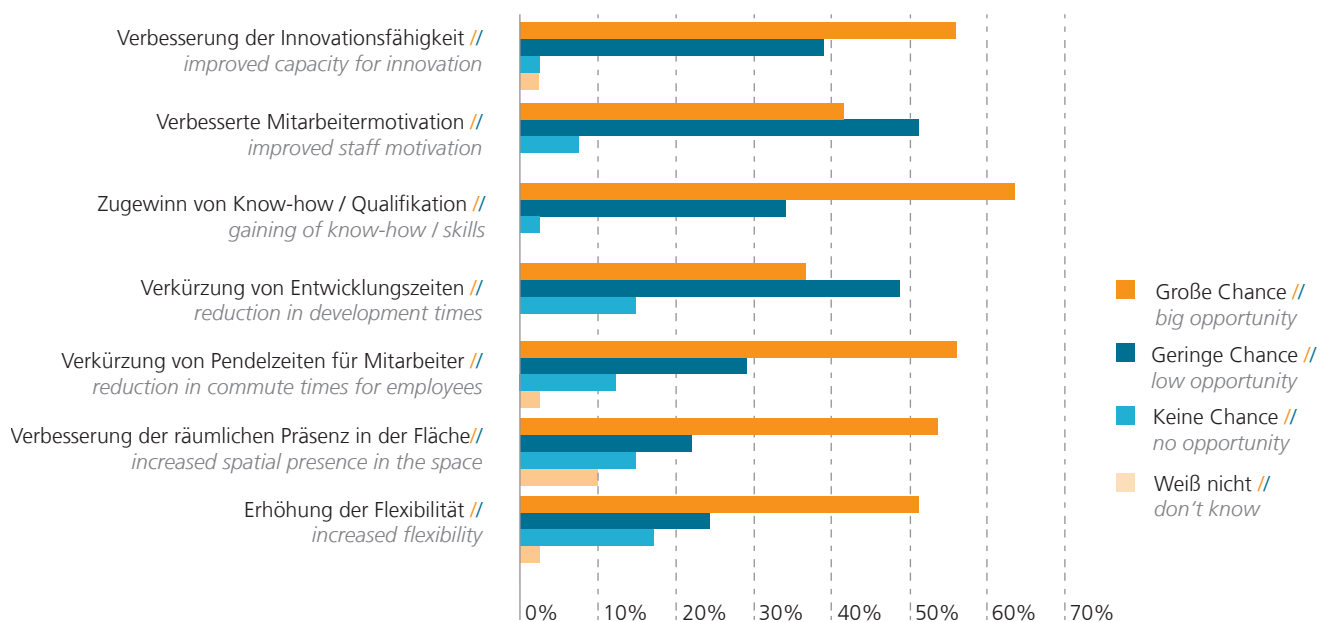
“Two or more businesses provide mutual or common office space for employees, for example, to establish partnerships, create common areas of development, reduce staff commute times etc.”

5.11.1 Welche Chancen sehen Sie in diesem Modell?

Die Chancen dieses Modells werden in erster Linie in einem Zugewinn von Know-how und Qualifikation gesehen. Damit wird auch die Verbesserung der Innovationsfähigkeit als große Chance eingeschätzt.

5.11.1 What opportunities do you see in this model?

The opportunities with this model are seen primarily as the gaining of know-how and skills. Improved capacity for innovation is thereby also rated as a big opportunity.



5.11.2 Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen?

Die hauptsächlichen Risiken dieses Modells werden in einer schwierigeren Organisation der Zusammenarbeit, der Verschlechterung der Informationssicherheit sowie in einem Kostenrisiko gesehen.

5.11.2 What risks do you see in this model for companies?

The main risks with this model are seen as the increased difficulty in organising cooperation, the degradation of information security and the cost risk.

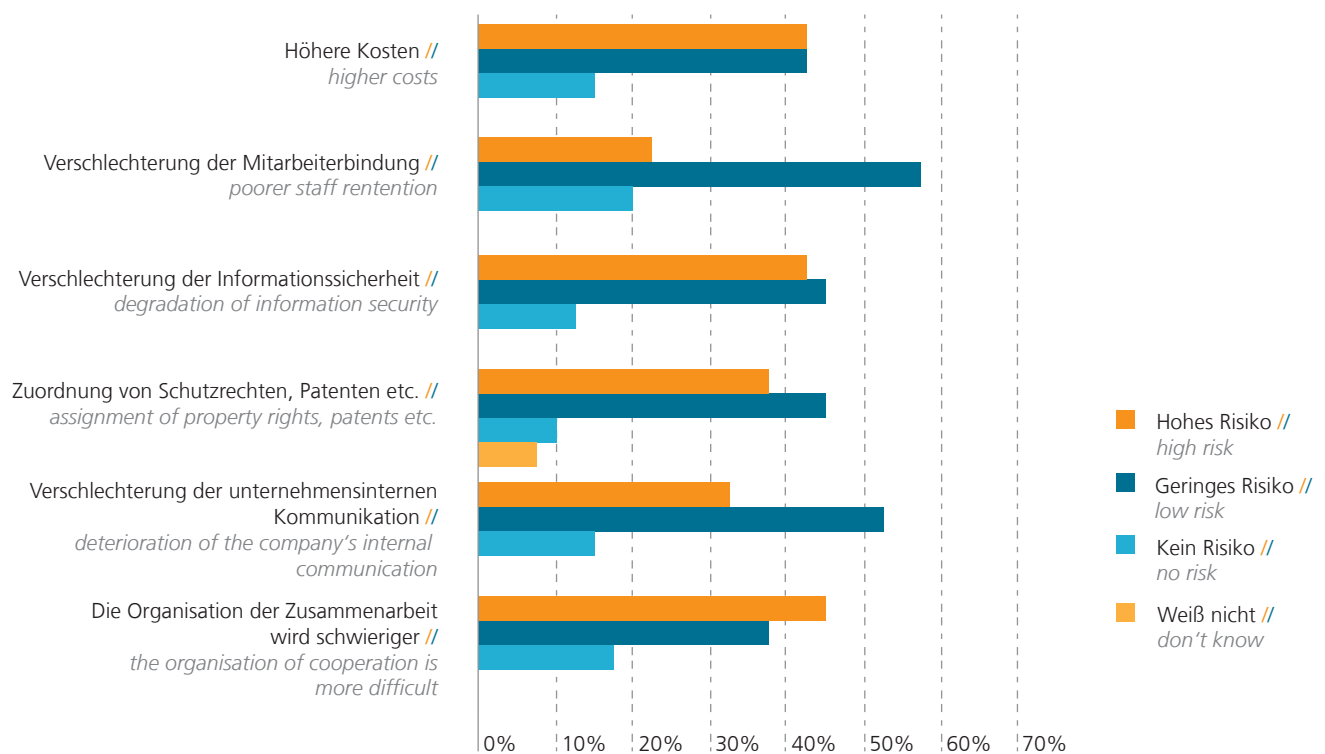


Abb. 45: Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen – Welche Risiken sehen Sie in diesem Modell für Unternehmen? (n=40)



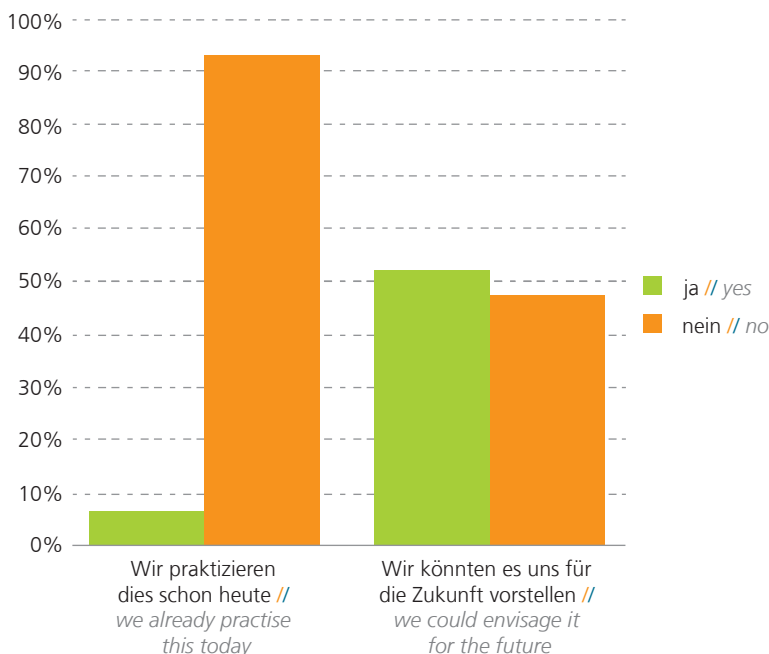
Fig. 45: Coworking in association with other companies – what risks do you see in this model for companies? (n=40)

5.11.3 Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen?

Auch hier gehen die Einschätzungen der Befragten deutlich auseinander. Es ist vorstellbar, dass diese im Vergleich zu den meisten anderen Modellen relativ geringe Aussicht auf ein Zukunftsmodell damit zusammenhängt, dass man sich nicht unbedingt die passenden Partnerunternehmen dazu vorstellen kann oder auch, dass insgesamt die Umsetzung des Modells doch etwas komplizierter erscheint als andere. Meistens dürfte ein Entwicklungsmodell für Corporate Coworking so aussehen, dass in einem ersten Schritt eher auf die einfacheren, unkomplizierteren Modelle zurückgegriffen wird.

5.11.3 Do you already practise this model today or can you envisage it for the future?

The respondents' perceptions also differ considerably here. It is conceivable that, compared to most other models, relatively low prospects are attached to the idea of it becoming a future model, one also cannot necessarily imagine suitable partner companies and the overall implementation of this model appears somewhat more complicated than others. A development model for corporate coworking should normally look as though reference has been made to the more simple and straightforward models in the first place.



◀ Abb. 46: Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen – Praktizieren Sie dieses Modell schon heute oder können Sie es sich für die Zukunft vorstellen? (n=42)

◀ Fig. 46: Coworking in association with other companies – do you already practise this model today or can you envisage it for the future? (n=42)

ZUSAMMENFASSUNG DER BEFRAGUNGS- ERGEBNISSE // SUMMARY OF SURVEY



Aus dem Stimmungsbild, das wir unter den befragten Unternehmen ermitteln konnten, lassen sich einige interessante Aussagen zum Corporate Coworking ableiten.

6.1.1 Ranking der Modelle über die wichtigsten Kriterien – Chancen

Das Ranking nach Chancen wollen wir im Folgenden nach den am häufigsten genannten Kriterien sortiert darstellen, denen jeweils eine hohe Chance eingeräumt wurde, durch die jeweiligen Modelle umgesetzt werden zu können.

Generell ist hier zu beachten, dass die genannten prozentualen Häufigkeiten für die Antwortmöglichkeit »große Chance« deutlich höher sind als bei den Risiken.

a) Große Chancen zur Verbesserung der Innovationsfähigkeit

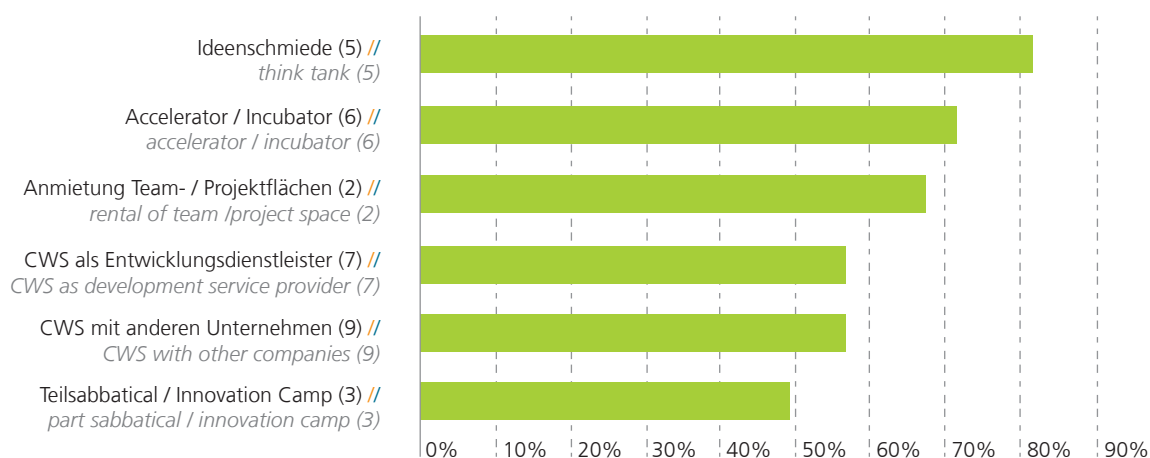


Abb. 47: Häufigkeitsverteilung Chancen nach Modellen – Verbesserung der Innovationsfähigkeit



From the mood that we were able to identify among the responding companies, some interesting conclusions can be drawn in relation to corporate coworking.

6.1.1 Ranking of the models across the key criteria – opportunities

Our aim below is to present the ranking according to opportunities, collated according to the most commonly mentioned criteria, which were each given a high chance of being implemented using the respective models.

It's generally worth noting that the stated percentage frequencies for the response "big opportunity" are considerably higher than for the risks.

a) Great opportunities for improving innovative capacity

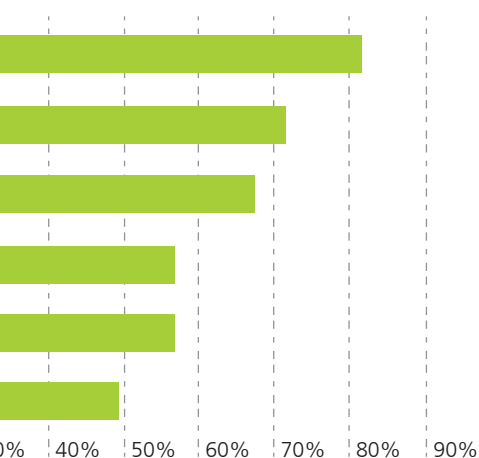


Fig. 47: Frequency distribution of opportunities according to model – improved capacity for innovation



Es ist schon bemerkenswert, dass nahezu allen abgefragten Corporate Coworking Modellen mehrheitlich hohe Chancen hinsichtlich der Verbesserung der Innovationsfähigkeit zugemessen werden.

Die Spitzenposition bei den Chancen nimmt mit beeindruckenden 81 Prozent der Befragten unser Modell 5 – Ideenschmiede, also der Betrieb eines eigenen Coworking Spaces, ein. Gleichzeitig dürfte dieses Modell eines der komplexesten darstellen, das seinerseits spezielle Qualifikationen erfordert.

b) Große Chancen für eine verbesserte Mitarbeitermotivation

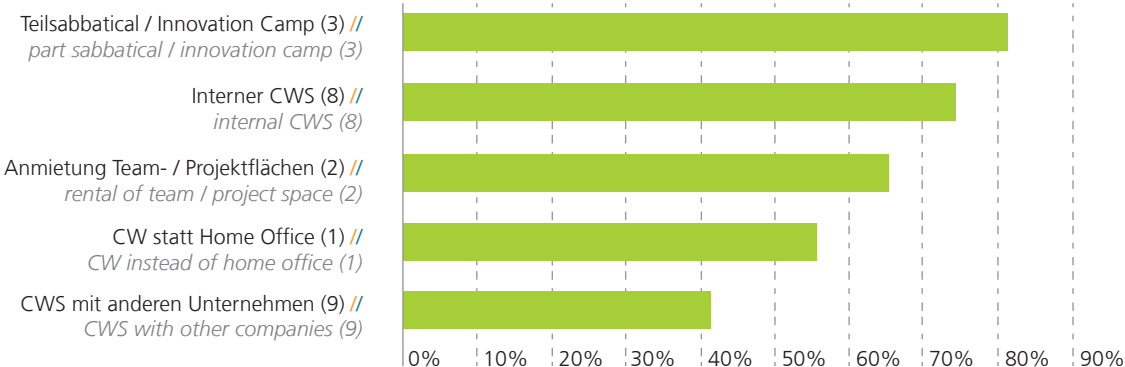


Abb. 48: Häufigkeitsverteilung Chancen nach Modellen – Verbesserte Mitarbeitermotivation

Immerhin vieren unserer neun Modelle werden mehrheitlich hohe Chancen eingeräumt, die Mitarbeitermotivation zu verbessern. Wenig überraschend ist, dass die Bewertung für Modell 3 – Teilsabbatical / Innovation Camp so häufig genannt wurde. Interessant hingegen ist die hohe Häufigkeit für die Modelle 8 – Interner Coworking Space und 2 – Anmietung von Team- bzw. Projektflächen.



It is already noticeable that almost all of the corporate coworking models surveyed were rated as having great opportunities with regards to improving the capacity for innovation.

With an impressive 81 percent of respondents, the top position in terms of opportunities is occupied by our model 5 – think tank, i.e. operating your own coworking space. At the same time, this model is likely to be one of the most complex and requiring specific skills.

b) Great opportunities for improved staff motivation

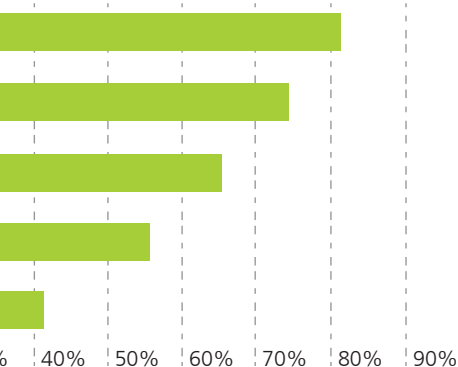


Fig. 48: Frequency distribution of opportunities according to model – improved staff motivation

At least four of our nine models were given great prospects for improving staff motivation. It's little surprise that this rating was given so often to model 3 – part sabbatical/ innovation camp. Interesting, on the other hand, was the high frequency of this rating for models 8 – internal coworking space and 2 – rental of team and office space.



c) Große Chancen für den Zugewinn von Know-how

Nahezu allen der hier vertretenen Coworking-Modelle wurde mehrheitlich zugestanden, dass sie hohe Chancen für einen Zugewinn von Know-how und Qualifikation bieten. Auch dieses Ergebnis ist beachtenswert, da Know-how letztlich einer der wesentlichen Wettbewerbsvorteile unserer technisierten Welt ist. Außerdem ist der Zugewinn von Know-how ein wesentlicher Treiber für die Innovationsfähigkeit von Unternehmen.

Auch hier liegt unser Modell 5 – Ideenschmiede – mit einigem Abstand vor allen anderen abgefragten Modellen.



c) High opportunities for gaining know-how

Almost all of the coworking models represented here were rated for the most part as offering great opportunities for gaining skills and know-how. This result is particularly noteworthy, as know-how is ultimately one of the main competitive advantages in our technical world. The gaining of know-how is also a key driver of companies' innovative capability.

Our model 5 – think tank – is also clearly ahead of all other models surveyed in this regard.

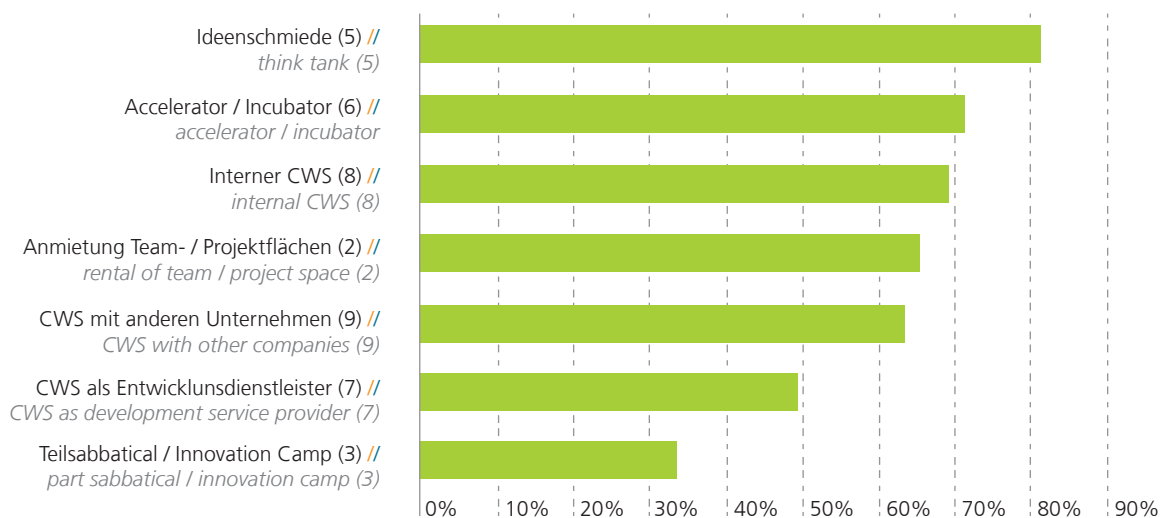


Abb. 49: Häufigkeitsverteilung Chancen nach Modellen – Zugewinn von Know-how



Fig. 49: Frequency distribution of opportunities according to model – gaining of know-how



d) Am Puls der Zeit sein – Große Chancen

Dieses nur schwer eindeutig abgrenzbare und kaum skalierbare Zielkriterium dürfte dennoch für viele Unternehmen von Bedeutung sein; gleichzeitig fehlen gerade für solch »schwammig« wirkenden Merkmale zumeist auch die Gebrauchsanleitungen, wie man solche denn erreichen kann.

Die hier zur Auswahl gestellten Corporate Coworking Modelle jedenfalls bilden nach Einschätzung der meisten antwortenden Unternehmen erhebliche Chancen dafür. Auffallend ist, dass auch hier wieder dem Modell 5 – Ideenschmiede – die höchsten Chancen eingeräumt werden.

Ebenfalls auffallend hoch bewertet wurde das Modell 1, in dem Mitarbeitern ermöglicht wird, statt (ausschließlich) im Home Office auch in Coworking Spaces zu arbeiten. Hier kann demnach mit vergleichsweise sehr geringem Aufwand ein hoher kultureller Imagegewinn fürs Unternehmen erzielt werden. Das ist grundsätzlich auch insofern von Bedeutung, als Unternehmen hierdurch die Möglichkeit haben, mit einfachen Mitteln erste Erfahrungen mit Coworking Spaces zu sammeln.



d) Having one's finger on the pulse – big opportunities

This target criteria, which are clearly difficult to define and barely scalable may, however, be relevant for a lot of companies; at the same time, there is generally no instruction manual for achieving such "nebulous" characteristics.

Based on the perception of most of the responding companies, the corporate coworking models presented here offer considerable opportunities at any rate. It's notable here that model 5 – think tank – is once again given the best prospects.

Also given a noticeably high rating was model 1, in which staff are allowed to work in coworking spaces as opposed to (solely) at their home office. A high cultural image can thus be achieved for the company with very low outlay in comparative terms. This is generally also of significance, insofar as it gives companies the opportunity to gain their first experience with coworking spaces by simple means.

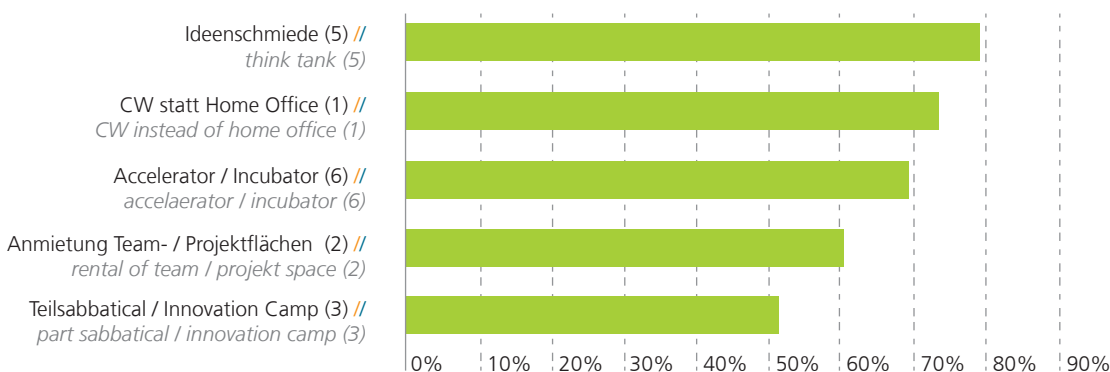


Abb. 50: Häufigkeitsverteilung Chancen nach Modellen – Am Puls der Zeit sein



Fig. 50: Frequency distribution of opportunities according to model – having one's finger on the pulse



e) Große Chancen zur Erhöhung der räumlich-organisatorischen Flexibilität

Auch diesem Aspekt wurde über alle in Frage kommenden Coworking-Modelle mehrheitlich eine hohe Chance eingeräumt. Die beiden höchstgerankten Modelle sind diejenigen, in denen Coworking Spaces als Partner einbezogen werden.

Bemerkenswert ist hier wie auch in vielen anderen Chancenauswertungen das hohe Ranking unseres Modells 2 – Anmietung von Team- bzw. Projektflächen in Coworking Spaces. Der Zugang zu diesem Modell ist vergleichsweise sehr niederschwellig, es ist dabei einfach und flexibel anwendbar und bietet ein sehr hohes Chancenpotenzial.

Anmietung Team- / Projektflächen (2) //
rental of team / projekt space (2)
CWS als Entwicklungsdienstleister (7) //
CWS as development service provider (7)
CWS mit anderen Unternehmen (9) //
CWS with other companies (9)

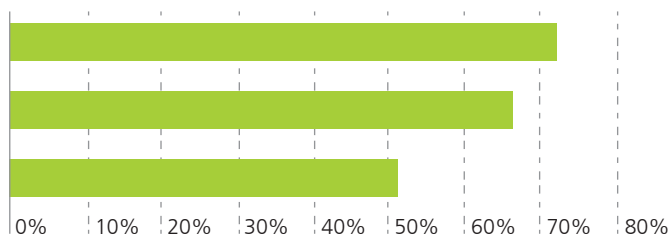


Abb. 51: Häufigkeitsverteilung Chancen nach Modellen – Erhöhung der räumlich / organisatorischen Flexibilität



e) Big opportunities to increase the spatial / organisational flexibility

The coworking models in question were also given a high opportunity ranking in this regard. The two highest ranked models are those in which coworking spaces are included as partners.

As with many other opportunity assessments, the high ranking of our model 2 – rental of team and project space within coworking spaces, is also noteworthy. Access to this model is very low comparatively speaking, while it is simple and flexible to use and offers very high opportunity potential.



Fig. 51: Frequency distribution of opportunities according to model – increase in spatial / organisational flexibility



f) Große Chancen zur Verkürzung von Projektlaufzeiten

Dieses Zielkriterium wurde nur in drei Modellen abgefragt, wobei wir hier zwei leicht unterschiedliche Formulierungen verwendet hatten: Modell 2 zielte auf Projektlaufzeiten, die Modelle 7 und 9 auf Entwicklungszeiten ab. In zwei Modellen wurden die Chancen mehrheitlich als hoch bewertet. Wieder sind dies genau jene, bei denen externe Coworking Spaces als Partner hinzugezogen werden.



f) Big opportunities to reduce the length of project times

This target criterion was surveyed in just three models, whereby we used two slightly different formulations: model 2 was aimed at project duration times, while models 7 and 9 focussed on development times. The opportunities were rated for the most part as high in two of the models. Once again, these are precisely the ones in which coworking spaces are brought in as partners.

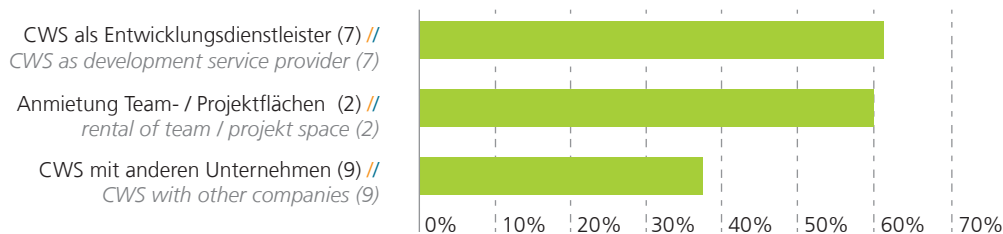


Abb. 52: Häufigkeitsverteilung Chancen nach Modellen – Verkürzung von Entwicklungs- bzw. Projektlaufzeiten



Fig. 52: Frequency distribution of opportunities according to model – reduced length of development and project times

6.1.2 Ranking der Modelle über die wichtigsten Kriterien – Risiken

Selbstverständlich sind die genannten Chancen nicht ohne gewisse Risiken zu haben. Wir haben die Häufigkeitsverteilung für die wesentlichen Risiken hier entsprechend nur nach den Nennungen für ein jeweils hohes Risiko ausgewertet.

a) Höhere Kosten – hohes Risiko

Zunächst ist anzumerken, dass hier nicht nach der Höhe der Kosten, sondern lediglich nach der Höhe des Risikos für Kostensteigerungen gefragt wurde. Dies gilt bei den folgenden Merkmalen entsprechend.

6.1.2 Ranking of the models across the key criteria – risks

Naturally, the stated opportunities do not come without a certain element of risk. Correspondingly, we have only evaluated the frequency distribution for the main risks here in accordance with the instances where a respective high risk was mentioned.

a) Higher costs – high risk

Firstly, it should be pointed out here that only the level of risk for cost increases was asked about and not the level of costs. This applies correspondingly to the following criteria.

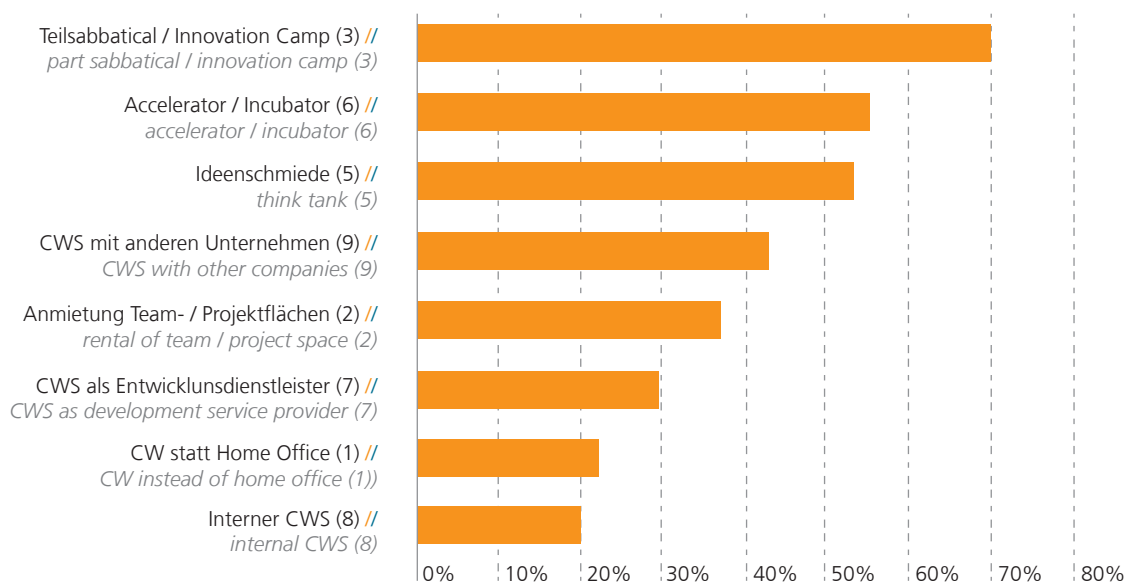


Abb. 53: Häufigkeitsverteilung Risiken nach Modellen – Kostenrisiko

Fig. 53: Frequency distribution of risks according to model – cost risk



Dem Modell 3 – Teilsabbatical bzw. Innovation Camp – wurde hier mit Abstand am häufigsten ein hohes Kostenrisiko zugemessen. Auch die Modelle 6 – Accelerator bzw. Incubator – und 5 – Ideenschmiede werden von über 50 Prozent der Befragten im Hinblick auf Kostensteigerungen als riskant eingeschätzt.



Model 3 – part sabbatical or innovation camp – a high cost risk was most frequently attributed here, by some margin. Models 6 – accelerators and incubators – and 5 – think tank were also rated by over 50 percent of respondents as risky in terms of cost increases.

b) Verschlechterung der Informationssicherheit – hohes Risiko

Bereits in dieser Risikobewertung liegt die maximale Häufigkeit des als »hohes Risiko« bewerteten Items bei unter 50 Prozent der Nennungen. Am risikoreichsten wurde auch hier das Modell 3 – Teilsabbatical bzw. Innovation Camp bewertet. Diese Bewertung ist aus unserer Sicht allerdings kaum nachvollziehbar.

b) Degradation of information security – high risk

Even in this risk assessment, the maximum frequency of items rated as "high risk" was less than 50 percent of responses. Model 3 – part sabbatical or innovation camp – was rated as the most high-risk here. This assessment is, however, barely plausible in our opinion.

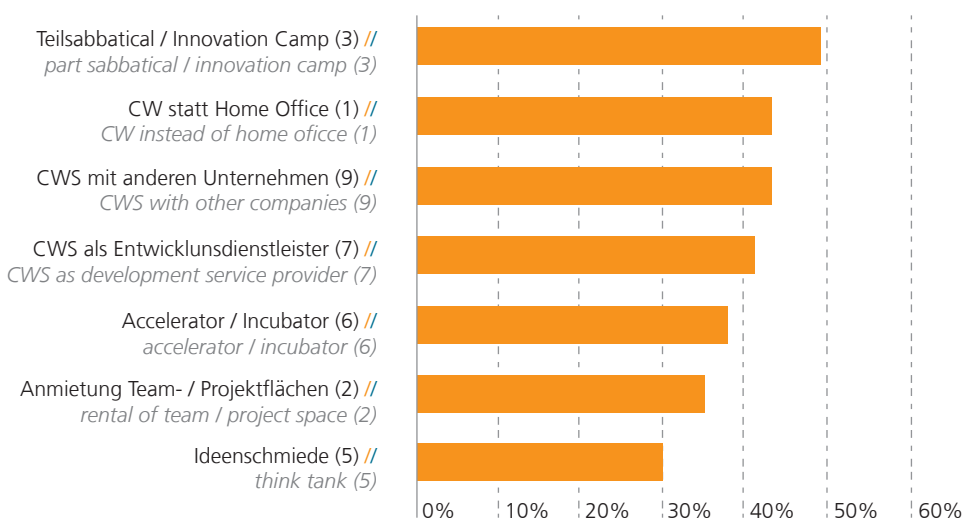


Abb. 54: Häufigkeitsverteilung Risiken nach Modellen – Verschlechterung der Informationssicherheit



Fig. 54: Frequency distribution of risks according to model – degradation of information security



**c) Erschwerte Organisation der Zusammenarbeit –
hohes Risiko**

Am häufigsten wurde dieses Kriterium für das Modell 9 – Coworking Space zusammen mit anderen Unternehmen – als hoch eingeschätzt. Auch hier nimmt Modell 3 – Teilsabbatical bzw. Innovation Camp – einen der hinteren Plätze ein.



**c) More difficult organisation of cooperation –
high risk**

This criterion was most commonly rated as high for model 9 – coworking space together with other companies. Model 3 – part sabbatical or innovation camp – also occupied one of the bottom places here.

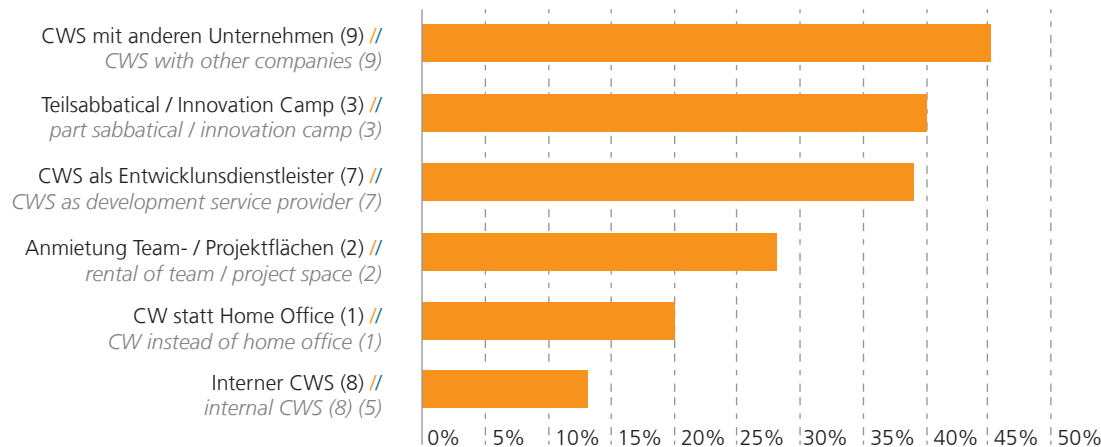


Abb. 55: Häufigkeitsverteilung Risiken nach Modellen – Die Organisation der Zusammenarbeit wird schwieriger



Fig. 55: Frequency distribution of risks according to model – organisation of cooperation becomes more difficult



**d) Zuordnung von Schutzrechten, Patenten etc. –
hohes Risiko**

Etwas erstaunlich erscheint hier die relativ hohe Risikobewertung für Modell 7 – Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister. Unserer Einschätzung nach sollten sich gerade in diesem Modell die Zuordnungen von Schutzrechten und Patenten recht einfach vorab vertraglich regeln lassen.



**d) Assignment of property rights, patents etc. –
high risk**

The relatively high risk assessment for model 7 – coworking spaces as development service providers – seems somewhat surprising here. In our opinion, the assignment of rights and patents should be fairly easily agreed in advance, even in this model.

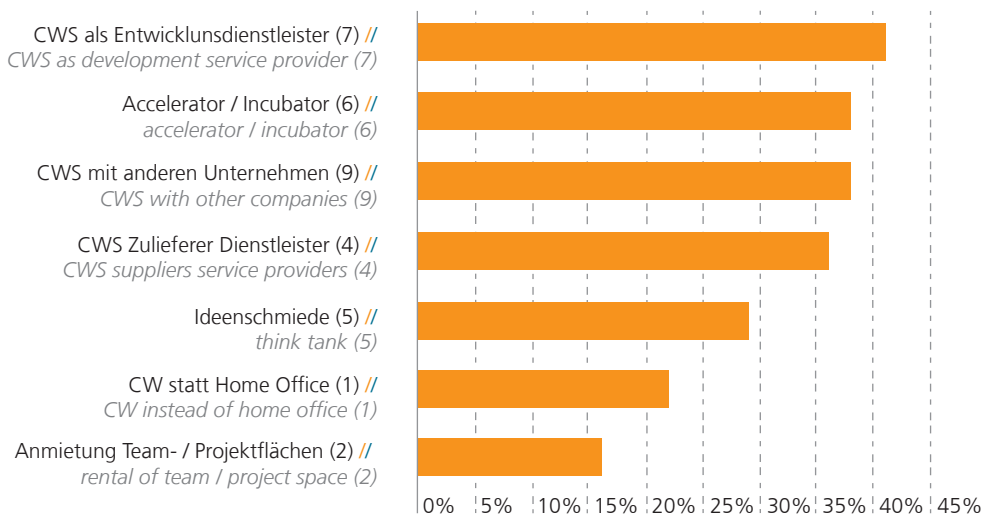


Abb. 56: Häufigkeitsverteilung Risiken nach Modellen – Zuordnung von Risiken, Patenten etc.



Fig. 56: Frequency distribution of risks according to model – assignment of risks, patents etc.



e) Risiken aufgrund rechtlicher Gegebenheiten – hohes Risiko

Dieses Risikokriterium wurde in den Fragen leicht unterschiedlich formuliert – einmal als »Einhaltung rechtlicher Gegebenheiten«, zum anderen »Risiken aufgrund rechtlicher Gegebenheiten«. Wir halten es für zulässig, dies hier zusammen zu fassen.

Auffällig ist hier insbesondere die geringe Risikobewertung für Modell 2 – Anmietung von Team- bzw. Projektflächen. Dieses Modell hat allgemein eine sehr positive Bewertung hinsichtlich Motivation und Innovationskraft bei gleichzeitig relativ geringen Risiken und Eintrittsbarrieren erhalten.

Die letztgenannten Risikokriterien weisen keine allzu große Streuung in der Häufigkeitsverteilung mehr auf, außerdem wurde ihr Risiko maximal noch von gut einem Drittel der Befragten als hoch eingestuft.

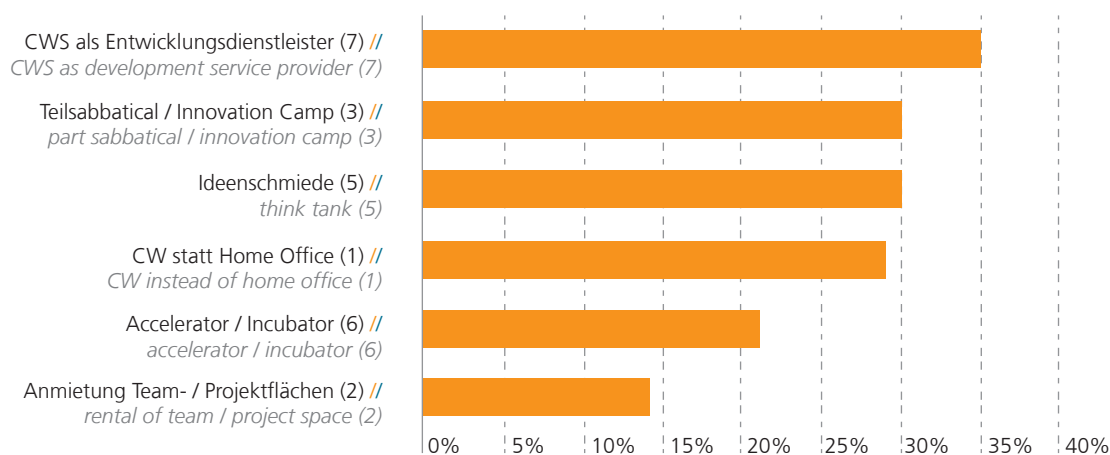


Abb. 57: Häufigkeitsverteilung Risiken nach Modellen – Einhaltung rechtlicher Gegebenheiten



e) Risks due to legal conditions – high risk

This risk criterion was worded slightly differently in the questions – on one occasion as "compliance with legal conditions". on the other as "risks due to legal conditions". We feel it is appropriate to summarise these here.

Of particular note here is the low risk assessment for model 2 – rental of team and project space. This model has a very positive rating overall in terms of motivation and innovative capacity, while at the same time receiving a relatively low rating for risks and entry barriers.

The latter risk criteria no longer show too great a variation in the frequency distribution. In addition, their risk was still rated as being high by a good third of respondents.



Fig. 57: Frequency distribution of risks according to model – compliance with legal conditions



Im Folgenden wollen wir die Ergebnisse nochmals in etwas anderer Form erläutern. Wir verwenden dafür die Chancencluster, die wir in Abschnitt 4.2.1 formuliert hatten.

6.1.3 Corporate Coworking bietet – je nach Modell – vielfältige Chancen für Unternehmen

Gehen wir von unserer in Abschnitt 4.2.1 zusammengefassten Clustering der Chancen von Corporate Coworking aus, so ergibt sich für unsere Befragung folgendes Bild:

1. Chancencluster Motivation und Unternehmensattraktivität

Dieses Chancencluster wird insbesondere durch folgende Modelle unterstützt:

- Modell 1 – Coworking statt Home Office,
- Modell 2 – Temporäre Anmietung von Team- oder Projektflächen
- Modell 3 – Teil-Sabbatical / Innovation Camp
- Modell 8 – Interner Coworking Space

Unternehmen gewinnen aufgrund dieser Bewertung die Chance, ihre Attraktivität für Mitarbeiter und im Außenbild zu verbessern – eine Chance, nach der nicht wenige Unternehmen händeringend suchen.

Allerdings, alleine durch Corporate Coworking wird sich dies auch nicht umsetzen lassen. Die Chancen dürften in der Praxis nur realisierbar sein, wenn Schein und Sein der Unternehmenskultur sich weitgehend entsprechen. Doch die Coworking-Welt gibt hier durchaus sehr wertvolle Impulse – nicht zuletzt durch ihre bestimmenden Grundwerte.



In the following, we would like to outline the results again in a slightly different way. For this purpose, we have used the opportunity cluster which was formulated in section 4.2.1.

6.1.3 Corporate coworking offers – depending on the model – a number of opportunities for companies

If we start with our clustering of corporate coworking opportunities summarised in section 4.2.1, the following picture arises for our survey:

1. Opportunity cluster - Motivation and company appeal

This opportunity cluster is supported in particular by the following models:

- *Model 1 – Coworking instead of home office,*
- *Model 2 – Temporary rental of team or project space*
- *Model 3 – Part sabbatical / Innovation camp*
- *Model 8 – Internal coworking space*

This assessment gives companies the opportunity to improve their attractiveness to employees and their external image – an opportunity that plenty of companies are desperately seeking.

However, this also cannot be implemented through corporate coworking alone. The opportunities should be realisable in practice, provided the appearance and reality of the company culture correspond largely with one another. But the coworking world definitely gives a very valuable boost here – not least through its defining core values.



2. Chancencenter Personal, Partner, Qualifikation, Zusammenarbeit

Dieses Cluster wird unserer Auswertung nach insbesondere unterstützt durch die Modelle:

- Modell 4 – Coworking mit Zulieferern, Dienstleistern, Entwicklungspartnern
- Modell 5 – Ideenschmiede
- Modell 6 – Accelerator- und Inkubator-Programme
- Modell 8 – Interner Coworking Space

Es ist zu vermuten, dass auch Modell 2 – Temporäre Anmietung von Team- oder Projektflächen (im Coworking Space) unter dieser Kategorie erhebliche Chancen ausgewiesen worden wäre, wir hatten die damit verbundenen Kriterien allerdings nicht explizit abgefragt, weil uns der Zusammenhang zu offensichtlich erschien.

3. Chancencenter Flexibilität

Flexibilität ist ein Begriff mit vielfältigen Dimensionen, wir haben hier nach räumlicher, personeller und örtlicher Flexibilität gefragt. Nach Einschätzung der befragten Unternehmen werden Flexibilitätsaspekte insbesondere durch die folgenden Modelle unterstützt:

- Modell 2 – Temporäre Anmietung von Team- oder Projektflächen – hier wird natürlich primär die räumliche Flexibilität angesprochen
- Modell 7 – Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister – dies spricht primär Flexibilität hinsichtlich personeller Kapazitäten an
- Modell 8 – interner Coworking Space – hier wird primär die örtliche Flexibilität, also die Möglichkeit, kurzfristig an einem anderen Ort zu arbeiten, adressiert



2. Opportunity cluster - Staff, partners, skills, cooperation

In our eyes, this cluster is particularly well supported by the following models:

- *Model 4 – Coworking with suppliers, service providers or development partners*
- *Model 5 – Think tank*
- *Model 6 – Accelerator and incubator programmes*
- *Model 8 – Internal coworking space*

It is presumed that considerable opportunities would also have been identified under this category for model 2 – temporary rental of team or project space (within a coworking space). However, we didn't ask explicitly about the related criteria as the connection seemed too obvious to us.

3. Opportunity cluster - Flexibility

Flexibility is a term with variety of dimensions. We asked here about spatial, staffing and location flexibility. In the view of the companies surveyed, flexibility issues are particularly supported through the following models:

- *Model 2 – Temporary rental of team or project space – here, of course, the discussion is mainly about spatial flexibility*
- *Model 7 – Coworking spaces as development service providers – this mainly addresses flexibility with regards to staffing capacities*
- *Model 8 – Internal coworking space – this addresses primarily location flexibility, i. e. the possibility of working at another location or a short time*



- Modell 9 – Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen – auch hier ist vor allem räumliche Flexibilität angesprochen.

Wir gehen davon aus, dass die flexibilitätsorientierten Kriterien bei der Entscheidung zum Corporate Coworking nicht unbedingt die dominierende Rolle spielen. Als zusätzlicher, willkommener Nebeneffekt können sie für Unternehmen jedoch durchaus von Bedeutung sein.

4. Chancencenter Innovation, Innovationsfähigkeit, Produktentwicklung

Auch dieses Chancencenter haben wir nochmals unterteilt, und zwar nach den Dimensionen

- Zeit, also Verkürzung von Projekt- und Entwicklungszeiten
- Kreativität, Ideenvielfalt sowie dem letzten Endes zusammenfassenden Kriterium
- Verbesserung der Innovationsfähigkeit, welche die zentrale Titelfrage dieser Studie bildet.

Die Aspekte der Innovationsfähigkeit werden nach Auffassung der befragten Unternehmen von folgenden Modellen des Corporate Coworking unterstützt:

- Modell 2 – Temporäre Anmietung von Team- und Projektflächen – die Verbesserung der Innovationsfähigkeit erhält hier eine sehr hohe Zustimmung unter den Befragten.
- Modell 5 – Ideenschmiede – hier gilt dasselbe.
- Modell 6 – Accelerator- und Inkubator-Programme – diesen wird ebenfalls von den meisten Antwortenden eine hohe Chance zur Verbesserung der Innovationsfähigkeit bescheinigt, was allerdings nicht wirklich erstaunlich ist.



- *Model 9 – Coworking in association with other companies – this also addresses mainly spatial flexibility.*

We assume that the flexibility-based criteria do not necessarily play a major role in deciding about corporate coworking. As an additional, welcome side effect, however, they could definitely be of relevance.

4. Opportunity cluster - Innovation, capacity for innovation, product development

We have also subdivided this opportunity cluster again, and indeed according to the following dimensions

- *Time, i.e. the shortening of project and development times*
- *Creativity, the variety of ideas and ultimately the summarising criterion*
- *Improved capacity for innovation, which forms the main title question of this study.*

In the view of the companies surveyed, the aspects of innovative capability are supported by the following models of corporate coworking:

- *Model 2 – Temporary rental of team and office space – the improved capacity for innovation here receives a high level of approval among respondents.*
- *Model 5 – Think tank – the same applies here.*
- *Model 6 – Accelerator and incubator programmes – this is also acknowledged by most respondents as having a good chance of improving the capacity for innovation, which is certainly not really surprising.*



- Modell 7 – Coworking Spaces als Entwicklungsdienstleister – auch diesem wurde insgesamt eine Verbesserung der Innovationsfähigkeit bescheinigt, aber vor allem auch eine mögliche Verkürzung von Entwicklungszeiten.
- Modell 8 – Interner Coworking Space - hier haben wir primär nach den Dimensionen Kreativität und Ideenvielfalt gefragt. Diesen werden ebenfalls sehr große Chancen eingeräumt, da vor allem bereichs- und fachgebietsübergreifende Potenziale genutzt werden können.
- Modell 9 – Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen – auch diesem Modell bescheinigten mehr als die Hälfte der Befragten hohe Chancen zur Verbesserung der Innovationsfähigkeit. Einer möglichen Verkürzung von Entwicklungszeiten wurden allerdings nur von einem guten Drittel der Befragten hohe Chancen eingeräumt.

Damit dürfte die Frage, ob Coworking ein Innovationstreiber für Unternehmen sein kann, wohl eindeutig mit ja beantwortet werden können – zumindest nach Auffassung der von uns befragten Unternehmen. Klar sollte allerdings auch sein, dass dies niemals ein Selbstläufer sein kann.

6.1.4 Die Risiken von Corporate Coworking sind relativ gering

Über die gesamte Untersuchung der einzelnen Coworking-Modelle war auffallend, dass den zur Auswahl gestellten Risikomerkmale im Schnitt deutlich seltener ein »hohes Risiko« zugemessen wurde als auf der anderen Seite »hohe Chancen«.

Allerdings – es existieren auch Ausnahmen. Insbesondere dem Item »höhere Kosten« wurde relativ häufig ein »hohes Risiko« bescheinigt, und zwar für die Modelle:



- *Model 7 – Coworking spaces as development service providers – this was also acknowledged on the whole as improving the innovative capacity, but also, above all, as potentially reducing development times.*
- *Model 8 – Internal coworking space – here we asked mostly about the aspects of creativity and the variety of ideas. These were also given a high opportunity rating, as in particular the cross-functional and interdepartmental potential can be exploited.*
- *Model 9 – Coworking in association with other companies – more than half of respondents also acknowledged this model as presenting big opportunities for improving the capacity for innovation. The prospects of a potential reduction in development times, however, were rated as high by a good third of respondents.*

The question of whether coworking can be an innovation driver for companies can therefore be answered clearly in the affirmative – at least in the opinion of the companies surveyed. It should be clear, however, that this can never be a foregone conclusion.

6.1.4 The risks from corporate coworking are relatively low

It was noticeable across the entire survey of the individual coworking models that the risk characteristics surveyed were, on average, rated far less frequently as "high risk" than they were as presenting "big opportunities".

However – there are exceptions. The item "higher costs" was rated quite frequently as "high risk", as indeed was the case for the following models:



- Modell 3 – Teil-Sabbatical bzw. Innovation Camp
- Modell 5 – Ideenschmiede
- Modell 6 – Accelerator- und Inkubator-Programme
- Modell 9 – Coworking im Verbund mit anderen Unternehmen.

Insgesamt wurde Modell 3 – Teil-Sabbatical bzw. Innovation Camp – als das mit Abstand risikoreichste Modell angesehen. Neben einem hohen Kostenrisiko wurde diesem vor allem ein hohes Risiko für entstehendes Neid- und Ungerechtigkeitsempfinden unter den Mitarbeitern sowie auch ein relativ hohes Risiko für die Verschlechterung der Informationssicherheit im Unternehmen zugeschrieben.

Es ist hier ergänzend darauf hinzuweisen, dass wir ein Risiko erheblicher Mehrkosten für das Modell 5 – Ideenschmiede als deutlich höher einschätzen, als dies bei Modell 3 der Fall ist.

Auffallend wenige Unternehmen haben hingegen das Item »Verschlechterung der Informationssicherheit« als hohes Risiko in den meisten anderen Modellen bewertet. Natürlich gibt es über sämtliche Modelle Nennungen von Unternehmen, die dieses Risiko als hoch bewerten. Doch zumeist wird es von der Mehrheit der Befragten als gering oder gar nicht vorhanden angesehen.



- *Model 3 – Part sabbatical or Innovation camp*
- *Model 5 – Think tank*
- *Model 6 – Accelerator and incubator programmes*
- *Model 9 – Coworking in association with other companies*

Model 3 – Part sabbatical or Innovation camp – was seen as by far the most high-risk model. Along with a high cost risk, this was attributed with a high risk of creating a sense of grudge and injustice among employees and also with a relatively high risk of degrading the information security within the company.

It's also worth pointing out here that we rate the risk of substantially increased costs as being much higher for model 5 – think tank – than is the case for model 3.

Remarkably few companies, on the other hand, rate the item "degradation of information security" as being high-risk in most of the other models. There are, of course, examples of companies across all the models naming this risk as high. But, at any rate, it is seen as low or non-existent by the majority of respondents.

7

FAZIT UND AUSBLICK // CONCLUSION AND OUTLOOK



Kann Corporate Coworking ein Innovationstreiber für Unternehmen sein? Aufgrund unserer theoretischen Überlegungen aus »Faszination Coworking« und der ausgewerteten Einschätzung der hier befragten Unternehmen ist die Antwort eindeutig ja. Allerdings ist hinzuzufügen: es kann, es muss nicht.

Zum einen haben wir detailliert aufgezeigt, dass sich nicht alle der hier zur Wahl gestellten Coworking-Modelle gleichermaßen als Innovationstreiber eignen. Jedes dieser Modelle hat seine eigenen, spezifischen Vor- und Nachteile, so dass sich ein Unternehmen vorab schon klare Vorstellungen über seine konkreten Zielsetzungen machen sollte, die es mit Corporate Coworking verbindet.

Wir denken ferner, dass ein eigenbetriebener Coworking Space im Sinne unseres Modells 5 – Ideenschmiede – zunächst noch für Viele ein Traum bleibt. Konzeption und Betrieb eines solchen Gebildes sind recht komplex und erfordern unserer Einschätzung nach daher ein erhebliches Know-how. Coworking Spaces lassen sich so gesehen als spezielle Betreiberimmobilien darstellen, in denen die Orchestrierung der Community hinsichtlich Kreativität, Austausch und Kollaboration letztlich entscheidend für Attraktivität und Erfolg des Spaces sind.

Aus diesem Blickwinkel betrachtet ist längst nicht alles Coworking, was Coworking genannt wird. Hier können die Unterschiede sehr beträchtlich sein, so dass die eigentlichen, coworking-spezifischen Stärken längst nicht in jedem so genannten Coworking Space in derselben Weise umgesetzt



Can corporate coworking be an innovation driver for companies? Based on our theoretical observations from "Fascination of Coworking" and the evaluated assessment of the companies surveyed, the answer is a clear yes. But it's worth adding: it can be, but it doesn't have to be.

Firstly, we have shown in detail that not all of the coworking models presented here are equally suitable as drivers of innovation. Each of these models has its own specific advantages and disadvantages, so that a company should give clear consideration to its precise goals before becoming associated with corporate coworking.

Moreover, we think that the prospect of operating one's own in-house coworking space as per model 5 – think tank – remains a dream for many companies for the time being. The conception and operation of such entities is quite complex and therefore requires, in our opinion, an increased level of know-how. Coworking spaces can thus be seen as special operator-run facilities, in which the orchestration of the community with regards to creativity, the exchange of ideas and collaboration is, in the end, paramount for the appeal and success of the space.

From this viewpoint, by no means everything that is described as coworking, is actually coworking. The differences here can be very considerable, so that the genuine, coworking-specific strengths are implemented in nothing like the same manner in every so-called coworking space – especially in corporate coworking. Especially companies who



sind – erst recht nicht im Corporate Coworking. Gerade Unternehmen, die sich (noch) nicht intensiv mit Coworking befasst haben, laufen hier Gefahr, die wahren Potenziale der Coworking Community nicht wirklich nutzen zu können – sie bleiben möglicherweise auf halbem Wege stehen oder müssen gar ihr Coworking Projekt abbrechen. Wie wir gesehen haben – und dies sollte hier als Orientierungshilfe dienen – eignen sich die hier vorgestellten Coworking Modelle für unterschiedliche Zielsetzungen mehr oder weniger gut. Doch dafür benötigt es auch gewisser praktischer Erfahrungen. Aus diesem Grunde denken wir, dass in einem ersten Schritt häufig ein temporäres Entsenden von Projektgruppen in Coworking Spaces sinnvoll sein dürfte, um diesen Lernprozess in Gang zu bringen.

Dieselbe Herausforderung entsteht übrigens auch durch das Aufkommen von Corporate Think Tanks, Corporate Innovation Labs bzw. Agile Labs – im Grunde viele unterschiedliche Namen für unternehmensintern aufgebaute Gebilde, die ebenfalls neue Wege gehen sowie Kooperation und Innovationsfähigkeit verbessern sollen. Nach all den begeisternden, faszinierenden und beeindruckenden Erfahrungen, die wir mit Coworking kennenlernen durften, sind wir der festen Überzeugung, dass wir Unternehmen auch beim Aufbau solcher Agile Innovation Labs einiges vermitteln können – auch hierfür konnte diese Studie schon wichtige konzeptionelle Vorarbeit leisten.

Wir werden daher dieser coworking-ähnlichen Thematik im Rahmen des Verbundforschungsprojektes Office 21® im kommenden Jahr ein eigenes Schwerpunktthema und – natürlich – einen eigenen Bericht widmen.



have not (yet) become intensively involved with coworking, run the risk here of being unable to make use of the true potential of the coworking community – they possibly stop half-way or they have to abandon their coworking project altogether. As we have seen – and this should serve here as a guideline – the coworking models presented here are more or less well suited to various types of goals. But a certain amount of practical experience is also required for this purpose. For this reason, we believe that the temporary sending of project groups to coworking spaces often makes sense in the first instance, in order to get this learning process up and running.

The same challenge is arising, incidentally, through the advent of Corporate Think Tanks, Corporate Innovation Labs and Agile Labs – essentially lots of different names for in-house based forms of coworking, which are also intended to explore new horizons and improve the capacity for innovation. After all the thrilling, fascinating and impressive experiences that we have discovered with coworking, we are firmly convinced that we can impart considerable knowledge to companies, including with the development of such Agile Innovation Labs – this study has also provided important conceptual groundwork for this purpose.

Over the coming year we will therefore dedicate a separate main topic and, of course, a separate report to this coworking-type subject within the framework of the joint research project Office 21®.



Booms, Jean-Paul (2012): Coworking Szene Rhein-Main. Idee - Ziele - Spaces. Online verfügbar unter <http://de.slideshare.net/jpb61462/coworking-szene-rheinmain>, zuletzt geprüft am 10.09.2013.

Brown, Eliot (2014): Office Sharing Phenom WeWork Eyes Expansion into Apartments. Wall Street Journal. Online verfügbar unter <http://blogs.wsj.com/developments/2014/12/16/office-sharing-phenom-wework-eyes-expansion-into-apartments/>.

Festa, Jessica (2015): 6 reasons coworking hotels are the future of hospitality. Road Warrior Voices. Online verfügbar unter <http://www.roadwarriorvoices.com/2015/11/02/6-reasons-coworking-hotels-are-the-future-of-hospitality/>.

Foertsch, Carsten (2011): Die ersten Ergebnisse der zweiten Coworking Befragung | Deskmag | Coworking. Online verfügbar unter <http://www.deskmag.com/de/die-ersten-ergebnisse-der-zweiten-coworking-befragung-171>, zuletzt geprüft am 07.11.2013.

Foertsch, Carsten (2015): First Results Of The New Global Coworking Survey | Deskmag 2015. Online verfügbar unter <http://www.deskmag.com/en/first-results-of-the-new-global-coworking-survey-2015-16>, zuletzt geprüft am 23.08.2016.

Foertsch, Carsten; Cashman, Anna; Dullroy, Joel (2012): 2nd Annual GLOBAL COWORKING SURVEY.

Gray, Amanda (2014): A Number One Hit: Coworking for Musicians. Deskmag. Online verfügbar unter <http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-for-musicians-cohere-bandwith-904>.

Hedden, Monica (2015): Coworkation: Work is Changing. Dittmann Incentive Marketing. Online verfügbar unter <http://www.dittmanincentives.com/blog/coworkation-work-is-changing/>.

Hentschel, Philipp: Coworking Conference 2014. 300 Teilnehmer, 6 Tage, 1 Camp, viele Eindrücke. Welance. Online verfügbar unter <https://welance.de/journal/coworking-europe-conference-2014/>.



Hillman, Alex (2011): Coworking Core Values 1 of 5: Sustainability. Online verfügbar unter <http://dangerouslyawesome.com/2011/08/coworking-core-values-1-of-5-sustainability/>, zuletzt geprüft am 07.11.2013.

Jansen, Liza (2015): Why I decided to go on a cowork vacation in Bali for a month. Online verfügbar unter <http://qz.com/356977/why-i-decided-to-go-on-a-cowork-vacation-in-bali-for-a-month/>.

Johar, Indy; Beunderman, Joost; Kaur, Immy (2016): Town Halls for Social Change. Online verfügbar unter <https://provocations.darkmatterlabs.org/town-halls-for-social-change-d430d42b9243#Ire54nj42>, zuletzt geprüft am 16.09.2016.

Kessler, Sarah (2016): From WeWork To WeLive: Startup Moves Members Into Its First Residential Building. The company is betting big that it can do with »coliving« what it has done with »coworking«. FastCompany. Online verfügbar unter <http://www.fastcompany.com/3055325/from-wework-to-welive-company-moves-members-into-its-first-residential-building>.

Lindzon, Jared (2015): Why These Coworking Spaces In Train Stations Let You Pay In »Social Capital«. Is the free coworking space that's giving 80,000 people desks in vacant areas of schools, hospitals, and train stations the future of work? FastCompany. Online verfügbar unter <http://www.fastcompany.com/3044436/hit-the-ground-running/why-these-free-coworking-spaces-in-train-stations-are-banking-on-soci>.

Magnolfi, Jennifer (2015): An evolution of coworking models and influences. Hg. v. Jean-Yves Huwart. Online verfügbar unter <http://coworkingeurope.net/2015/11/16/evolution-of-coworking-models-presentation/>.

Morgenthaler, Mathias (2015): «Die Zeit der imposanten Bürogebäude läuft ab». Online verfügbar unter <https://www.linkedin.com/pulse/die-zeit-der-imposanten-b%C3%BCrogeb%C3%A4ude-%C3%A4uft-ab-mathis-hasler>.



OECD (2015): *Entrepreneurship at a Glance 2015*. Online verfügbar unter <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/3015021e.pdf?expires=1471939763&id=id&accname=guest&checksum=E8720D3FBFB616A808AF11C95876E34A>

o. V. (2012): *1st Results of the 3rd Global Coworking Survey*. Deskmag. Online verfügbar unter <http://www.deskmag.com/en/1st-results-of-the-3rd-global-coworking-survey-2012>.

o. V. (2015a): *5 Co-Working Locations bei denen du sofort Freelancer werden möchtest*. Team Twago. Online verfügbar unter <http://www.twago.de/blog/5-co-working-locations-bei-denen-du-sofort-freelancer-werden-moechtest/>.

o. V. (2015b): *Coworking in San Francisco*. Online verfügbar unter <http://visionundstrategie.com/2015/05/20/coworking-in-san-francisco/>.

o. V. (2016): *Netzwerkeffekt*. Online verfügbar unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Netzwerkeffekt>, zuletzt aktualisiert am 09.01.2016.

Olma, Sebastian; Kryazheva, Yulia (2012): *The serendipity machine. A disruptive business model for society 3.0*. [Utrecht]: Society 3.0 Foundation.

Rayaworx (2015): *Future of Work: Sam will's wissen*. Online verfügbar unter <https://www.rayaworx.eu/blog/post/future-of-work-coworkation-survey>.

Rief, Stefan; Stiefel, Klaus-Peter; Weiß, Agnes (2014): *Faszination Coworking. Potenziale für Unternehmen und ihre Mitarbeiter*.

Hg. v. Wilhelm Bauer. Fraunhofer IAO. Stuttgart.



Schürholz, Felix (2015): *How we can show that Free Coworking really works: The »Free Coworking Challenge«*. Coworking News. Online verfügbar unter <http://www.coworking-news.de/2015/01/how-we-can-show-that-free-coworking-really-works-the-free-coworking-challenge/>.

Schwarz, Tobias (2016): *Was ist Coworking? Oder anders gefragt: Welchen Wert hat Coworking?* tumblr. Online verfügbar unter <http://isarmatrose.tumblr.com/post/140978957731/was-ist-coworking-oder-anders-gefragt-welchen>.

Stamm, Eugen (2015): *Einen Tisch und Kollegen mieten. Büroflächenvermieter WeWork*. In: *Neue Zürcher Zeitung* 2015, 27.05.2015. Online verfügbar unter <http://www.nzz.ch/finanzen/immobilien-spezialeinen-tisch-und-kollegen-mieten-1.18547466>.

Sullivan, John (2013): *Corporate Coworking — Is It Calculated Brilliance, or Foolishness?* - ERE.net. Online verfügbar unter <http://www.ere.net/2013/04/15/corporate-coworking-is-it-calculated-brilliance-or-foolishness/>, zuletzt geprüft am 10.12.2013.

Wieczner, Jen (2015): *WeWork's utopian vision of your future life—in the office*. Fortune. Online verfügbar unter <http://fortune.com/2015/03/05/wework-utopian-vision/>.

Weinberger, Matt; Bauernebel, Herbert (2016): *Risikokapital gibt's doch: Amerikanisches Coworking-Startup sammelt 780 Millionen Dollar ein*. Business Insider. Online verfügbar unter <http://www.businessinsider.de/wework-ist-154-milliarden-euro-wert-2016-3>.

Wolf, Samantha (2015): *Coworkation at the Coworking Europe Conference 2015*. Online verfügbar unter <https://medium.com/@fLoWSam/coworkation-at-the-coworking-europe-conference-2015-f5acabfc8e9a#.qo05ijfif>.

Impressum

Kontaktadresse:

*Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und
Organisation IAO, Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart
www.iao.fraunhofer.de*

Klaus-Peter Stiefel

Telefon +49 711 970-5474

klaus-peter.stiefel@iao.fraunhofer.de

Layout: netsyn, Freiburg

DOI: <https://doi.org/10.24406/iao-n-473456>

ISBN (Print): 978-3-8396-1258-3



*Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung
4.0 International Lizenz:*

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.de>

Fraunhofer Verlag, 2021

Nobelstraße 12

70569 Stuttgart

verlag@zv.fraunhofer.de

www.verlag.fraunhofer.de

als rechtlich nicht selbständige Einheit der

*Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung
der angewandten Forschung e.V.*

Hansastraße 27c

80686 München

www.fraunhofer.de

Imprint

Contact:

*Fraunhofer Institute for Industrial Engineering IAO,
Nobelstrasse 12, 70569 Stuttgart
www.iao.fraunhofer.de*

Klaus-Peter Stiefel

Phone +49 711 970-5474

klaus-peter.stiefel@iao.fraunhofer.de

Layout: netsyn, Freiburg

DOI: <https://doi.org/10.24406/iao-n-473456>

ISBN (Print): 978-3-8396-1258-3



*This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International
Public License:*

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Fraunhofer Verlag, 2021

Nobelstrasse 12

70569 Stuttgart

Germany

verlag@zv.fraunhofer.de

www.verlag.fraunhofer.de

*is a constituent entity of the Fraunhofer-Gesellschaft, and as such has no
separate legal status.*

*Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung
der angewandten Forschung e.V.*

Hansastrasse 27 c

80686 München

Germany

www.fraunhofer.de

Bereits vor drei Jahren, noch bevor Coworking in aller Munde war, erschien unsere Studie »Faszination Coworking – Potentiale für Unternehmen und ihre Mitarbeiter«. Das Buch wurde von Freelancern und Startups, Coworking Spaces und Unternehmen gleichermaßen mit hohem Interesse aufgenommen.

Mit der vorliegenden Studie erfolgt nun der nächste Schritt: Wir gehen auf die Frage ein, wie Unternehmen, die sich bereits mit Coworking auseinandergesetzt haben, dessen Wirkung auf ihre Innovationsfähigkeit und weitere spannende Kriterien beurteilen.

As early as three years ago, even before coworking was a buzz word, our study "The Fascination of Coworking – Potentials for Companies and their Employees" was published. The book was met with great interest in equal measure from freelancers and startups, coworking spaces and businesses.

The next step is taken with this study: we address the question how businesses, who are already familiar with the subject of coworking, evaluate its consequences concerning their capacity of innovation and other fascinating criteria.