

Coworking in der Schweiz: Eine  
Untersuchung der momentanen Situation  
und eine Aufschlüsselung der  
Erfolgsfaktoren aufgeteilt in Angebot und  
Rentabilität.

# Coworking in der Schweiz

Jan Heidenreich

25.08.2016

---

## Situation Coworking Schweiz

Damit ein gemeinsames Verständnis bezüglich Coworking Locations erreicht werden kann, möchte der Autor an dieser Stelle den Begriff definieren. Coworking Locations bezeichnet alle Orte mit einer flexiblen Struktur, an denen Menschen von unterschiedlichen Bereichen zu verschiedenen Zeiten arbeiten und mit anderen Menschen an diesem Ort sozial interagieren können. Ausserdem bieten diese Orte Services für Ihre Kunden an. (angelehnt an Spinuzzi, 2012). Wie Pohler (2011) definiert hat: "Every workspace with flexible structures that is designed for and by people with atypical, new type of work - that is not exclusively for people from one certain company".

### Zahlen & Fakten

Die Situation der Coworking Spaces in der Schweiz ist gut: Mit 58 Spaces, einem konstanten Ausbau der Angebote und steigendem Interesse in der Bevölkerung, sieht die Zukunft vielversprechend aus. Ausserdem sind von den Schweizer Erwerbstätigen 25% Freelancer, welche alle potentielle Nutzer von Coworking Spaces sind – in absoluten Zahlen bedeutet dies 1.3 Millionen (Deloitte, 2016). Diese extrem hohe Zahl zeigt das wahre Potential von Coworking in der Schweiz auf, denn mit momentan nur gut tausend Arbeitsplätzen, besteht viel Raum für Wachstum.

In der folgenden Grafik kann der Ausbau der Coworking Spaces in der Schweiz betrachtet werden: in

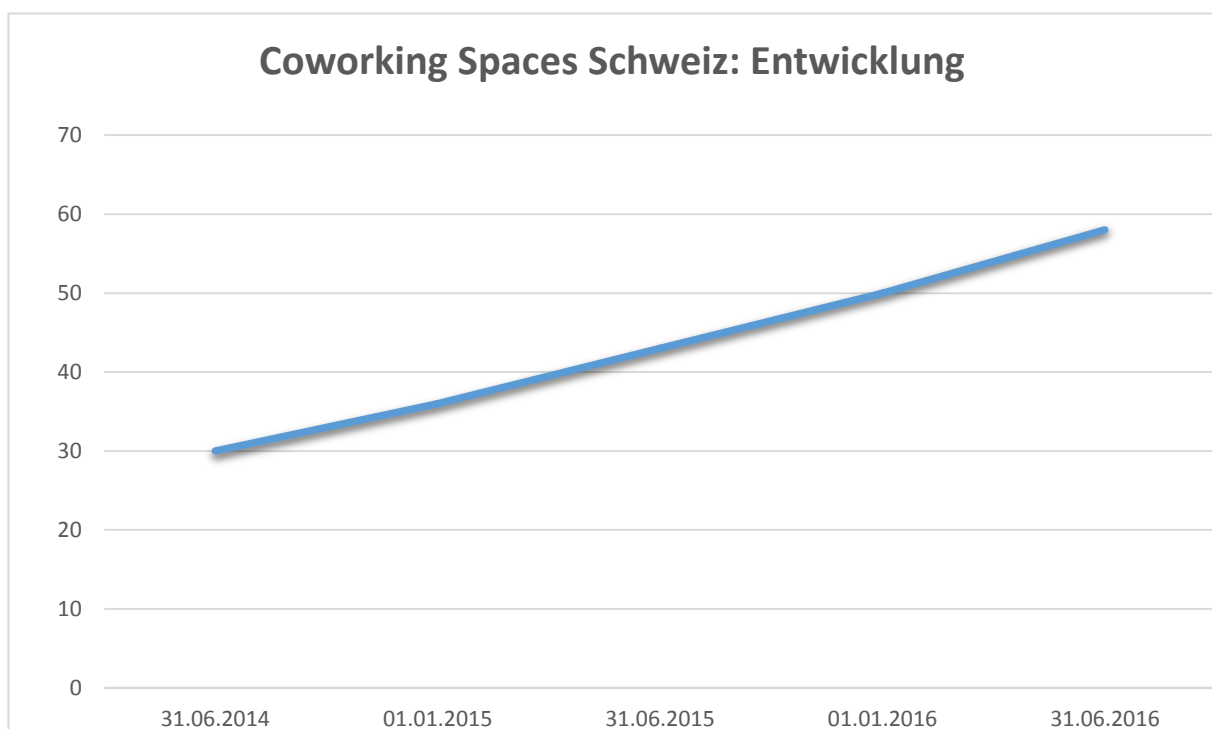


Abbildung 1: Anzahl Coworking Spaces (Quelle: Deloitte und empirische Studie, eigene Darstellung)  
(Anmerkung des Autors: nur die Daten vom 31.06.2014, 01.01.2016 & 31.06.2016 sind bestätigt. Die anderen beiden Werte wurden der Übersicht halber eingefügt und sind Schätzungen des Autors.)

den letzten zwei Jahren hat sich die Anzahl der Coworking Spaces relativ konstant erhöht.

## Modell

Das dominante Modell im Bereich Coworking, welches sich mittlerweile schweizweit durchgesetzt hat, ist das Abonnement Modell. Dies bedeutet, dass die Nutzer der Coworking Spaces monatlich dafür bezahlen. Meistens gibt es dabei verschiedene Abstufungen: Man zahlt für einen Tag in der Woche an einem beliebigen freien Platz, mehrere Tage in der Woche oder ein 100% Pensum. Andere Stufen nach der Grösse des Arbeitsplatzes ab oder aber auch nach den Services, welche inklusive sind. Die Abstufungen und Optionen variieren dabei von Space zu Space, was bei allen aber gleich ist, ist das Angebot von mehreren Optionen. Eine spezielle Variante ist beispielsweise beim Citizen-Space zu sehen, welcher auch eine extra Option für ein 100% Pensum an einem fixen, grossen Arbeitsplatz mit dazugehörigem Regal und 24/7 Access bietet, was die teuerste Option darstellt. Im Folgenden ein Beispiel von einem Pricing Modell:

	COMMUNITY	STARTER	STARTER +	REGULAR	NOMAD	RESIDENT
coworking days per month		4	8	14	unlimited	unlimited / own desk
price per month	CHF 45.-	CHF 135.-	CHF 215.-	CHF 325.-	CHF 395.-	CHF 550.-

Abbildung 2: Pricing Modell von ImpactHUB (Quelle: ImpactHUB)

## Segmentation des Marktes

### Geographie

Bei der Aufteilung des Marktes von Coworking Spaces fällt auf, dass es Coworking vor allem in urbanen Gegenden praktiziert wird: Der Kanton Zürich mit den beiden Top 6 Städten Winterthur und Zürich, führt die Liste mit insgesamt zehn Spaces an. Acht davon entfallen auf die Grossstädte und nur zwei sind ausserhalb anzutreffen. Der Kanton Bern mit acht Spaces liegt auf dem zweiten Platz, wobei wieder fünf davon in der Grossstadt platziert sind, zwei in Biel und einer in Spiez. Platz drei teilen sich die Kantone Basel (BL&BS) und Genf mit sechs Spaces. In Basel (BL&BS) liegen fünf von sechs Spaces direkt in der Stadt, in Genf sind sogar alle sechs in der Stadt oder der unmittelbar angrenzenden Agglomeration lokalisiert.

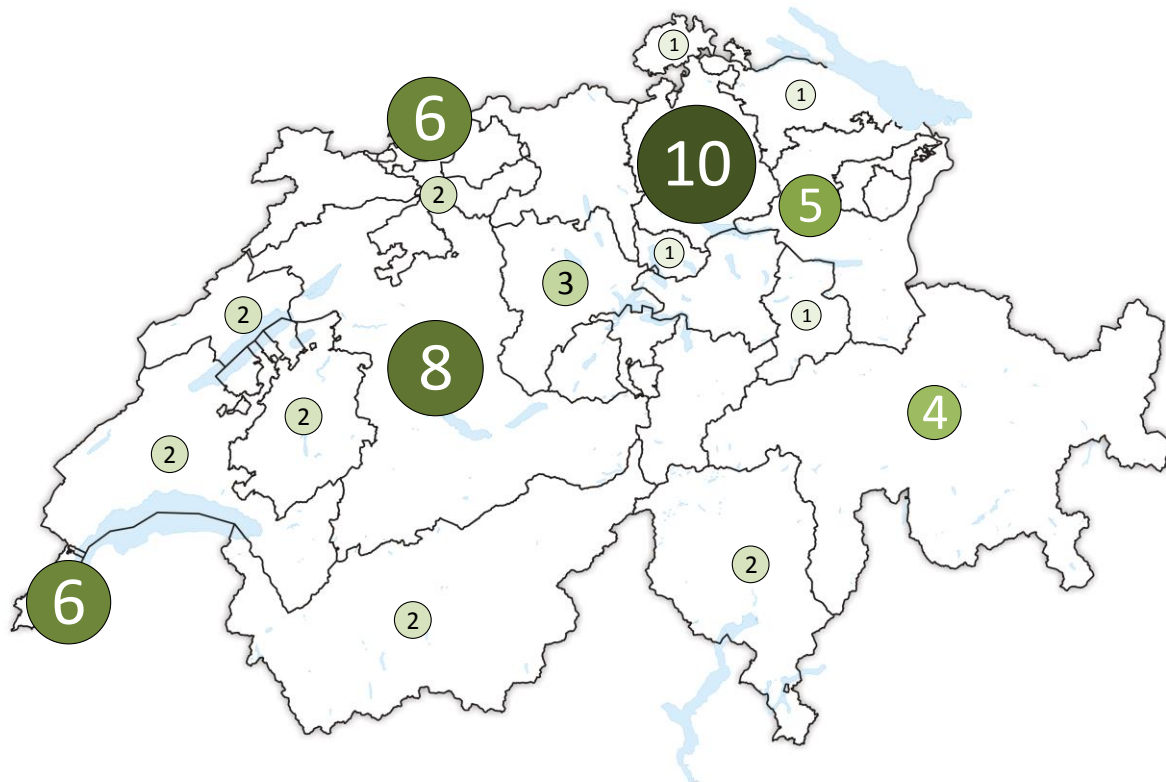


Abbildung 3: Coworking Spaces geographisch segmentiert (eigene Darstellung)

### Anbieter von Coworking Spaces

Eine Segmentation nach Anbieter ist auf die Schweiz isoliert betrachtet nicht möglich. Der einzige Anbieter, welcher mehr als einen Space betreibt ist ImpactHUB mit insgesamt 3 Coworking Spaces in der Schweiz. Dies ist auf die Verzögerung des Schweizer Marktes zurückzuführen, welche im Vergleich mit beispielsweise der USA oder England erst in den Anfängen von Coworking angekommen ist.

### WeWork

WeWork, der Weltweit grösste Anbieter von standardisierten Coworking Spaces bietet Weltweit 104 Locations in 29 Städten an, 74 der Locations sind in den USA. Das beeindruckende Dabei ist, dass WeWork 2010 Gegründet wurde und in der Finanzierungsrunde im März 2016 bereits mit 16 Milliarden Dollar bewertet wurde (Huet, 2016). Die Unique Selling Proposition (USP) von WeWork ist allerdings nicht einfach nur das Angebot von modernen Coworking Spaces, sondern das Gesamtpaket. Dazu gehören die Community, inklusive eigenem online Netzwerk, der Zugang zu Konferenzräumen, wöchentliche Events in den Locations und das Angebot an vergünstigten Services wie beispielsweise HR-Lösungen, Finanzierungshilfen und Buchhaltungslösungen.

Das Wachstum von WeWork scheint sich zwar etwas zu verlangsamen, ist aber immer noch extrem hoch und in Anbetracht der vielen neuen geplanten Locations wird das Wachstum auch in Zukunft gross bleiben. Bis jetzt gibt es von WeWork aber noch keine Pläne für die Schweiz.

## ImpactHUB



Abbildung 4: ImpactHUBs Symbol für sein diverses Netzwerk (Quelle: ImpactHUB)

Ein weiterer grosser Player im Bereich Coworking ist ImpactHUB. Im Gegensatz zu WeWork ist ImpactHUB allerdings kein Unternehmen, sondern eine Idee, welche von den Leaders – den HUB Gründern – vorangetrieben wird. Der erste HUB wurde 2005 eingeweiht und mittlerweile gibt es weltweit 81 Hubs, drei davon in der Schweiz. Die HUBs sollen vor allem Social Entrepreneurs und innovative junge Startups anlocken, was ein besonderes Flair entwickelt. Dies erreicht ImpactHUB indem sie moderne Infrastruktur, monatliche Events und ein sehr diverses Netzwerk anbieten. Auch hier ist das Wachstum weiterhin enorm, 17 Hubs sind bereits in Planung.

## Coworking mit Unterstützung durch Grossfirmen

Neuerdings gibt es in der Schweiz auch Unternehmen, welche Coworking als Ergänzung zum bestehenden Arbeitsmodell Ihren Mitarbeitern anbieten. Dazu gehören Swisscom, Microsoft und Axa Winterthur. Der Hintergrund davon ist, herauszufinden, was für Auswirkungen dies auf die Mitarbeiter hat und vor allem wie dies von Ihnen akzeptiert und genutzt wird. Das Ganze ist ein Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit PopUp Office und der Universität St. Gallen und zum jetzigen Zeitpunkt kann man noch keine Schlüsse daraus ziehen. Es zeigt aber, dass auch Grossunternehmen diesen Bereich entdeckt haben und dass allenfalls auch Potential ausserhalb der bekannten Zielgruppe von Freelancern und Startups besteht.

## Vernetzung von Coworking Spaces in der Schweiz

Die Vernetzung der Coworking Spaces in der Schweiz ist momentan noch sehr begrenzt. Seit Anfang 2015 existiert der Verein Coworking Switzerland, welcher die Website [Coworking.ch](http://Coworking.ch) betreibt, worauf die meisten Spaces der Schweiz gelistet werden. Der Verein Coworking Switzerland hat es sich zum Ziel gesetzt Coworking in der Schweiz bekannter zu machen und das Nachschlagewerk für alle Coworking interessierten der Schweiz zu sein. (Coworking Switzerland, 2016)

Die Genossenschaft VillageOffice welche gerade erst im Januar dieses Jahres gegründet wurde, möchte Coworking vermehrt in die Nähe der Wohnorte bringen, um das Pendeln zu reduzieren, wieder vermehrt lokale Genossenschaften zu fördern und somit Coworking Spaces zu vernetzen.

VillagerOffice befindet nach sieben Monaten Bestehen aber natürlich noch in der Aufbauphase und Ihr Ziel haben sie auf 2030 fokussiert. (VillageOffice, 2016).

Popup Office bietet zudem eine einzelne Anlaufstelle, um in vielen verschiedenen Coworking Spaces der Schweiz arbeiten zu können, ohne dabei mit jedem einzelnen einen Vertrag zu haben. Popup Office wurde 2015 gegründet und befindet sich noch in der Anfangsphase, allerdings möchte Popup Office auch vermehrt zu einer Plattform für Meeting Räumlichkeiten werden, welche das Angebot an Coworking Spaces ergänzen soll. (Popup Office, 2016)

Wie bereits erwähnt, bietet ImpactHUB den Zugang zu seinem eigenen Coworking Netzwerk an, allerdings umfasst dies nur drei Locations in der Schweiz.

Wie man gut erkennen kann, wurde erst kürzlich mit der Vernetzung von Coworking Spaces begonnen und wahrscheinlich ist diese Aufzählung auch nicht abschliessend, da laufend neue Ideen umgesetzt werden.

## Stand der Forschung

Die Geschichte von Coworking ist sehr wechselnd und der Ursprung kann in die 60er Jahre zurückgeführt werden, wo diese Orte «telecentres» genannt wurden. Die Aufgabe von «telecentres» war es "öffentlicher Zugang zu Büroräumlichkeiten, welche mit Rechensystemen und Telekommunikationssystemen ausgestattet sind" anzubieten (Rosa del Águila Obra, Bruque Cámara, & Padilla Meléndez, 2002).

Das nächste Konzept, welches in den 80er Jahren rasch wuchs, ist das «serviced office». Das «serviced office» bietet einen Arbeitsplatz für Unternehmen oder Eigenständige an. Das Besondere an diesen bereits möblierten und funktionstüchtigen Räumlichkeiten waren die sehr flexiblen und nach Bedarf gestalteten Verträge. Die Länge dieser Verträge war in Monaten anstatt in Jahren, was ein Novum darstellte und viel mehr Flexibilität erlaubte. (Becker, 1999)

Das dritte und heute bekannteste Konzept ist Coworking. Coworking wurde durch die Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) ermöglicht (Joroff, 2002). Wie Pohler (2002) hervorhebt ist es schwierig eine allübergreifende Definition von Coworking zu finden, da der Begriff so divers ist. Dies passt allerdings gut zur Situation von Coworking, da es in den unterschiedlichsten Formen und Strukturen auf der ganzen Welt anzutreffen ist.

Aber warum nutzen Menschen das Coworking Prinzip? Wie Spinuzzi (2012) herausgefunden hat, ist Coworking für viele die bessere Alternative zu Home-Office oder Cafés. Viele werden zu Hause von Dingen abgelenkt, haben Motivationsprobleme und fühlen sich Isoliert. In Cafés muss man dafür etwas kaufen, wird von den umliegenden Gesprächen abgelenkt und fühlt sich nicht wirklich

willkommen, da es kein richtiger Arbeitsplatz ist. Ausserdem gibt es zwei verschiedene Anforderungstypen: Den einen ist der Auftritt gegen aussen sehr wichtig, weshalb der Coworking Space sehr professionell und modern sein sollte (Personen mit viel Kundenkontakt). Den anderen ist es wichtig, dass der Space flexibel ist (räumlich und zeitlich) und man komfortable Möbel nutzen kann (Personen mit keinem Kundenkontakt, sondern Fokus auf effizientes Arbeiten). Darüber hinaus ist der soziale Kontakt für die Nutzer sehr wertvoll. Er ermöglicht Interaktion, Feedback, Vertrauen, Lernen, Partnerschaften, Ermutigungen und Weiterempfehlungen. (Spinuzzi, 2012)

### Weiterer Forschungsbedarf

Wie im vorigen Kapitel erkenntlich, wurden vor allem die Gründe untersucht, weshalb Menschen Coworking nutzen. Darüber hinaus wurden die positiven Aspekte und die verschiedenen Anforderungstypen ersichtlich. Doch was wäre sonst noch interessant?

Ein Gesichtspunkt, welcher bis jetzt keine Aufmerksamkeit erfuhr, ist die Rolle von Grossunternehmen im Bereich Coworking. Bis anhin wird Coworking zum grössten Teil von eigenständigen Menschen genutzt, welche eine Alternative zu Home-Office suchen oder für welche ein eigenes Büro zu teuer / impraktikabel ist. Doch warum sollte Coworking diesen Gruppen vorbehalten sein? Wie könnten Angestellte von Unternehmen von Coworking profitieren, bzw. wäre es vielleicht sinnvoll als Grossunternehmen selbst Coworking Spaces anzubieten?

Ein weiterer Aspekt, welcher nach Meinung des Autors zu wenig untersucht wurde, ist das Angebotsmodell. Welche Art von Modell passt am besten zu welcher Art von Coworking Space? Wie viel Nutzen kann man durch die Optimierung der Angebote erzielen? Aus der Vielzahl der verschiedenen Angebotsmodelle lässt sich zwar ein Trend erkennen, es gibt dennoch so viele Variationen, dass man daraus keine Schlüsse ableiten kann.

### Erfolgsfaktoren: Coworking

Um die Erfolgsfaktoren im Bereich Coworking vor allem in Bezug auf ein attraktives Angebot und die Rentabilität von den Coworking Spaces zu eruieren, wurden sechs Interviews mit Betreibern durchgeführt. Die interviewten Personen sind: Jenny Schäpper-Uster, Bürolokal in Wil, Kaspar Danzeisen, Les Voisins in Genf, Thomas Kupferschmid, BureauD in Dietikon, Claudius Krucker, CreativeSpace in St. Gallen, Andreas Renggli, Coworking Space Loreto in Solothurn und Andrea Strom, Pinea Coworking Space in Schaffhausen. Alle sechs Personen haben schon mehrjährige Erfahrung im Bereich Coworking – sei es im Anbieten und gestalten eines Coworking Spaces, oder aber in der Nutzung von Coworking Spaces – und bringen deshalb viel Erfahrung in diesem Bereich mit sich.

Das Interview wurde in einem offenen Stil geführt, d.h. die Probanden wurden so wenig als möglich vom Interviewer beeinflusst und gelenkt. Dies soll sicherstellen, dass die genannten Aspekte authentisch sind, da man vorgeschlagene Aspekte anders bewertet.

### Attraktivität des Angebots

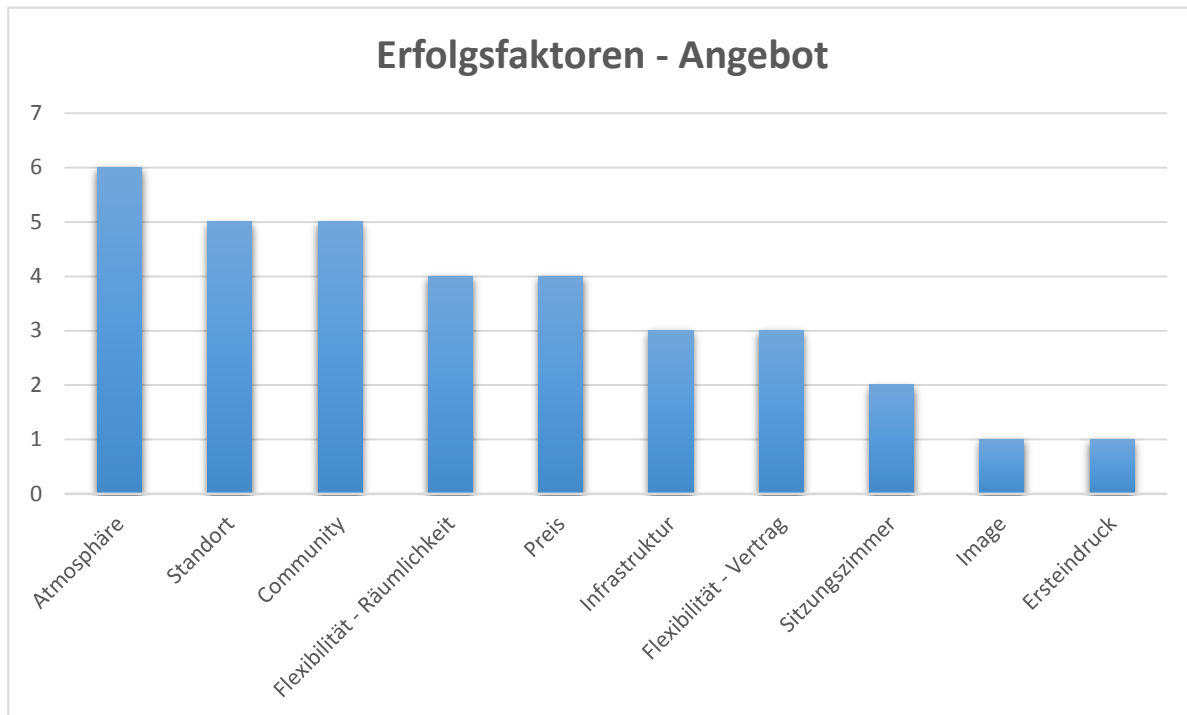


Abbildung 5: Erfolgsfaktoren eines attraktiven Angebots aufgelistet nach Häufigkeit der Erwähnung (eigene Darstellung)

**Atmosphäre** – Erstaunlicherweise ist der meist genannte Faktor weder Preis noch Standort, sondern Atmosphäre. Dies ist aber gar nicht so abwegig, wenn man rational die gesamte Situation betrachtet: wenn es teuer ist, nutzt man es vielleicht trotzdem, da es super liegt, tolle Coworker vorhanden sind und man sich äusserst wohl fühlt an dem Ort. Man ist allenfalls auch bereit einen etwas längeren Weg auf sich zu nehmen, um an solche einem Ort zu arbeiten. Allerdings kann sich wohl niemand vorstellen an einem Ort zu arbeiten, wo schlechte Atmosphäre herrscht und man sich unwohl fühlt. Die Interpretation von Atmosphäre geht dabei in verschiedene Richtungen: Die einen fokussieren dabei den einladenden Aspekt des Arbeitsplatzes, das Gefühl des Willkommenseins ist also wichtig. Bei anderen steht die Zusammensetzung der anwesenden Coworker und die daraus resultierende Arbeitsatmosphäre im Vordergrund. Ein weiterer Punkt, der im Zusammenhang mit Atmosphäre genannt wurde ist das Zusammenspiel der gut designten Möbel mit der Konstellation des Raumes.

**Standort** – Relativ wenig überraschend folgt Standort an zweiter Stelle. Es wird geschätzt, wenn der Coworking Space sich in der Nähe vom ÖV befindet, ein Bahnhof wird bevorzugt. Es wurde ausserdem erwähnt, dass der Coworking Space auch per Auto gut erreichbar sein sollte, Parkplätze sind immer sehr beliebt.



**Community** – Der Aspekt Community teilt sich mit dem Standort die zweite Stelle. Es ist wichtig, dass die bereits am Coworking Space arbeitenden Menschen harmonieren, damit sich Neue schnell wohl fühlen am Arbeitsplatz. Dieser Faktor hilft dem Coworking Space auch mehr zu sein als ein Arbeitsplatz, denn ohne eine Community sind die Unterschiede zu einem Business Center gering. Ausserdem ersetzen Coworker die Arbeitskollegen im Büro, mit welchen man sich sozial austauscht und es deshalb wichtig ist, dass eine passende Konstellation von Coworkern vorhanden ist. Erwähnenswert ist, dass die einen den Community Faktor weniger gewichten als den Faktor Infrastruktur, obwohl Community gesamthaft öfters erwähnt wurde.

**Flexibilität der Räumlichkeit** – Ein Faktor welcher nicht auf der Hand liegt ist die Flexibilität in Bezug auf die Räumlichkeit. Hier wurde genannt, dass es wichtig sei den Kunden zu ermöglichen etwas umzustellen, wenn sich Ihre Arbeitssituation ändert oder sogar den Raum für einen kleinen Event zur Verfügung zu stellen. Dies sei vor allem im Hinblick auf die Kundschaft von Coworking Spaces sehr wichtig, da die meisten eigenständig sind, ein eigenes Büro aber nicht in Frage kommt und sie dennoch Kundenkontakt haben. In diesem Punkt sollte man eine gute Linie finden zwischen dem Erfüllen der Bedürfnisse der einen und dem Einschränken der anderen Nutzer.

**Preis** – Der Faktor Preis liegt auf der Hand, überraschend ist nur, dass er nicht von allen erwähnt wurde. Viele Kunden von Coworking Spaces sind eigenständig, brauchen aber trotzdem eine komplett eingerichtete Arbeitsumgebung mit Internet, Drucker, Möblierung etc. und ein eigenes Büro ist viel teurer als ein Coworking Arbeitsplatz. Oft gibt es auch welche, die ein neues Unternehmen gegründet haben und sehr auf das Budget achten müssen, weshalb ein Büro gar nicht erst in Frage kommt.

**Infrastruktur** – Unter dem Faktor Infrastruktur wird die Ausstattung des Coworking Spaces verstanden. Dies beinhaltet die Möblierung des Arbeitsplatzes, Zugang zu Drucker, Internet, Kaffecke etc. Je besser und moderner diese Ausstattung ausfällt desto attraktiver für die Kunden. Allerdings muss hier beachtet werden, dass die Ausstattung den Preis beeinflusst, man muss also einen guten Weg zwischen Qualität der Ausstattung und der Höhe des Preises finden.

**Flexibilität des Vertrags** – Unter diesem Aspekt werden die Punkte Kündigung – der Vertrag sollte möglichst kurzfristig kündbar sein – individuelle Preisgestaltung vereint. Die Kunden von Coworking Spaces, können und möchten keine Jahresverträge abschliessen, da sich Ihre Arbeitssituation schnell verändern kann. Ausserdem gibt es oft Bedürfnisse, welche mit den offiziellen Angeboten des Coworking Spaces nicht abgedeckt werden, weshalb man auch bereit sein sollte eine Kompromisslösung zu finden, welche für beide Seiten stimmt.

**Sitzungszimmer** – Für viele Nutzer von Coworking Spaces ist es wertvoll einen Raum zu haben, den sie für Meetings nutzen können. Ausserdem können dort auch in Ruhe Telefonkonferenzen geführt werden, ohne die anderen Coworker zu stören.

**Image** – Das Image eines Spaces ist vor allem für Nutzer wichtig, welche mit Ihren Kunden im Coworking Space Kontakt haben. Es reflektiert auf die Nutzer zurück, weshalb es Ihnen wichtig ist, dass das Image zu Ihnen passt und ein gewisses Level aufweist.

**Ersteindruck** – Der Ersteindruck ist sehr entscheidend bei der Akquise von neuen Nutzern: ist der Ersteindruck schlecht, ist es sehr schwierig den Kunden zu gewinnen. Dieser Faktor spielt eng zusammen mit der Atmosphäre und dem Image, da dies zwei Punkte sind, welche man sofort erkennt bei einer Erstbesichtigung.

### Rentabilität des Coworking Spaces

Das unterhalten von Coworking Spaces ist keine Goldgrube, da waren sich alle interviewten einig. Nichts desto trotz werden hier die kritischen Erfolgsfaktoren, welche für die Rentabilität eines Coworking Spaces entscheidend sind, aufgelistet.

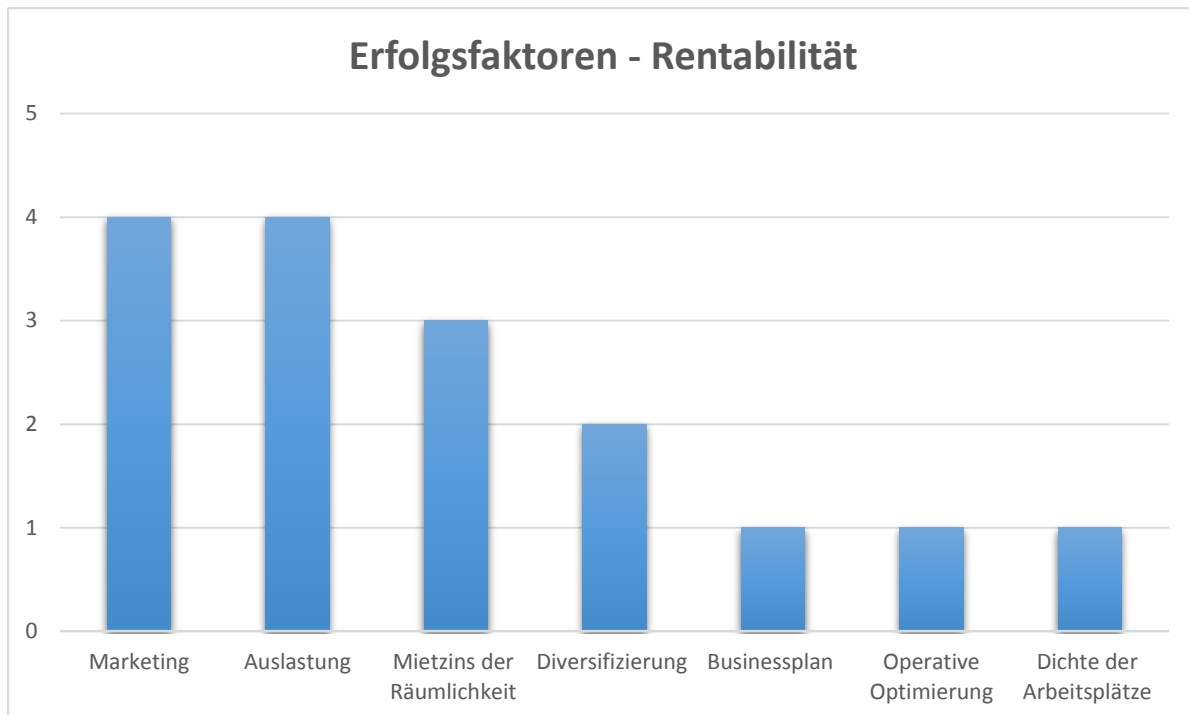


Abbildung 6: Erfolgsfaktoren der Rentabilität aufgelistet nach Häufigkeit der Erwähnung (eigene Darstellung)

**Marketing** – Obwohl Marketing ein indirekter Faktor und an die Auslastung gekoppelt ist, wurde er am meisten – zusammen mit der Auslastung – erwähnt. Da übliches Marketing mit Zeitungsinserten, Plakaten, TV-Werbung etc. sehr teuer ist, sollte darauf geachtet werden, dass möglichst günstige Kanäle gebraucht werden. Die Kunden von Coworking Spaces wohnen meistens in der Nähe, somit kann man die Werbungsaktivitäten regional einschränken. Folgende Instrumente wurden genannt: Werbung im lokalen Kino, Flyer, Werbung an lokalen Events, Newsletter, Medienartikel, Social Media, und Immobilienportale. Ebenfalls sehr wichtig, aber schwierig zu beeinflussen ist die Weiterempfehlung von existierenden Kunden. Dies wird logischerweise vor allem durch die Attraktivität des eigenen Angebotes gefördert.

**Auslastung** – Der Schlüsselfaktor der Rentabilität ist die Auslastung. Ohne ausreichende Auslastung schafft es kein Coworking Space rentabel zu sein. Um eine ausreichende Auslastung zu erreichen müssen viele Faktoren der Attraktivität des Angebots aus der Sicht des Kunden gegeben sein. Wie bereits beim Marketing erwähnt ist die Auslastung auch abhängig von guter Werbung, denn ein perfekter Coworking Space bleibt leer, solange niemand davon weiss.

**Mietzins der Räumlichkeit** – Dies ist ein fixer finanzieller Faktor, welchen man Ausgangslage für die Berechnung der Rentabilität nehmen kann. Man sollte deshalb darauf achten, dass der Mietzins in einem akzeptablen Rahmen liegt, da ansonsten zu hohe Preise für die Coworking Arbeitsplätze verlangt werden muss, um auch bei guter Auslastung überhaupt rentabel sein zu können.

**Diversifizierung** – Diversifizierung hilft einem Coworking Space und zusätzliche Einnahmequellen zu kommen und/oder das Angebot für den Kunden zu verbreitern. Dies kann beispielsweise durch ein angrenzendes oder im Space eingebautes Café oder durch das Anbieten spezieller Infrastruktur (3D Drucker, Telefonkabine, etc.) geschehen.

**Businessplan** – Speziell für den Aufbau und die Einschätzung der anfallenden Kosten ist ein guter Businessplan hilfreich. Ausserdem zeigt ein Businessplan klar auf, wie viel Auslastung man benötigt, um rentabel zu sein.

**Operative Optimierung** – Dieser Faktor hilft einem dabei Zeit zu gewinnen. Können die Nutzer des Coworking Spaces beispielsweise das Sitzungszimmer eigenständig im Kalender buchen, anstatt für jedes Meeting den Betreiber anzufragen, wird der Betreiber entlastet.

**Dichte der Arbeitsplätze** – Die Dichte der Arbeitsplätze ist massgebend für die Anzahl an Arbeitsplätzen im Raum. Hier muss man einen guten Mittelweg zwischen angenehmer Platzgestaltung für den Kunden und effizienter Nutzung der Räumlichkeiten finden.

## Fazit

Das Coworking Segment in der Schweiz ist zwar überschaubar, wie man aber den Fakten entnehmen kann, ist das Wachstum hoch und vor allem kein absehbares Abflachen des Wachstums erkennbar. Mit dem grossen Potential im Hinblick auf die vielen Wissensarbeiter in der Schweiz, ist anzunehmen, dass Coworking hier auch in Zukunft eine bedeutende Rolle spielen wird und es sich hierbei nicht um einen kurzfristigen Hype handelt.

Die Interviews mit den erfahrenen Coworking Space Betreibern soll ausserdem die Erfolgsfaktoren aufzeigen und es für andere (mögliche) Betreiber einfacher machen, erfolgreich einen Coworking Space zu führen. Dabei muss natürlich bedacht werden, dass die genannten Erfolgsfaktoren zwar eine gute Orientierung ermöglichen, die Einflussstärke der einzelnen Faktoren aber von Fall zu Fall variieren kann.

## Quellenverzeichnis

- Becker, F. (1999). Beyond alternative officing: Infrastructure on-demand. *Journal of Corporate Real Estate*, 154-168.
- Coworking Switzerland*. (2016, August 09). Retrieved from <https://coworking.ch>
- (2016). *Der Arbeitsplatz der Zukunft*. Deloitte.
- Huet, E. (2016, June 3). WeWork Is Cutting About 7% of Staff. *Bloomberg*. Retrieved June 9, 2016, from <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-06-03/wework-is-cutting-about-7-of-staff>
- Pohler, N. (2011). Coworking 101: A new definition. *Deskmag*. Retrieved May 4, 2016, from <http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-101-a-new-definition>
- Popup Office*. (2016, August 09). Retrieved from <https://popupoffice.ch/>
- Rosa del Águila Obra, A., Bruque Cámara, S., & Padilla Meléndez, A. (2002). An analysis of teleworking centres in Spain. *Facilities*, 20(11/12), 394-399.
- Spinuzzi, C. (2012). Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 399-441.
- VillageOffice*. (2016, August 09). Retrieved from [ww.villageoffice.ch](http://ww.villageoffice.ch)

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl Coworking Spaces	1
Abbildung 2: Pricing Modell von ImpactHUB	2
Abbildung 3: Coworking Spaces geographisch segmentiert	3
Abbildung 4: ImpactHUBs Symbol für sein diverses Netzwerk	4
Abbildung 5: Erfolgsfaktoren eines attraktiven Angebots aufgelistet nach Häufigkeit der Erwähnung	7
Abbildung 6: Erfolgsfaktoren der Rentabilität aufgelistet nach Häufigkeit der Erwähnung	8

## Anhang

### Coworking Locations

BE

Coworking Berner Oberland

Dufour|West

Effinger – Kaffeebar & Coworking Space

Work Central Bern

Innovationsdorf Coworking

Urbanfish

Coworx

Planhalle 6

BL /BS

CoworkingBasel

Craftsman Space

Launchlabs

Nookbox.ch

RHIZOM

Kleinhafen

FR

Colab Fribourg

Office 37

GE

Coworking Business Center – Calliopee Sarl

nomadspace Geneva Airport

Voisins

Seedspace

Coburo

Impact Hub Geneva

GL

Digital Glarus

GR

ALPEAN Bergsport + Gesundheit GmbH

Alpine Coworking

Cloud Connection

Hub 67 Davos

LU

Coworking Luzern

Kreativfabrik 62

Neubad

NE

Coworking Neuchâtel (Neuchâtel)

Coworking Neuchâtel (La-Chaux-des-Fonds)

SG

Büro Lokal

Smart Working Ostschweiz

CreativeSpace

Quartier 4 U im AU

Verein Startfeld

SH

Pinea Coworking Schaffhausen

SO

Coworking Space Loreto

Coworking Space Olten

TG

Coworking Bottighofen

TI

Coworking Ticino

Spazio 1929

VS

Coworking Space Oberwallis

Espace Simplon 8

VD

PATCHWORK

work`n`share

ZG

d`Wohnig Zug



ZH

Bureau.D

Coworking Limmattal

Co-work Winterthur

Fabrik Horizont

Impact Hub Zürich

Impact Hub Zürich - Viadukt

Office LAB

Office Zürich

Coworking Ruggle Partner

Citizen Space