



Wealthcap
Research

Future Office I:

Wer sind die Büronutzer der Zukunft
und was erwarten sie?



wealthcap
real asset & investment
manager

Lesen Sie die ausführlichen Interviews mit unseren Experten
in unserem Research-Portal unter expertise.wealthcap.com



Mitja Jurecic
Leiter Workspace Innovation,
Fraunhofer IAO, Stuttgart

[expertise.wealthcap.com/artikel/
interview-fraunhofer](https://expertise.wealthcap.com/artikel/interview-fraunhofer)



Stephan Leimbach
Head of Office Leasing,
Jones Lang LaSalle, Frankfurt am Main

[expertise.wealthcap.com/artikel/
interview-jll](https://expertise.wealthcap.com/artikel/interview-jll)

Wer sind die Büronutzer der Zukunft und was erwarten sie?

Wie sieht die Arbeit von morgen aus? Und wo werden wir arbeiten? Das sind zentrale Fragen, die Wirtschaftsvertreter, Arbeitgeber und die Immobilienbranche derzeit beschäftigen. Nur Immobilien, die zu den sich verändernden Bedürfnissen der Nutzer passen und anpassungsfähig sind, werden dauerhaft wettbewerbsfähig sein. In Teil eins unserer Themenreihe zum „Future Office“ nehmen wir die Perspektive des Büronutzers ein und schauen, wer in deutschen Büros arbeitet, was sich Mitarbeiter in Zukunft von ihren Arbeitgebern wünschen und welche Erfolgsfaktoren sich hieraus für die Büroimmobilie ergeben.

In den kommenden Folgen unserer Reihe werden die Bedürfnisse der Mieter, also der Unternehmen der Büroflächen, die Ansprüche der Asset Manager sowie die Investorenperspektive näher beleuchtet. Abschließend thematisieren wir auf Basis der Perspektiven die Erfolgsfaktoren für zukunftsstarke Büroimmobilien.

Die Arbeitswelten wandeln sich. Im aktuellen Fachkräftemangel, der fast alle Branchen erreicht hat,¹ stehen Unternehmen in Konkurrenz um die besten Kandidaten. Der Begriff „Talent War“ – übersetzt in etwa „Wettbewerb um die besten Arbeitskräfte“ – ist mehr als nur ein Modewort: Experten sprechen von einer langfristigen, tiefgreifenden Veränderung, verstärkt durch den demografischen Wandel, denn die geburtenstarken Jahrgänge gehen in Rente.²

Wealthcap Themenreihe „Future Office“

Wealthcap hat eine Themenreihe zum „Future Office“ gestartet. Teil eins dreht sich um die Bedürfnisse der Nutzer, Teil zwei um die der Unternehmen als Mieter von Büroflächen, Teil drei um die Herausforderungen für Asset Manager, Teil vier zeigt die Investorenperspektive. Im Anschluss thematisiert Wealthcap auf Basis der Perspektiven die Erfolgsfaktoren für zukunftsstarke Büroimmobilien.

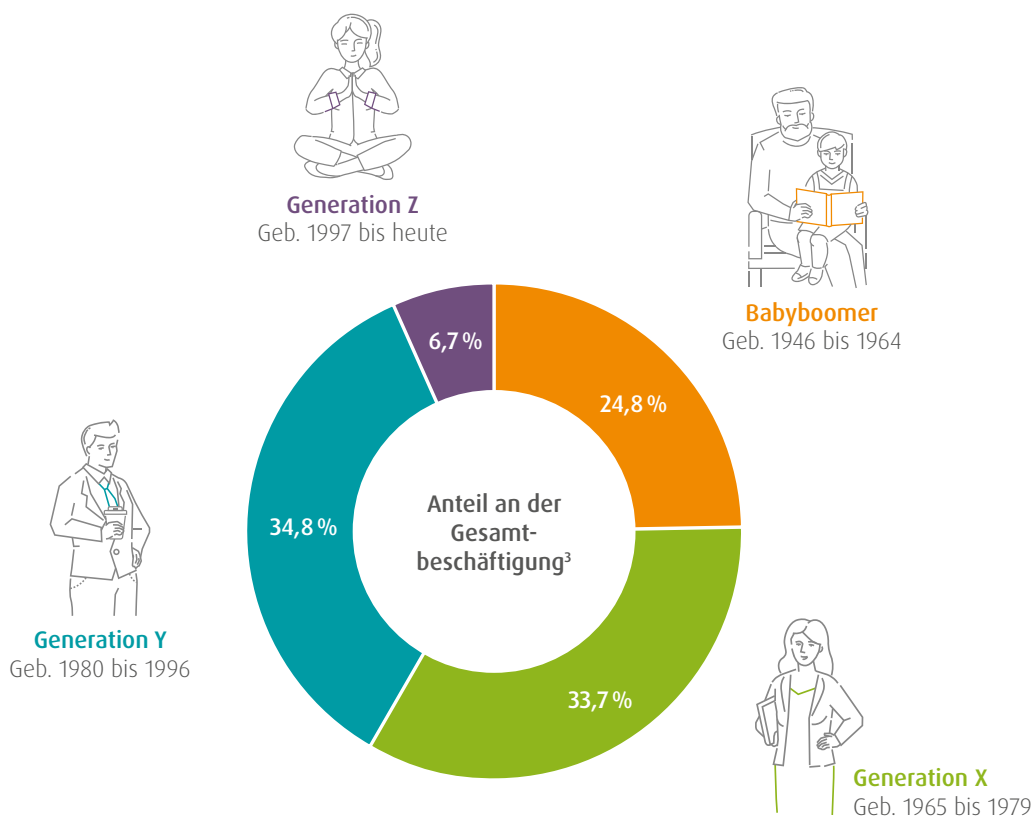
1 <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/fachkraeftesicherung.html>, Abruf vom 22.08.2019.

2 <https://www.dasinvestment.com/demografische-dividende-laeuft-aus-babyboomer-gehen-in-rente/>, Abruf vom 12.08.2019.

Verschiedene Generationen im Fokus sich wandelnder Arbeits- und Bürowelten

Eine Herausforderung für alle Akteure: Noch nie zuvor haben so viele verschiedene Generationen mit je unterschiedlichen Wünschen und Vorstellungen zusammengearbeitet. So entfällt laut der Bundesagentur für Arbeit der größte Anteil der Beschäftigten mit 35% bereits auf die als Millennials bekannte Generation Y (Jahrgänge 1980 bis 1996), dicht darauf folgt die Generation X (1965 bis 1979). Aber auch die Babyboomer (1946 bis 1964) stellen mit 24,8% noch einen signifikanten Anteil der arbeitenden Bevölkerung.¹ Die Relationen werden sich in den kommenden Jahren weiter verschieben: So sollen Millennials bis 2025 weltweit 44% der Erwerbstätigen ausmachen.² Die Generation Z (1997 bis heute, 7% Anteil an den Erwerbstätigen) ist aktuell in deutschen Büros noch wenig vertreten, in einigen Jahren werden es deutlich mehr sein.

So vielfältig ist unsere Arbeitswelt: alle Generationen im Überblick



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2018.

¹ Eigene Berechnung auf Basis Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2018.

² Engaging the Workforce of the Future, <https://www.shrm.org/foundation/ourwork/initiatives/preparing-for-future-hr-trends/Documents/10-15%20Randstad%20Presentation.pdf>, Abruf vom 22.08.2019.

³ Relevante Gesamtbeschäftigung: ab 1946 Geborene.



»Es treten sukzessiv Beschäftigte in das Erwerbsleben, die mit viel IT-Kompetenz ausgestattet sind und andere Bedürfnisse und Vorstellungen vom Leben und Arbeiten haben als bisherige Generationen. Planer und Unternehmen müssen stärker die unterschiedlichen Arbeitsweisen und Tätigkeiten der Beschäftigten berücksichtigen und mit den Arbeitsumgebungen in Einklang bringen.«

Mitja Jurecic

Leiter Workspace Innovation, Fraunhofer IAO, Stuttgart

Die Eigenschaften und Anforderungen von Angehörigen der jüngeren Jahrgänge unterscheiden sich mitunter deutlich von denen der Vorgängergenerationen. So sind Mitglieder der Generation Y tendenziell idealistisch und wollen in ihrem Leben vor allem Erfahrungen sammeln. Sie sind zudem Pioniere der Nutzung von mobilen Endgeräten. Die Generation Z gilt als pragmatisch und auf Sicherheit und Stabilität bedacht.¹ Beide Generationen wollen flexibler arbeiten und haben ein ausgeprägtes soziales Verantwortungsgefühl. Sinnhaft soll das Arbeiten sein und Spaß soll es machen.²

Von Generation Y zu Generation Z: die feinen Unterschiede

Generation Y

Geb. 1980 bis 1996



Aufgewachsen bei der Generation der Babyboomer



Haben einen Wirtschaftsboom erlebt



Gelten als idealistisch



Freiheits- und erlebnisorientiert



Digital Natives³



Bevorzugen Facebook und Instagram

Generation Z

Geb. 1997 bis heute



Aufgewachsen bei der Generation X



Haben eine Rezession erlebt



Gelten als pragmatisch



Sicherheits- und stabilitätsorientiert



Mobile Natives⁴



Bevorzugen Snapchat und Instagram

Quelle: <https://www.visualcapitalist.com/meet-generation-z-the-newest-member-to-the-workforce/>, Abruf vom 31.07.2019, deutsche Übersetzung, eigene Darstellung.

¹ <https://www.visualcapitalist.com/meet-generation-z-the-newest-member-to-the-workforce/>, Abruf vom 31.07.2019.

² Interview Mitja Jurecic, Leiter Workspace Innovation, Fraunhofer IAO, Juli 2019.

³ Digital Native: Person, die in der digitalen Welt aufgewachsen ist.

⁴ Mobile Native: Person, die mit mobilen Technologien wie z. B. dem Smartphone aufgewachsen ist.

Trends aus der Nutzerperspektive

Insbesondere die jüngste Generation, die Generation Z, ist mit den neuesten technologischen Errungenschaften aufgewachsen. Studien zufolge besitzen 98% ein Smartphone, die Hälfte ist jeden Tag mindestens zehn Stunden mit dem Internet verbunden.¹ Mitglieder der Generationen Y und Z sind kaum noch offline, während ältere Mitarbeiter die analoge Bürowelt mit Festnetztelefon und Fax noch sehr gut kennen. Die Digitalkompetenz der Generationen Y und Z ist so hoch, dass eine einfache digitale Arbeitsumgebung nicht mehr ausreicht, um die besten Talente anzuziehen. Smart-Office-Technologien werden sich für sie zur Selbstverständlichkeit wie heute das Smartphone entwickeln, denn die künftigen Generationen sind im digitalen Zeitalter aufgewachsen und gehen mit modernen Technologien noch vertrauter um als Angehörige der Vorgängergenerationen. Die „Digital Natives“ fordern intelligente Büros, die dem Digitalisierungstrend entsprechen, Zugang und Konnektivität werden zu zentralen Elementen moderner Bürokonzepte. Und nicht nur hier: Zusätzlich zu smarten Technologien am Arbeitsplatz werden vermehrt auch intelligente Gebäude eine Rolle spielen.²

Experten zufolge sind gerade bei den Generationen Y und Z vor allem tätigkeitsbasierte Ansätze wie das sogenannte „Activity-based Working“ beliebt.³ Dabei handelt es sich um ein Bürokonzept mit aktivitätsbezogenen Arbeitsplätzen zur Förderung der Leistungsfähigkeit und Kreativität. Stephan Leimbach, Head of Office Leasing und Experte für Arbeitsplatzkonzepte beim Beratungsunternehmen JLL Deutschland, erklärt, wie die neuen Ansätze moderne Bürowelten prägen. *„Früher war alles so eingerichtet, dass man den ganzen Tag nicht aufstehen musste. Faxgerät, Besprechungstisch, Telefon – alles direkt am eigenen Arbeitsplatz. Beim Activity-based Working hingegen suchen sich die Mitarbeiter ganz flexibel genau jene Platzangebote, die gerade am besten zu ihrer aktuellen Tätigkeit und ihren persönlichen Präferenzen passen – sei es der Besprechungsraum für Meetings oder der ruhige Schreibtisch für konzentriertes Arbeiten oder das Projektbüro für ein Projekt mit vielen Kollegen. Statt festen Arbeitsplätzen stehen den Mitarbeitern Schließfächer für ihre persönlichen Dinge und Arbeitsmittel zur Verfügung.“*

Aber auch der feste Arbeitsplatz hat noch längst nicht ausgedient: *„Viele Berufsbilder – man denke an Juristen oder Finanzbuchhalter – sind nach wie vor von konzentrierter Einzelarbeit geprägt. Der eigene Schreibtisch wird hier nach wie vor benötigt.“*



» Das Büro hat Zukunft, denn Menschen wollen ein berufliches Zuhause haben und sich austauschen. Wie die Menschen, die darin arbeiten, verändert es sich jedoch kontinuierlich.«

Stephan Leimbach

Head of Office Leasing, Jones Lang LaSalle, Frankfurt am Main

1 Quelle: <https://www.visualcapitalist.com/meet-generation-z-the-newest-member-to-the-workforce/>, Abruf vom 31.07.2019.

2 Quelle: <https://kiwi.ki/blog/smart-home/smart-office/>, Abruf vom 22.08.2019.

3 Interview Stephan Leimbach, Head of Office Leasing, Jones Lang LaSalle, Juli 2019.

» So wie Büros vor 20 Jahren aussahen, damit würde man heute keinen Mitarbeiter mehr bekommen.«

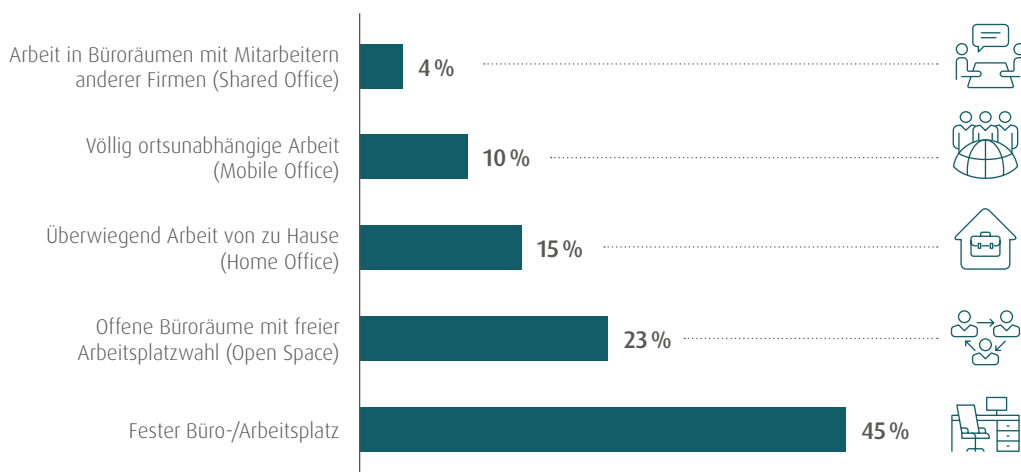
Stephan Leimbach

Head of Office Leasing, Jones Lang LaSalle, Frankfurt am Main

Büroräume sollten langfristig so ausgerichtet sein, dass Mitarbeiter die Bedingungen vorfinden, unter denen sie am besten arbeiten können, denn das steigert nachweislich die Produktivität. Das „Well-being“ der Nutzer wird zum Erfolgsfaktor, damit sich Angestellte langfristig an ihre Arbeitgeber binden. „Je zufriedener Personen mit ihrer Büroumgebung sind, desto höher ist das Wohlbefinden und somit auch die Motivation am Arbeitsplatz“, sagt Mitja Jurecic vom Fraunhofer IAO. „In vielen Büros gibt es hier aber noch enorme Optimierungspotenziale“, so der Experte. Auch JLL-Kollege Stephan Leimbach geht davon aus, dass das oft noch unterschätzte Thema Well-being ein gesellschaftlicher Trend bleiben wird und stärkeren Einzug in moderne Bürokonzepte finden sollte.

Galt früher „nine to five“ als der klassische Bürozeit-Standard, soll das Berufsleben heute deutlich freier und flexibler gestaltet sein. Laut der Unternehmensberatung Mercer wünschen sich 47% der Angestellten von ihrem Arbeitgeber flexiblere Arbeitsmodelle.¹ Multilokales Arbeiten wird immer wichtiger, denn die Wissensarbeiter von morgen werden zu Hause, am Flughafen oder im Zug arbeiten wollen. Der reservierte Sitzplatz ersetzt immer häufiger den Bürostuhl, das belegen Umfragen.² Der große Wunsch nach Flexibilität bedeutet im Umkehrschluss nicht, dass das klassische Büro ausgedient hat. Im Gegenteil: Gerade die Millennials legen Wert auf Arbeitsumgebung und Arbeitsatmosphäre. Dabei ist der Wunsch nach Austausch und persönlicher Kommunikation groß.³ In der heutigen Zeit, in der viele Informationen schnell verarbeitet und Entscheidungen dynamisch getroffen werden müssen, wird Kommunikation zum entscheidenden Erfolgsfaktor.⁴ Dafür braucht es Büroräume, die die entsprechende Ausstattung und moderne Technologien bieten.

Wie sollte Ihr künftiger Arbeitsplatz idealerweise aussehen?



Quelle: ZIA, Die Zukunft der Arbeit, April 2019.

1 47% der Arbeitnehmer wünschen sich mehr Flexibilität, Mercer Global Talent Trends 2018.

2 Quelle: <https://t3n.de/news/deutsche-bahn-mobile-zukunft-1148429/>, Abruf vom 16.08.2019.

3 ZIA, Die Zukunft der Arbeit, April 2019.

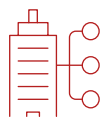
4 Office Analytics, Erfolgsfaktoren für die Gestaltung einer typbasierten Arbeitswelt, Fraunhofer IAO, 2018.



So aussagekräftig statistische Erhebungen und Umfragen zu den Büropräferenzen von Mitarbeitern auch sein mögen, bei der konkreten Umsetzung der Schlussfolgerungen geraten sie schnell an ihre Grenzen: Jeder Mensch ist ein Individuum und hat deshalb individuelle persönliche Präferenzen. Auch die jeweiligen Branchen und entsprechenden Arbeitnehmer-Genres variieren stark – Büroangestellte in einem kleinen Kreativbüro ticken vermutlich anders als Mitarbeiter einer großen staatlichen Behörde.

Dennoch lassen sich bestimmte Mitarbeitertypen identifizieren, deren Präferenzen und Interessen zumindest in Teilen ähnlich sind. Eine solche Kategorisierung – bei der es selbstverständlich immer Überschneidungen gibt – kann für Arbeitgeber hilfreich dabei sein, mit dieser Heterogenität umzugehen und möglichst viele unterschiedliche Bedürfnisse mit ihrem Arbeitsplatzangebot abzudecken.

KURZ ZUSAMMENGEFASST



Das Smart Office wird der neue Standard

Die Generationen Y und Z sind mit digitalen Geräten aufgewachsen. Smart-Office-Technologien werden für sie so selbstverständlich sein wie ihr Smartphone.



Tätigkeitsbasierte Konzepte ersetzen starre Bürostrukturen

Insbesondere jüngere Mitarbeiter wünschen sich tätigkeitsbasierte Arbeitsorte, wo sie entweder in Ruhe arbeiten können oder sich mit Kollegen austauschen können. Vor allem das Thema Kommunikation ist für die Arbeitskräfte der Zukunft zentral.



Well-being am Arbeitsplatz wird Erfolgsfaktor

Das Well-being der Nutzer wird zum Erfolgsfaktor im Talent War. Bürokonzepte sollten so ausgerichtet sein, dass Angestellte die Bedingungen vorfinden, unter denen sie am produktivsten arbeiten können. Nur so binden sich Mitarbeiter langfristig an einen Arbeitgeber.



Flexible Work an Stelle von nine to five

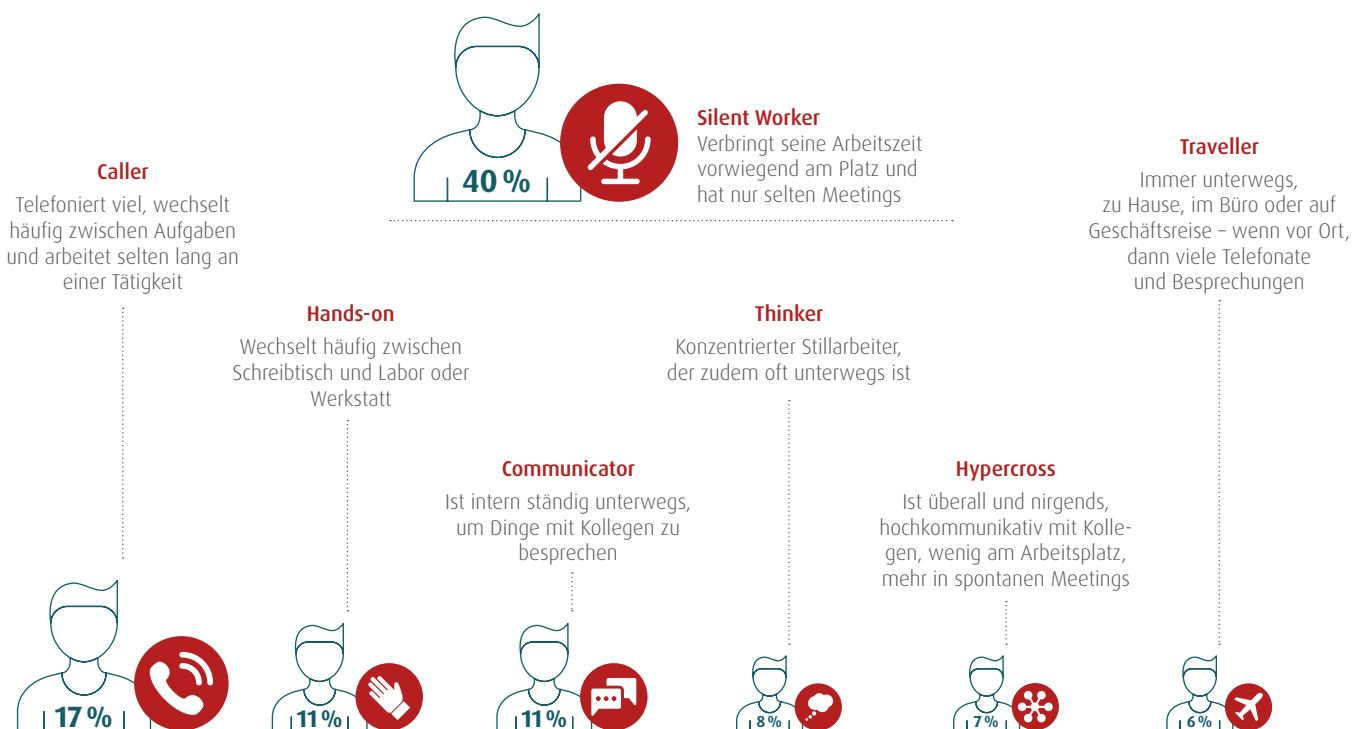
Das Berufsleben soll freier und flexibler sein. Junge Mitarbeiter wollen so arbeiten, wie es für sie gerade passt. Ob das im Büro oder unterwegs ist, früh morgens, spät abends oder zu den klassischen Arbeitszeiten – das soll in Zukunft nur eine Nebenrolle spielen.

Büro-Typologie: sieben Typen in deutschen Büros

Hier setzt die Studie Office Analytics des Fraunhofer IAO an, die sich mit der Frage beschäftigt, wie moderne, nutzerorientierte Arbeitswelten geplant und gestaltet werden sollten, basierend auf Angaben von über 13.000 Teilnehmern, die im Zeitraum Juli 2015 bis Juli 2017 befragt wurden. Zentrales Ergebnis sind sieben verschiedene Arbeitstypen, die von jeweils unterschiedlichen Arbeitsumgebungen profitieren. Diese Typen wurden auf Basis der Arbeitsorte (am Unternehmensstandort, auf Geschäftsreise, am Arbeitsplatz etc.), des Grades der Mobilität (viel/wenig unterwegs), einzelnen Tätigkeiten (Kommunikation, Telefonieren, Stillarbeit, haptische Tätigkeiten etc.) und der Dauer der jeweiligen Tätigkeiten ermittelt.¹

Laut Mitja Jurecic, Leiter Workspace Innovation des Fraunhofer IAO und Herausgeber der Studie „Office Analytics“, ist es „*zwingend notwendig, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das sowohl räumlich, technologisch als auch organisatorisch den unterschiedlichen Nutzeranforderungen gerecht wird*“. Eine typbasierte Planung und Gestaltung von Bürokonzepten wird immer mehr zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor in der modernen Arbeitswelt, mit dem sich nachweislich positive Effekte für den Unternehmenserfolg erzielen lassen. Dieser Ansatz spielt auch im Hinblick auf Bindung und Gewinnung von Mitarbeitern eine entscheidende Rolle.² Vertreter der verschiedenen Generationen finden sich übrigens in allen sieben Typen.

Sieben Typen in deutschen Büros



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Office Analytics, Erfolgsfaktoren für die Gestaltung einer typbasierten Arbeitswelt, Fraunhofer IAO, 2018.

¹ E-Mail Mitja Jurecic, Fraunhofer IAO, vom 25.07.2019; Office Analytics, Erfolgsfaktoren für die Gestaltung einer typbasierten Arbeitswelt, Fraunhofer IAO, 2018.

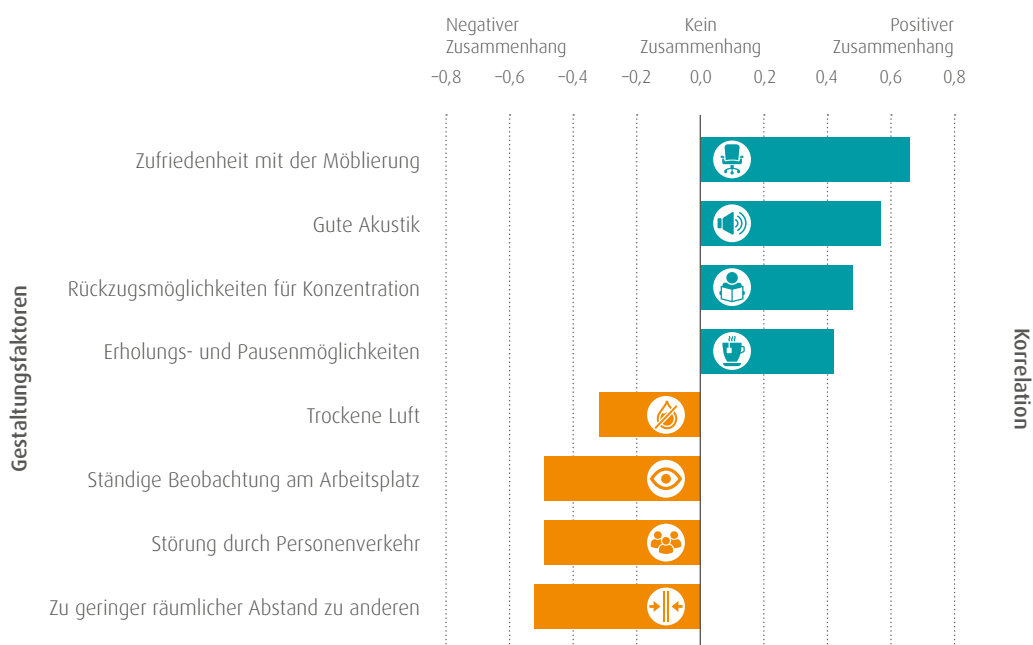
² Mercer Global Talent Trends 2019.

Der Großteil der Erwerbstätigen sind sogenannte „Silent Workers“, die ihre Arbeitszeit vor allem an einem festen Platz verbringen und nur selten in Meetings sind, so die Fraunhofer-Studie. Vier von zehn Angestellten zählen zu dieser Kategorie. 17% der Angestellten sind hingegen „Caller“: Sie telefonieren viel, wechseln häufig zwischen Projekten und arbeiten selten lang an einer einzelnen Tätigkeit. Sie haben somit schon ganz unterschiedliche Bedürfnisse, verglichen mit Silent Workers.

Die restlichen 43% sind eine Mischung aus verschiedenen Arbeitstypen. Jeweils 11% machen „Communicators“ und „Hands-on“-Mitarbeiter aus. Kommunikatoren sind intern viel unterwegs, um Dinge mit Kollegen zu besprechen. Hands-on-Angestellte wechseln derweil häufig zwischen Schreibtisch und Labor beziehungsweise Werkstatt, je nachdem, in welcher Branche sie aktiv sind. 8% sind wiederum „Thinkers“, die als konzentrierte Stillarbeiter definiert sind. Mitarbeiter des Typs „Hypercross“ (7%) sind das genaue Gegenteil: Sie sind hochkommunikative Kollegen, überall und nirgends anzutreffen. Die kleinste Gruppe bilden indes die „Travellers“ (6%). Sie sind ständig unterwegs – egal ob zu Hause, im Büro oder auf Geschäftsreise.¹

Über alle Nutzertypen hinweg wirken sich eine passende Möblierung, eine gute Akustik sowie Rückzugsmöglichkeiten positiv auf die Mitarbeiterzufriedenheit und Produktivität aus. Produktivitätshemmend wirken hingegen ein zu geringer Abstand zu anderen und Störung durch vorbeilaufende Kolleginnen und Kollegen.

Aus der Nutzerperspektive: Einflussfaktoren auf die Zufriedenheit mit der Büroumgebung



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Office Analytics, Erfolgsfaktoren für die Gestaltung einer typbasierten Arbeitswelt, Fraunhofer IAQ, 2018.

























¹ Office Analytics, Erfolgsfaktoren für die Gestaltung einer typbasierten Arbeitswelt, Fraunhofer IAQ, 2018.






Um herauszufinden, welche Bürokonzepte für welchen Typ geeignet sind, wurden die Faktoren Wohlbefinden, Motivation und Performance in Abhängigkeit von verschiedenen Büroformen analysiert. Hier zeigt sich, dass der „Silent Worker“ sich für seine ruhigen Tätigkeiten in Büros mit Rückzugsmöglichkeiten wie etwa dem klassischen Einzelbüro oder dem Multispace sehr wohlfühlt. Der „Communicator“ ruft seine maximale Leistungsfähigkeit im Multispace ab. Hier findet er eine Angebotsvielfalt für Gespräche und Zusammenarbeit, aber auch genügend Rückzugsmöglichkeiten für konzentriertes Arbeiten. Für den vielreisenden „Traveller“ stellt das Kombibüro die ideale Arbeitsumgebung dar, in der der rasch zwischen konzentrierter und kommunikativer Arbeit, verbunden mit Transparenz und Offenheit, wechseln kann.

Man sieht also: Es gibt unterschiedliche Arbeitstypen, die jeweils ideale Bedingungen vorfinden sollten, um produktiv zu sein. Hier muss jedes Unternehmen selbst herausfinden, welche Mitarbeitertypen wo im Unternehmen arbeiten und welche Schwerpunkte das Unternehmen entsprechend setzen muss. Dazu braucht es nicht zuletzt geeignete, ausreichend flexible Büroflächen.

Welches Büro für welchen Arbeitstyp – eine Auswahl

	 Silent Worker	 Communicator	 Traveller
Einzelbüro – geschlossener Büroraum mit einem Arbeitsplatz für eine Person			
Kombibüro – Sonderform eines Einzelbüros mit türseitiger Glaswand und zusätzlicher Multifunktionszone (z. B. Meeting Point, Druckerzone, Teamablage)			
2-Personen-Büro – geschlossener Büroraum mit 2 Arbeitsplätzen für 2 Personen			
Mehrpersonenbüro – geschlossener Büroraum mit 3 bis 5 Arbeitsplätzen			
Gruppenbüro – 6 bis 20 Arbeitsplätze verteilt in einem Raum			
Großraumbüro – mehr als 20 Arbeitsplätze verteilt in einem Raum			
Multispace – Bürostruktur, die sich nicht eindeutig nur über eine Büroform beschreiben lässt: flexibles Arbeitsplatzkonzept (z. B. Desk-Sharing) sowie eine Angebotsvielfalt an Besprechungsmöglichkeiten, Rückzugsmöglichkeiten für Konzentration, Erholungs- und Pausenmöglichkeiten			

Legende:

-  sehr geeignet
-  (bedingt) geeignet
-  nicht geeignet

Quelle: eigene Darstellung auf Basis Office Analytics, Erfolgsfaktoren für die Gestaltung einer typbasierten Arbeitswelt, Fraunhofer IAO, 2018.

Unser Fazit: Lessons learned aus der Nutzerperspektive

#1

DEN Nutzer und DAS Konzept gibt es nicht

Die Nutzer, die in den Büros arbeiten, haben zum Teil sehr unterschiedliche Wünsche und Anforderungen. Sie sind so individuell wie die Menschen selbst. Ein einheitliches Konzept, das auf alle Nutzer anwendbar ist, existiert deshalb nicht. Nach unserer Auffassung ist daher ein ganzheitlicher Ansatz für die Planung und Gestaltung von Büro- und Arbeitsumgebungen erforderlich. Das erfordert es, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das sowohl räumlich und technologisch als auch organisatorisch modernen Nutzeranforderungen gerecht wird. Natürlich können bei der Planung nicht jeder einzelne Beschäftigte und seine persönlichen Vorlieben berücksichtigt werden. Eine systematische Klassifikation in Arbeitstypen ermöglicht jedoch maßgeschneiderte Konzepte, die die jeweiligen typenspezifischen Anforderungen bestmöglich unterstützen. Eine solche Einteilung der im Büro arbeitenden Menschen kann nach unserer Auffassung die Grundlage für eine nutzerorientierte Planung bilden und wichtige Hinweise auf gemeinsame, aber auch divergierende Bedürfnisse geben.

#2

Typologiebasierte Ansätze schaffen passgenaue Bürokonzepte

Erkenntnisse aus der Nutzertypologie helfen nicht nur, die Wünsche und Anforderungen der Büronutzer von heute und morgen besser zu verstehen, sie zeigen auch Wege auf, in welche Richtung zukunftsstarke Bürokonzepte sich entwickeln werden. Denn Büros werden weiter interessante Investmentperspektiven bieten. Nur werden die Menschen, die in ihnen arbeiten, sie immer wieder verändern. Zu erkennen, was aus Nutzerperspektive wichtig ist und was nicht, wird daher entscheidend für den langfristigen Erfolg einer Büroimmobilieninvestition sein.



» Nur Bürokonzepte, die die Wertevorstellungen und Anforderungen der aktuellen und künftigen Mitarbeiter kennen und die Arbeitsplätze auf diese ausrichten, werden langfristig erfolgreich sein.«

Sebastian Zehrer
Leiter Research bei Wealthcap

#3

Nutzerfokussierung wird zum Wettbewerbsvorteil und Erfolgsfaktor

Studien legen nahe, dass eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit Hand in Hand mit höherer Produktivität geht – letztlich profitieren also alle Beteiligten davon. Der Nutzerkomfort könnte im sich weiter verschärfenden Talent War Erfolgsfaktor und Wettbewerbsvorteil zugleich werden:

- Wettbewerbsvorteil für Unternehmen, die dank moderner und typgerechter Büroflächen als Arbeitgeber attraktiv bleiben
 - Erfolgsfaktor für Investoren, denn ein hoher Nutzerkomfort am Arbeitsplatz kann einen langfristigen Wertanstieg bedeuten, da solche Büros zukünftig einfacher zu vermieten sind, Spitzenmieten erbringen und für anspruchsvolle Mieter attraktiv bleiben¹
-

¹ Das intelligente Bürogebäude der Zukunft, Siemens, 2018.

Impressum und ergänzende Hinweise

Stand

26.09.2019 (soweit nicht anders angegeben).

Quelle

Wealthcap Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH („Wealthcap“), soweit nicht anders angegeben.

Hinweis

Dieses Dokument ist kein Verkaufsprospekt und stellt kein Angebot zum Kauf oder Verkauf von Anteilen dar. Die in diesem Dokument enthaltenen Angaben stellen keine Anlageberatung und keine Anlageempfehlung bzw. Anlagestrategieempfehlung dar, sondern geben lediglich die Ansichten von Wealthcap wieder. Soweit nicht anders angegeben, beruhen die in diesem Dokument enthaltenen Ansichten auf Recherchen, Berechnungen und Informationen von Wealthcap. Diese Ansichten können sich jederzeit ändern, abhängig von wirtschaftlichen und anderen Rahmenbedingungen. Sämtliche Rechte sind vorbehalten.

Herausgeberin

Wealthcap Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH
Bavariafilmplatz 8
82031 Grünwald

Telefon 0800 962 80 00 (kostenfrei)
+49 89 678 205 500 (Ausland)

E-Mail research@wealthcap.com
Internet www.wealthcap.com