



Wealthcap
Research

Future Office II: Die Mieter- und Unternehmens- perspektive



wealthcap
real asset & investment
manager

Innovative Bürokonzepte im War for Talent¹ – vom Kostenfaktor zum Wettbewerbsvorteil?

Der Fachkräftemangel hat sich zum Kampf um talentierte Mitarbeiter und Nachwuchskräfte entwickelt. Diesen können Arbeitgeber nicht allein mit hohen Gehältern und flexiblen Arbeitszeiten gewinnen. Wer Talente locken und halten will, braucht neben Entfaltungsmöglichkeiten unter anderem moderne Büroflächen und gute Lagen. Doch wie müssen diese aussehen?

In unserem Themenpapier „Future Office I: Wer sind die Büronutzer der Zukunft und was erwarten sie?“ haben wir untersucht, wie sich unterschiedliche Arbeitstypen und Generationen Büroräume wünschen.

In diesem Themenpapier nehmen wir die Perspektive der Mieter, also der Unternehmen, ein. Welche Anforderungen stellen Start-ups an ihre Räume? Was erwarten Beratungsunternehmen oder Anwaltskanzleien? Wie sieht es in Zukunft im klassischen Headquarter eines großen Unternehmens aus? Und welche Rolle spielen Büros beim „War for Talent“?

Wir haben die wichtigsten Erkenntnisse über zukunftsstarke Büros in fünf Thesen zusammengefasst.

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 Wettbewerb um die besten Köpfe.



»Viele Unternehmen haben festgestellt, dass Arbeitnehmer heutzutage eine attraktive und flexible Arbeitsumgebung erwarten. Büroflächen mit einem Flur in der Mitte und links und rechts Büros werden nicht mehr nachgefragt. Sie lassen sich kaum noch vermieten. Gleichzeitig wird aus Unternehmenssicht das Thema Kosten wichtiger.«

Axel Praus

Managing Director, workingwell GmbH

#1

Return on Experience¹ wird das neue Return on Investment² der Arbeitgeber

Wer Mitarbeiter gewinnen und halten möchte, braucht Büroräume, in denen sie sich wohlfühlen. Dazu gehört neben zuverlässiger Technik, dass sich die Flächen den steigenden Ansprüchen und verschiedenen Arbeitsstilen anpassen können. Wer konzentriert arbeiten muss und viel telefoniert, braucht Rückzugsmöglichkeiten. Arbeitgeber, die Innovationen fordern, müssen es Mitarbeitern ermöglichen, Ideen mit Kollegen auszutauschen. Das stellt Unternehmen vor die Aufgabe, ihre Büroflächen als inspirierende Arbeitswelten mit Wohlfühlcharakter zu konzipieren und dabei unterschiedlichste Mitarbeitertypen und Arbeitsweisen zu berücksichtigen – ohne dass die Kosten explodieren.



»Der Return on Experience¹ wird der neue Return on Investment² sein, denn die Kreativität der Mitarbeiter wächst mit der Kreativität der Arbeitsplätze. Auch in unseren Büros stehen Kickertische.«

Susanne Eickermann-Riepe

Head of Real Estate, PwC Germany³

1 In etwa: Rendite auf das Arbeiterlebnis.

2 Kapitalrentabilität.

3 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PwC).

#2 Innovative Büros – kein Selbstzweck, sondern unternehmerisches Kalkül

Unternehmen können innovative Büroflächen gezielt im Kampf um Talente einsetzen. Mieter schauen vielerorts noch zu stark auf die Kosten, statt die Vorteile zu betrachten, die sich aktuell schwer quantifizieren lassen. Damit vergeben sie die Chance, mit innovativen Flächen einen Wettbewerbsvorteil im War for Talent zu erzielen.



Quelle: eigene Darstellung.

Innovative Bürokonzepte sind keine Modeerscheinung, sondern folgen einem wirtschaftlichen Kalkül. Produktivität, Prozesse und Mitarbeiter – darum investieren Unternehmen in Future Offices.¹ Es zählen handfeste finanzielle oder organisatorische Gründe sowie die Attraktivität als Arbeitgeber.²

1 Zukunftsstarke Büros.

2 Arbeitsplatz der Zukunft, IDG, 2018.



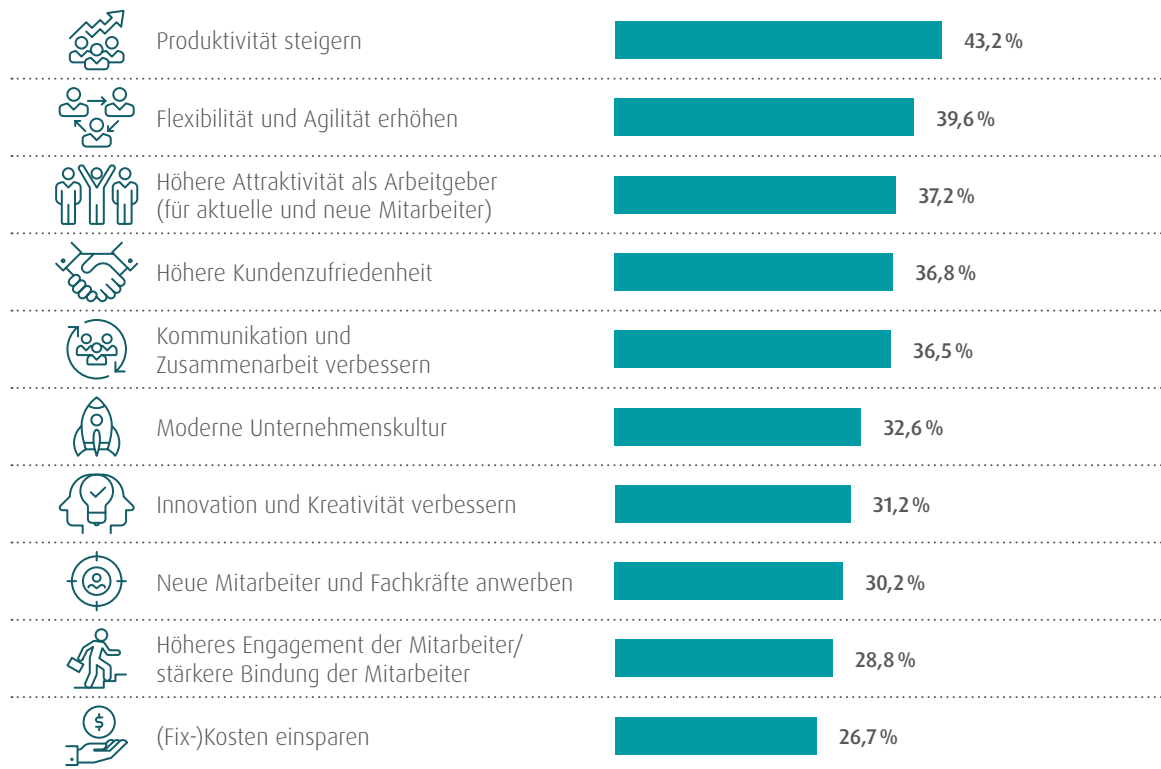
»Unternehmen übersehen oft den aktuellen Gewinn durch attraktivere Büros, also das positive und effektive Arbeitsklima, weil es sich nicht oder nur schwierig messen und quantifizieren lässt. Manchmal vernachlässigen sie auch den Effekt von Bewertungen auf Plattformen wie Kununu und Glassdoor, in die auch die Attraktivität der Büros einfließt.«

Philip Tidd

Principal/Managing Director Germany, Gensler

Unternehmenssicht: Welche Ziele verfolgt Ihr Unternehmen mit den neuen Arbeitsplatz- und Mobilitätskonzepten?

(Angabe in Prozent. Mehrfachantworten möglich.)



Quelle: Arbeitsplatz der Zukunft, IDG, 2018, Online-Umfrage unter Entscheidungsträgern von Unternehmen in Deutschland, Österreich, Schweiz. Gesamtstichprobe: 628 qualifizierte Interviews. Stichprobe 1, Unternehmenssicht: 285 qualifizierte Interviews; Stichprobe 2, Arbeitnehmersicht: 343 qualifizierte Interviews. Untersuchungszeitraum: 16. bis 26. Juni 2018.

»Unsere Raumplanung ist komplex, jede Abteilung hat verschiedene Anforderungen, da viele Kollegen temporär in den Büros unserer Kunden arbeiten. Deshalb haben wir für jede Abteilung unterschiedliche Occupancy-Quoten¹ vereinbart. Grundsätzlich gilt hohe Flexibilität und je nach Abteilung stehen für ein Drittel bis die Hälfte unserer Beschäftigten Arbeitsplätze bereit.«

Susanne Eickermann-Riepe
Head of Real Estate, PwC Germany

#3

Mehr Erfolg durch Flexibilität

Flexibilität ist für viele Unternehmen bereits heute ein Kernthema und wird künftig noch bedeutender. Büroflächen müssen so konzipiert sein, dass sie sich sehr schnell an neue Technologien, Herausforderungen und sich verändernde Mieterwünsche angepasst werden können.

Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) zählt Flexibilität zu den Kriterien für ihre Nachhaltigkeitszertifizierung. Flexible Immobilien stehen seltener leer und werden von den Nutzern langfristig akzeptiert. Die Objekte haben zudem eine längere Lebensdauer und geringere Lebenszykluskosten, was sie wirtschaftlich erfolgreich macht.²

Für viele Unternehmen rechnet sich Flexibilität, in den Büroräumen selbst und durch multilokales Arbeiten. Die Vertrauensarbeitszeit wird erweitert durch den Vertrauensarbeitsort. Die einfache Formel lautet: Mehr Flexibilität bei Arbeitszeit und -ort bedeutet weniger Schreibtische und damit niedrigere Mieten und Betriebskosten. Digitale Technologien und Kommunikationstools schaffen dafür die Basis. Der Clou: weniger Fixkosten bei steigender Attraktivität als Arbeitgeber.³

Flexibilität zu gestalten ist eine zentrale Managementaufgabe, denn aktuell werden rund 50 Prozent der Büroflächen nicht durchgehend genutzt. Viele Unternehmen setzen daher im Rahmen ihres betrieblichen Immobilienmanagements gezielt auf flexible Flächen als Möglichkeit zur besseren Flächennutzung bzw. zur Optimierung der Kosten je Mitarbeiter bei gleichzeitig hoher Nutzungsflexibilität durch kurzfristige Kündigungs- bzw. Anpassungsmöglichkeiten. Experten sprechen von strukturellen Veränderungen und erwarten, dass bis zum Jahr 2030 flexible Flächen nach Bedarf ca. 30 Prozent der Gesamtflächen eines Unternehmens ausmachen werden.⁴

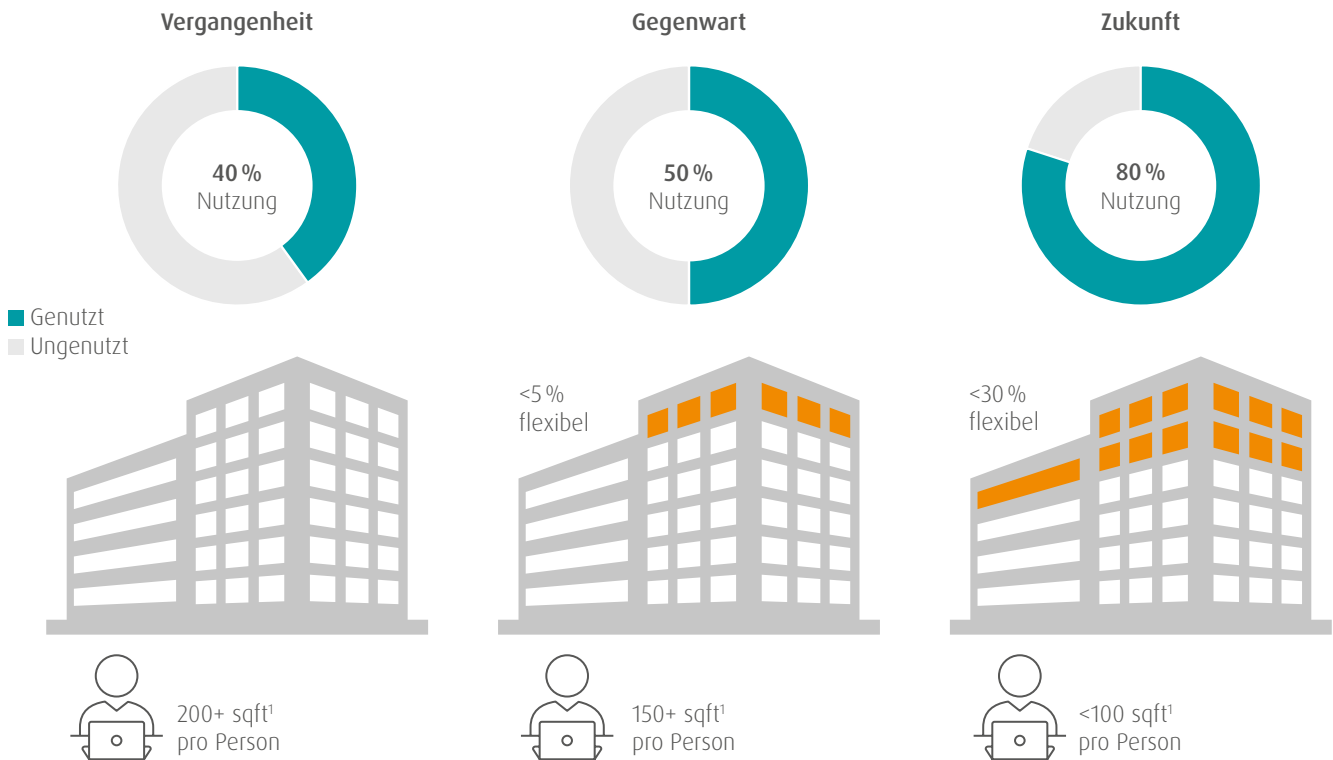
1 Auslastungs-/Belegungsquoten.

2 <https://www.dgnb-system.de/de/system/version2018/kriterien/flexibilitaet-und-urnutzungsfaehigkeit>, Abruf vom 26.06.2019.

3 <https://www.it-daily.net/it-management/projekt-portfolio-management/22552-begeehrt-guenstig-der-flexible-arbeitsplatz>, Autor: Thomas Pecher-Wagner, Product Manager, C4B Com For Business AG, Abruf vom 16.12.2019.

4 Die Zukunft der Arbeit, ZIA, April 2019.

**Die Evolution flexibler Flächen –
starkes Wachstumspotenzial und elementare Verschiebungen zeichnen sich ab**



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



»Wir wachsen sehr schnell, so dass wir uns oft Flächenmangel ausgesetzt sehen. Gleichzeitig können wir allerdings nicht abschätzen, wie viel Fläche wir in fünf Jahren brauchen. Das macht es schwer, langfristige starre Mietverträge abzuschließen.«

Julia Cramer
Salaried Partnerin, Heuking Kühn Lüer Wojtek²

¹ Square Feet; 1 sqft entspricht 0,092903 qm.

² Heuking Kühn Lüer Wojtek, Partnerschaft mit beschränkter Berufshaftung von Rechtsanwälten und Steuerberatern.

»Grün liegt in unserer DNA. Pflanzen helfen uns, uns besser zu konzentrieren, sie senken unseren Blutdruck und entspannen Körper und Gehirn. Kahle Räume hingegen können uns oft unterbewusst stressen.«

Philip Tidd

Principal/Managing Director Germany, Gensler

#4

Wer nicht grün ist, verliert

Unternehmen werben damit, dass sie CO₂-neutral arbeiten und den Umweltschutz unterstützen. Dieser Trend wird sich verstärken. Auch für das Arbeitgeberimage wird der Aspekt Nachhaltigkeit immer wichtiger¹ und kann durch entsprechend konzipierte Büroflächen gestaltet werden. Büroimmobilien, die moderne Energiestandards nicht erfüllen, werden am Markt auf lange Sicht keine Abnehmer mehr finden. Für potenzielle Fachkräfte stellt dies mitunter auch ein Kriterium zur Bewertung der Arbeitgeberqualität dar.

Die steigende Nachfrage nach Nachhaltigkeit in deutschen Büros spiegelt sich in der gestiegenen Anzahl der verschiedenen Zertifikate wider. Diese werden für die meisten Bürogebäude schon bei der Projektierung angestrebt. In Deutschland gängig sind:

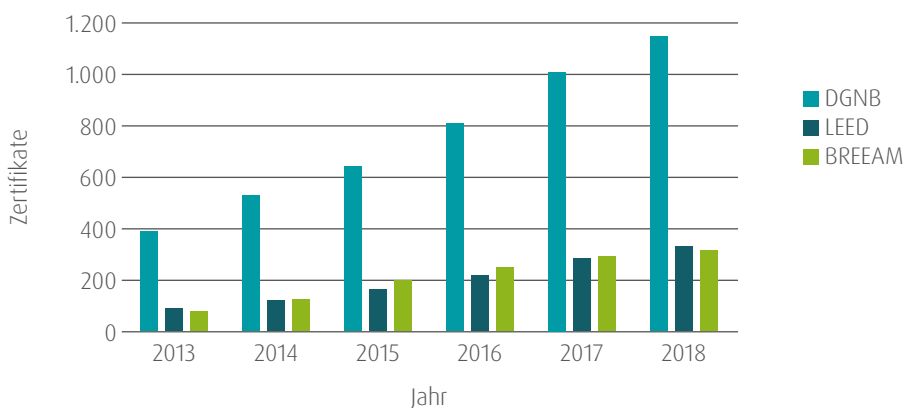
- das Siegel der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB)
 - das amerikanische „Leadership in Energy and Environmental Design“ (LEED)
 - das britische Zertifikat „Building Research Establishment Environmental Assessment Method“ (BREEAM)
-

¹ Hip und Grün – Unternehmen setzen verstärkt auf Nachhaltigkeit, Handelsblatt vom 18.08.2019.

»Es ist nahezu unmöglich, eine Fläche im Old Style¹ mit schlechter Energieeffizienz an den Markt zu bringen. Mieter werden künftig noch stärker darauf achten, wie umweltfreundlich beispielsweise Baustoffe und Klimatisierung sind. Auch Investoren werden nur noch CO₂-neutrale Objekte kaufen.«

Susanne Eickermann-Riepe
Head of Real Estate, PwC Germany

Marktanteile der Zertifizierungssysteme in Deutschland



Quelle: BNP Paribas Real Estate, <https://www.bnppre.de/blog/buero/green-buildings/>, Abruf vom 16.12.2019.

1 Im alten Stil.

»Je traditioneller das Geschäft, desto klassischer die Büros. Das ist eine Devise, die in deutschen Büros nach wie vor gilt. Doch immer stärker rücken unternehmensstrategische Entscheidungen am Standort nach vorn, denn viele Unternehmen sind weltweit aktiv und passen ihre Büroflächen an die jeweilige Standortstrategie an.«

Susanne Eickermann-Riepe
Head of Real Estate, PwC Germany

#5 **Hippes Start-up-Büro? Passt nicht für jeden.**

Büroräume müssen zur Unternehmenskultur passen und beeinflussen gleichzeitig, wie diese sich entwickeln wird. Für Unternehmen, die viel Wert auf kreative Ideen und Innovation legen, sind Räume, die Teamwork fördern, wie Lounge-Areas mit Kickern oder Kreativitäts- und Besprechungsräume, wichtig. Wo konzentriertes Arbeiten oder lange Telefonate den Bürotag prägen und Kommunikation und Teamarbeit weniger wichtig sind, dürfen Ruhezeiten nicht fehlen. Und manchmal sind Einzelbüros einfach besser geeignet als offene Großraumbüros. Frithjof Bergmann, der Philosoph und Begründer der „New Work“-Bewegung, räumt mit der weitverbreiteten Idee auf, dass jedes Unternehmen sich an den hippen Vorbildern aus dem Silicon Valley orientieren sollte. Seiner Einschätzung zufolge sind deutsche Unternehmen bei der Umsetzung von New-Work-Konzepten meist viel vorsichtiger als etwa Google.¹ Die Unternehmenskultur entscheidet, ob hippe Start-Up-Büros oder klassisch-funktionale Büroräume.

¹ <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/management/interview-mit-frithjof-bergmann-warum-new-work-in-deutschen-unternehmen-nicht-richtig-umgesetzt-wird/24899568.html>, Abruf vom 30.10.2019.

**Future Office Mindset aus Unternehmensperspektive,
passend zu Geschäftsmodell und Unternehmenskultur**

Gestern



Büro als
Kostenfaktor



Morgen



Büro als Innovationstreiber
und Teil der Unternehmensstrategie



Triste Einzelbüros
und lange Flure



Wohlfühlorte für Kommunikation
und Kollaboration



Return on Investment
(ROI)



Return on Experience
(ROE)



Neutral und funktional



Grün und biophil



Statisch



Flexibel und dynamisch



Analog



Digital

Quelle: eigene Darstellung.

*»Büroräume können ein Statement sein. Sie präsentieren,
wie fortschrittlich Unternehmen im Kampf um Talente sind.
Kultur und Büro müssen zueinander passen.«*

Philip Tidd

Principal/Managing Director Germany, Gensler



»Die Attraktivität eines Arbeitgebers sinkt für mich, sofern ich im Großraumbüro arbeiten sollte. Wichtig ist mir ein fester Arbeitsplatz (und kein verschiebbarer Container), da ich an diesem u. a. für die Arbeit erforderliche Literatur oder vertrauliche Mandatsunterlagen deponiere. Zudem ist – auf Grund der besonderen Anforderungen an unsere Arbeit – ein vollständig papierloses Arbeiten schwierig.«

Julia Cramer

Salaried Partnerin, Heuking Kühn Lüer Wojtek

Verschiedene Unternehmenstypen und -kulturen prägen die Anforderungen an moderne Büros

Unternehmenskultur



Klassisch-konservative Tendenz

Hierzu gehören klassisch-konservative Branchen wie Anwaltskanzleien und Behörden. Diese Mieter bevorzugen oftmals klassische Bürokonzepte. Die Büroausstattung ist eher zurückhaltend. Gerade Anwaltskanzleien bevorzugen Einzelbüros gegenüber Großraumbüros.¹ Noch enger ist der Gestaltungsspielraum bei behördlichen Mietern. Sie müssen sich beispielsweise in Bezug auf Mietzins und Bürofläche sowie Ausstattungskosten pro Mitarbeiter an gesetzliche Vorgaben halten. Die Qualität der Ausstattung ist daher sekundär. Ansprüche an Büroräume ändern sich in dieser Gruppe langsamer als bei agilen, technologieaffinen Unternehmen. Der Digitalisierungsgrad in klassisch-konservativen Unternehmen ist eher gering.²



Kreativ-hippe Tendenz

Hierzu gehören beispielsweise Agenturen, moderne Unternehmensberatungen mit hohem Digitalisierungsgrad und Start-ups. Letztere suchen vor allem nach Büroflächen in Lagen mit Szenearakter, wie etablierte urbane Wohnquartiere, die gut an den öffentlichen Nahverkehr angebunden sind, denn gerade jüngere Arbeitnehmer in Städten besitzen oft kein eigenes Auto.⁴ Junge Unternehmen mieten selten klassische Büroobjekte mit vorgegebenen Strukturen. Sie wünschen sich flexible, offene Flächen, die die Kommunikation ihrer Mitarbeiter fördern. Das können auch ehemalige Industriegebäude mit Loftcharakter und Klinkerwänden sein. Wachsen die Unternehmen, bieten sich Campus-Lösungen an. Das Ambiente ist modern, Lounge und Kickertisch inklusive.

Anforderungen

- Viele Einzelbüros oder ausreichend Rückzugsmöglichkeiten für konzentriertes Arbeiten für Silent Workers³
- Flexibilität bei Flächengröße, nicht bei Arbeitsplatzwahl
- Lage ist wichtiger als gehobene Ausstattung
- Offene, kommunikative Büros
- Digitales, multilokales Arbeiten möglich
- Urbane Lage mit Szenearakter und guter Verkehrsanbindung

¹ Interview Stephan Leimbach, Head of Office Leasing, Jones Lang LaSalle, Juli 2019; Interview Julia Cramer, Salaried Partnerin, Heuking Kühn Lüer Wojtek, November 2019.

² Monitoring-Report Wirtschaft Digital 2018, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), Juli 2018.

³ Silent Worker: verbringt seine Arbeitszeit vorwiegend am Platz und hat nur selten Meetings.

⁴ Jungen Städtern sind Autos nicht mehr wichtig, ZEIT ONLINE, 19. April 2018.

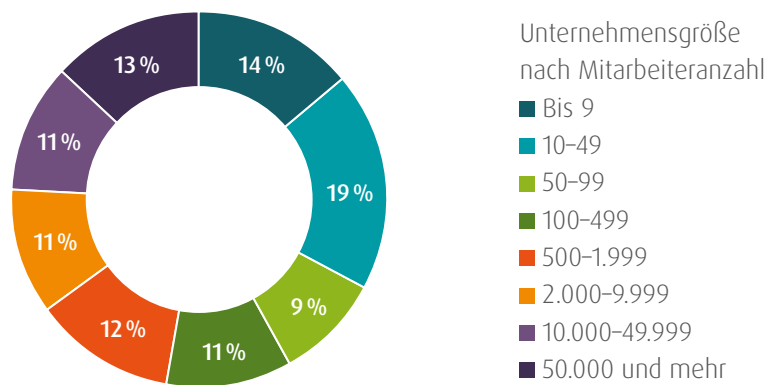
Zusammenfassung und Ausblick

Unsere Gespräche und Analysen zeigen, dass es das perfekte Büro im Sinne eines Standardkonzepts, das für jedes Unternehmen gleichermaßen anwendbar ist („One size fits all“), nicht geben wird. Die Ergebnisse deuten aber darauf hin, dass Arbeitsumgebungen flexibler, offener, grüner und komfortabler werden – und sich wirtschaftlich rechnen müssen.

Arbeitgeber mit flexiblen Bürokonzepten wie Multispaces haben eine höhere Arbeitgeberattraktivität. Das gilt für Unternehmen verschiedenster Größenklassen vom kleinen Start-up mit weniger als zehn Mitarbeitern bis hin zum Konzern mit mehr als 50.000 Beschäftigten. Entscheidend ist, dass die Konzepte zur Unternehmenskultur passen.¹ Gerade große Unternehmen werden verstärkt differenzierte Konzepte anbieten, um den unterschiedlichen Segmenten, Tätigkeitsprofilen, Mitarbeiterarten und Arbeitsanforderungen gerecht werden zu können. Lange, dunkle Flure mit tristen Einzelbüros werden wir aller Voraussicht nach dann nicht mehr vorfinden.

Innovative Büros können zum Wettbewerbsvorteil im War for Talent werden. Richtig konzipiert werden sie ein Marktplatz des Wissens und der Zusammenarbeit, in dem wertvolle Produkte entstehen: Strategien, Pläne, Analysen und Konzepte. Innerhalb der nächsten zehn Jahre muss die Hälfte der Flächen in Unternehmensimmobilien modernisiert oder ersetzt werden,² um die Bedürfnisse der Mieter zu erfüllen – eine echte Chance für Future Offices.

Multispace in allen Unternehmensgrößen



Quelle: Haner, U.-E., und Wackernagel, S. (2018): ORGATEC Sonderbericht zur Studie „Wirksame Büro- und Arbeitswelten“ – Erfolgsfaktoren für eine wirksame Gestaltung von Büro- und Arbeitswelten, Stuttgart: Fraunhofer IAO, Seite 9; http://publica.fraunhofer.de/eprints/urn_nbn_de_0011-n-5198973.pdf, Abruf vom 16.12.2019.

1 Quelle: Haner, U.-E., und Wackernagel, S. (2018): ORGATEC Sonderbericht zur Studie „Wirksame Büro- und Arbeitswelten“ – Erfolgsfaktoren für eine wirksame Gestaltung von Büro- und Arbeitswelten, Stuttgart: Fraunhofer IAO, Seite 9; http://publica.fraunhofer.de/eprints/urn_nbn_de_0011-n-5198973.pdf, Abruf vom 16.12.2019.

2 https://www.zia-deutschland.de/fileadmin/Redaktion/Meta_Service/PDF/ZIA_Kommunikationspapier_lowres.pdf, Abruf vom 16.12.2019.

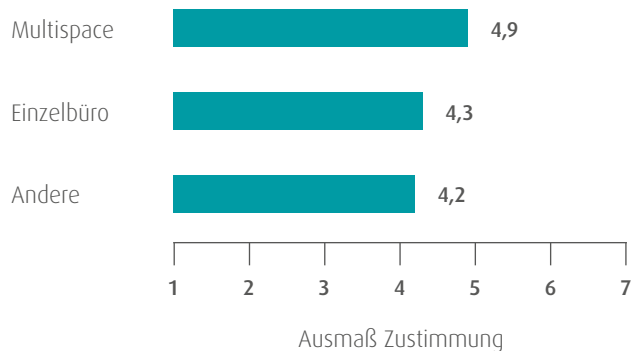


»Auch wenn die Entwicklung in deutschen Büros langsam voranschreitet: Viele unserer Mieter setzen verstärkt auf neue Bürokonzepte. Für die Zukunft erwarten wir, dass hier durch Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung eine noch stärkere Dynamik entsteht, aus einfachen Standardbüroflächen zukunftsstarke und wettbewerbsfähige Arbeits- und Lebensräume zu schaffen, die zur jeweiligen Unternehmenskultur passen.«

Michael Stüber

Head of Asset und Portfolio Management Real Estate, Wealthcap¹

Arbeitgeberattraktivität nach Büroformen im Vergleich



Quelle: Haner, U.-E., und Wackernagel, S. (2018): ORGATEC Sonderbericht zur Studie „Wirksame Büro- und Arbeitswelten“ – Erfolgsfaktoren für eine wirksame Gestaltung von Büro- und Arbeitswelten, Stuttgart: Fraunhofer IAQ, Seite 18; http://publica.fraunhofer.de/eprints/urn_nbn_de_0011-n-5198973.pdf, Abruf vom 16.12.2019.

¹ Wealthcap Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH.

Impressum und ergänzende Hinweise

Stand

05.02.2020 (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

Weitere interessante Artikel finden Sie in unserem Research-Portal unter expertise.wealthcap.com

