

HONOURS THESIS

Titel

Analyse des globalen und regionalen Coworking Trends sowie quantitative Evaluation der Arbeitsplatzzufriedenheit unter Wiener Selbstständigen zwischen privaten Home Offices und kommerziellen Coworking Spaces.

Hypothese

Wiener Selbstständige, die in einem Coworking Space arbeiten, weisen eine höhere Zufriedenheit mit ihrem Arbeitsplatz auf als jene, die im eigenen Home Office arbeiten.

Module Name:	Major Project
Module Number:	SAE 610
Course:	BA1115
Date Submitted:	10.10.2016
Award Name:	Bachelor of Arts (Hons.), Web Development
Year:	2015/2016
Name:	Philipp Doblhoff
City:	Vienna
Country:	Austria
Module Leader:	Mag. phil. Barbara Zach
Wordcount:	12.800
Weighting:	100% theoretical

Hiermit bestätige ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken (dazu zählen auch Internetquellen) entnommen sind, wurden unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Wien, 08.10.2016

Philipp Doblhoff

In der vorliegenden Arbeit werden die Bezeichnungen [Entwickler, Administrator, Benutzer, Autor, Redakteur] – soweit nicht explizit angegeben – für beide Geschlechter verwendet, wobei diese Verkürzung einzig und allein auf eine Erleichterung des Leseflusses abzielt.

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	6
1.1	Problemstellung	6
1.2	Zielsetzung	6
1.3	Hypothese	7
1.4	Forschungsfragen	7
1.5	Abgrenzung der Arbeit	8
1.6	Industrierelevanz & Zielgruppe	8
1.6.1	Arbeitgeber	8
1.6.2	Coworking Spaces	8
1.6.3	Selbstständige	9
1.7	Weiterführende Studien	9
1.8	Persönliche Motivation	9
2	AKTUELLER STAND DES WISSENS	11
2.1	Begriffsdefinitionen	11
2.1.1	Coworking Spaces	11
2.1.2	Selbstständigkeit	12
2.2	Coworking	13
2.2.1	Vor- und Nachteile der Arbeitsform	13
2.2.2	Entwicklung des Coworking Trends	14
2.2.3	Coworking Landschaft in Wien	17
2.2.4	Aktuelle Studien zum Thema Coworking	19
2.3	Zufriedenheit am Arbeitsplatz	26
2.4	Identifikation der Wissenslücke	28
3	METHODIK	30
3.1	Begründung der Erhebungsmethode	30
3.1.1	Interview	30
3.1.2	Umfrage	32
3.1.3	Denkbare Alternativen	34
3.2	Validierungsmöglichkeiten durch externe Studien	34
4	DURCHFÜHRUNG	35
4.1	Zeitplan	35
4.2	Verwendete Software	36
4.3	Interview	36
4.3.1	Vorläufige Auswahl der Fragestellung	36
4.3.2	Ablauf	39
4.4	Umfrage	40
4.4.1	Allgemeine Informationen für die Probanden	40
4.4.2	Vorläufige Auswahl der Fragen	41
4.4.3	Ablauf	44

4.4.4	Gewinnspiel	44
4.5	Pretest	45
5	ERGEBNISSE	46
5.1	Interviews	46
5.1.1	Interview 1 – Stefan Leitner Sidl von „Schraubenfabrik“	46
5.1.2	Interview 2 – Mike Pöll von „Rochuspark“	48
5.1.3	Auswertung der Interviews	49
5.2	Umfrage	50
5.2.1	Gruppe Coworking.....	54
5.2.2	Gruppe Home Office.....	64
5.2.3	Vergleich der beiden Gruppen	68
6	ZUSAMMENFASSUNG	76
6.1	Literaturverarbeitung	76
6.2	Die eigenen Forschungsergebnisse	77
6.2.1	Qualitative Interviews	77
6.2.2	Quantitative Umfrage.....	77
6.3	Kritische Reflexion der Arbeit	82
6.3.1	Analyse der Coworking Situation in Wien	82
6.3.2	Auswahl der Fragen	82
6.3.3	Einschränkung der Probanden	82
6.3.4	Stichprobenfehler.....	83
6.3.5	Verfälschung durch Gewinnspiel	83
6.3.6	Bevölkerungsquerschnitt.....	83
6.3.7	Visuelle Darstellung der Rohdaten	84
6.3.8	Mehr Experteninterviews	84
6.4	Vorschläge für weiterführende Forschungen	84
6.5	Zukunftsprognose	85
7	ANHANG	86
7.1	Literaturverzeichnis.....	86
7.1.1	Bücher	86
7.1.2	Internet.....	87
7.2	Abbildungsverzeichnis.....	88
7.3	Tabellenverzeichnis	90
7.4	Kopien.....	91
7.4.1	Interviewbogen	91
7.4.2	Umfragebogen.....	91
7.4.3	Interview Angaben	91
7.4.4	E-mail Interview Anfrage	91
7.4.5	Auflistung Coworking Spaces Wien	91

1 EINLEITUNG

1.1 Problemstellung

Das Forschungsfeld „Zufriedenheit am Arbeitsplatz“ wurde in der Vergangenheit sowohl global, als auch in Bezug auf Österreich im Rahmen diverser Studien bereits eingehend thematisiert. Im Fokus dieser Studien standen allerdings primär Fragestellungen, die sich mit der Zufriedenheit von Arbeitnehmern im unternehmenseigenen Arbeitsumfeld beschäftigen.

Durch die Globalisierung der Arbeitswelt und der Etablierung innovativer Kommunikationstechnologien wird dezentrales Arbeiten in der Kreativbranche immer verbreiteter. Viele Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern an, zeitlich flexibel und ortsunabhängig ihrer Tätigkeit nachzugehen. Des Weiteren stellt der Schritt in die Selbstständigkeit für immer mehr Menschen eine Alternative zu einem konventionellen Angestelltenverhältnis dar.

Da der kollaborative Arbeitstrend Coworking allerdings als vergleichsweise recht neu einzustufen ist und demnach bis dato nur sehr wenige wissenschaftlich fundierte Daten existieren, möchte der Autor mit dieser Arbeit versuchen, neue Erkenntnisse in diesem Bereich zu erlangen.

1.2 Zielsetzung

Im Laufe der Konzeptionsphase hat sich der Fokus der Arbeit sukzessive verlagert. Anfänglich war geplant, primär das Thema der Produktivität am Arbeitsplatz zu behandeln und die Zufriedenheit nur peripher zu tangieren. Bei näherer Überlegung hat sich allerdings herausgestellt, dass die Erforschung der Produktivität mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen nur begrenzt realisierbar ist. Daher liegt der Fokus der Arbeit nun bei der subjektiven Wahrnehmung der Zufriedenheit am Arbeitsplatz.

Im Rahmen dieser Arbeit versucht der Autor aktuelle Erkenntnisse über kollaborative Arbeitsumfelder zu gewinnen. Im Mittelpunkt steht dabei der direkte Vergleich zwischen kommerziellen Coworking Spaces und privater Home Offices.

Neben der Evaluation verschiedener Anforderungen und Bedürfnisse von Selbstständigen sollen zudem Faktoren für einen gesunden und produktiven Arbeitsplatz analysiert und deren subjektive Gewichtung in der Zielgruppe untersucht werden.

Als Grundlage für eine online Umfrage unter selbstständigen Personen in Wien dienen neben der Recherche einschlägiger Literatur mehrere strukturierte Experteninterviews mit Betreibern von Coworking Spaces.

1.3 Hypothese

Wiener Selbstständige, die in einem Coworking Space arbeiten, weisen eine höhere Zufriedenheit mit ihrem Arbeitsplatz auf als jene, die im eigenen Home Office arbeiten.

1.4 Forschungsfragen

Neben der Verifizierung der Hypothese sollen Antworten auf folgende Forschungsfragen gefunden werden:

- Was ist Coworking und welche Formen gibt es?
- Wie hat sich der Trend des Coworking global entwickelt?
- Wie sieht die aktuelle Situation in Wien aus?
- Welche Kriterien charakterisieren ein angenehmes Arbeitsumfeld?
- Existieren Unterschiede in der subjektiven Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz zwischen Coworking und Home Office hinsichtlich verschiedener Kriterien?
- Stufen Betreiber und Kunden von Coworking Spaces die Relevanz einzelner Aspekte eines zufriedenstellenden Arbeitsumfeldes gleichermaßen ein?
- Steht die Größe von Coworking Spaces in Zusammenhang mit der Zufriedenheit der Mitglieder?
- Gibt es branchenspezifische Unterschiede?
- In welchen Branchen ist Coworking verbreitet?

1.5 Abgrenzung der Arbeit

Wie eingangs erwähnt liegt der Fokus der Arbeit primär auf der subjektiven Wahrnehmung von Zufriedenheit am Arbeitsplatz und reduziert sich auf den Vergleich zwischen kommerziellen Coworking Spaces und privaten Home Offices. Konventionelle Großraumbüros oder die Arbeitssituation im öffentlichen Raum oder Kaffehäusern werden in die Untersuchung nicht einbezogen. Die inhaltliche Zufriedenheit mit der beruflichen Tätigkeit sowie die individuelle Anforderungsanalyse einzelner Branchen sind ebenfalls nicht Teil der Arbeit.

1.6 Industrierelevanz & Zielgruppe

Die im Rahmen dieser Arbeit erzielten Erkenntnisse schließen aktuelle Wissenslücken in verschiedenen Bereichen.

1.6.1 Arbeitgeber

Da der Fokus der Arbeit bewusst auf keine spezielle Branche gelegt worden ist, können Arbeitgeber aus unterschiedlichen Berufsfeldern wertvolle Erkenntnisse für die Gestaltung eines zufriedenstellenden Arbeitsumfeldes für ihre Mitarbeiter gewinnen. Ebenso könnten die Erkenntnisse als Entscheidungsgrundlage dienen, angestellten Mitarbeiter den flexiblen Zugang zu Coworking Spaces zu ermöglichen. Dadurch könnten unternehmenseigene Büroflächen eingespart werden und man würde auf diese Weise dem Wunsch der Mitarbeiter nach zeitlich flexibler und ortsungebundener Arbeit entgegenkommen.

1.6.2 Coworking Spaces

Betreiber von Coworking Spaces können bei der Konzeption ihres Geschäftsmodells sowie bei der Gestaltung der Büroräumlichkeiten auf aktuelle und lokale Erkenntnisse betreffend der Anforderungen und subjektiven Gewichtung verschiedener Bedürfnisse der Zielgruppe zurückgreifen. Darunter fallen nicht nur große kommerzielle Spaces, sondern auch kleinere Agenturen oder Vereinigungen von Selbstständigen, die regelmäßig gemeinsam an Kundenprojekten arbeiten.

1.6.3 Selbstständige

Auf Grund der Tatsache, dass in der Webbranche der Schritt in die Selbstständigkeit mit geringen Markteintrittsbarrieren verbunden ist und die meisten Arbeitsschritte weitgehend dezentral erledigt werden können, stellen Coworking Spaces für diese Zielgruppe eine interessante Alternative zum privaten Home Office dar. (Schellmoser, 2013, S. 13)

Über online Vermittlungsplattformen für Freelancer, wie beispielsweise upwork.com, wird das online basierte Akquirieren und Realisieren von Kundenprojekten immer einfacher. Der Begriff „Digital Nomade“ und der damit verbundene „Work & Travel“ Lifestyle ist vor allem in der Kreativbranche mittlerweile relativ weit verbreitet. Zahlreiche Designer, Journalisten und Programmierer berichten regelmäßig in diversen Blogs über diesen flexiblen Lebensstil.

Da für die Wiener Coworking Branche bis dato so gut wie keine wissenschaftlich fundierten Rechercheergebnisse existieren, stellt die Analyse des regionalen Angebots eine hilfreiche Entscheidungsgrundlage für Selbstständige dar, die sich für diese Form des kollaborativen Arbeitens interessieren.

1.7 Weiterführende Studien

Die Arbeit ist auch eine Grundlage für weiterführende Studien in ähnlichen Forschungsfeldern. Eine ausführliche Studie über die Produktivität in Coworking Spaces könnte auf einige der in dieser Forschungsarbeit erlangten Erkenntnisse zurückgreifen. Ein detaillierter Ausblick sowie Vorschläge für weiterführende Untersuchungen sind im Kapitel „Zusammenfassung“ zu finden.

1.8 Persönliche Motivation

Der Autor ist seit 5 Jahren selbstständig als Webentwickler tätig und arbeitet primär von zu Hause aus. Um die allgegenwärtigen Ablenkungen durch häusliche Pflichten sowie die soziale Isolation während der Arbeit zu reduzieren und sich stärker mit der lokalen Community zu vernetzen, hat sich der Autor in der jüngeren Vergangenheit in verschiedene Coworking Spaces eingemietet um dort seiner beruflichen Tätigkeit nachzugehen.

Durch persönliche Erfahrungen und zahlreiche Gespräche begann der Autor sich zunehmend für die verschiedenen Aspekte des Themas Coworking zu interessieren. Neben der Intention, das eigene Arbeitsumfeld besser zu gestalten, plant der Autor selbst einen Coworking Space für Selbstständige in der Webbranche zu etablieren.

Daher widmete sich der Autor in der Vergangenheit bereits im Rahmen mehrerer Prüfungsaufgaben am SAE Institute intensiv den verschiedenen Facetten des Themas Coworking. Dazu zählen

- Marketingkonzept (Modul 502 „Marketing, Promotion & Publicity“)
- Businessplan (Modul 601 „Business Planung & Management“)
- Artikel (Modul 502 „Industry Perspectives & Issues“)

Die im Rahmen der Honours Thesis gewonnen Erkenntnisse liefern eine ergänzende, wissenschaftlich fundierte Grundlage für die spätere Konzeption eines Coworking Spaces, welche den individuellen Bedürfnissen und Anforderungen der Zielgruppe gerecht wird.

Zudem möchte der Autor ein Informationsportal zum Thema Coworking in Form eines Blogs betreiben. Durch das im Rahmen dieser Forschungsarbeit gewonnene Wissen sowie der Publikation der Arbeit möchte sich der Autor als Experte in diesem Themengebiet positionieren.

2 AKTUELLER STAND DES WISSENS

2.1 Begriffsdefinitionen

In diesem Kapitel werden die für die folgende Forschung relevanten Begriffe definiert. Dazu zählen „Coworking“ und „Selbstständigkeit“.

2.1.1 Coworking Spaces

Grundsätzlich kann zwischen 3 verschiedenen Ausprägungsformen von Coworking Spaces unterschieden werden (Shared Spaces, 2016).

Coworking Space

Unter dem klassischen Begriff „Coworking Space“ werden kommerziell betriebene Büroräumlichkeiten verstanden, in die sich einzelne, voneinander unabhängige Personen einmieten um in einem professionellen Umfeld ihrer beruflichen Tätigkeit nachgehen zu können. Die Kosten werden entweder auf stunden- tages- wochen- oder monatsbasis abgerechnet. In diesem Mietpreis sind meist Platzmiete, Heizung, Strom, Reinigung, Versicherung und ein Internetanschluss inkludiert. Je nach Anbieter können auch noch zusätzliche Leistungen in Anspruch genommen werden. Zu diesen zählen beispielsweise ein weiterer Bildschirm, ein Schließfach, die Benützung eines Konferenzraums sowie eine eigene Postadresse mit Weiterleitungsdienst.

Open Space

Open Spaces hingegen weisen eine geringere Infrastruktur und Organisation auf und werden kollektiv von den aktuellen Mitgliedern selbst geleitet. Hier werden meist nur die Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt. Was darin konkret geschieht entscheiden die jeweiligen Mitglieder.

Office Space / Shared Office

Unter einem Shared Office oder Office Space versteht man die Vermietung eines nicht benötigten Arbeitsplatzes in einem regulären Büro eines Unternehmens.

In dieser Arbeit liegt der Fokus auf „Coworking Spaces“. Open Spaces und Shared Offices werden bei der Studie nicht berücksichtigt.

2.1.2 Selbstständigkeit

Unter den Begriffen „Selbstständig“ oder „Freelancing“ fallen eine Reihe unterschiedlicher Arbeitskonstellationen. Für eine 2015 im Amerika durchgeführte Studie der „Freelancers Union“ zum Thema wurde zwischen folgenden 5 Kategorien differenziert (Freelancers Union, 2015):

Independent Contractor

Darunter wird der „klassische“ Freiberufler verstanden, der keine Anstellung hat und hauptberuflich temporären und projektbasierten Tätigkeiten nachgeht.

Moonlighter

Selbstständige, die parallel zu einem traditionellen Angestelltenverhältnis in ihrer Freizeit zusätzliche Tätigkeiten erbringen. Beispielsweise ein Webdesigner, der einerseits in einer Agentur angestellt ist, andererseits abends noch kleinere Aufträge für externe Auftraggeber erledigt.

Diversified Worker

Personen, die ihr regelmäßiges Einkommen aus unterschiedlichen Quellen beziehen. Als Beispiel für diese Kategorie könnte man einen teilzeitangestellten Rezeptionisten anführen, der nebenbei für Uber fährt und über ein online Portal Sprachunterricht gibt.

Business Owner

In diese Kategorie fallen Kleinunternehmer mit ein bis fünf Angestellten, die sich nach eigenen Angaben selbst sowohl als Freelancer, als auch als Unternehmer bezeichnen.

Temporary Worker

In die Gruppe fallen Personen, die nur einen Arbeitgeber haben, mit dem sie auf temporärer Basis kooperieren.

Für diese Arbeit zählen alle fünf Ausprägungsformen der Selbstständigkeit.

2.2 Coworking

2.2.1 Vor- und Nachteile der Arbeitsform

Um die in späterer Folge beschriebene Entwicklung des Coworking Trends nachvollziehen zu können, müssen zunächst die mit diesem Arbeitstrend verbundenen Vor- und Nachteile untersucht werden.

2.2.1.1 Vorteile

Ramon Suarez beschreibt in seinem 2014 erschienenen Buch „Coworkinghandbook“ folgende Vorteile des gemeinschaftlichen Arbeitstrends (Suarez, 2013, S.54).

- Hilfe bei Problemstellungen
- Regelmäßiges Netzwerken
- Konstruktives Feedback
- Knüpfen neuer Kontakte
- Räumliche Trennung zwischen Beruf & Privat
- Professionelle technische Infrastruktur ermöglicht günstige Mitbenutzung selten benötigter Technik (Scanner, Tablets, Aktenvernichter)
- Meetingräume für Kundengespräche
- Professionelles Umfeld
- Höhere Produktivität & Effizienz
- Höheres Selbstbewusstsein
- Inspiration
- Bessere Lage
- Geregelte Arbeitszeiten
- kosteneffiziente Preismodelle
- angenehmes Arbeitsklima

2.2.1.2 Nachteile

Den Vorteilen stehen folgende Nachteile gegenüber. (Eli, 2013)

- Höhe Kosten gegenüber Home Office
- Längere Wegzeiten
- Konzentrationsschwierigkeiten durch akustisch / visuelle Ablenkung
- Die Notwendigkeit, gesellschaftsfähige Kleidung zu tragen
- Häufiger Wechsel des Umgebungsstils und der anderen Arbeitspartner
- Mangelnder Datenschutz durch räumliche Offenheit
- Aufgeschlossene Persönlichkeit erforderlich

2.2.2 Entwicklung des Coworking Trends

In diesem Kapitel wird die Entwicklung des Coworking Trends anhand unterschiedlicher Quellen analysiert. Laut den wöchentlich aktualisierten Statistiken von coworkingmap.org wurden zwischen 1989 und 2016 weltweit 895 Coworking Spaces in 82 Ländern eröffnet. Diese weisen in Summe eine Gesamtkapazität von rund 40.000 Arbeitsplätzen auf. Wie in den beiden nachfolgenden Abbildungen ersichtlich, steigt die Anzahl der Coworking Spaces seit etwa 2009 stark an.

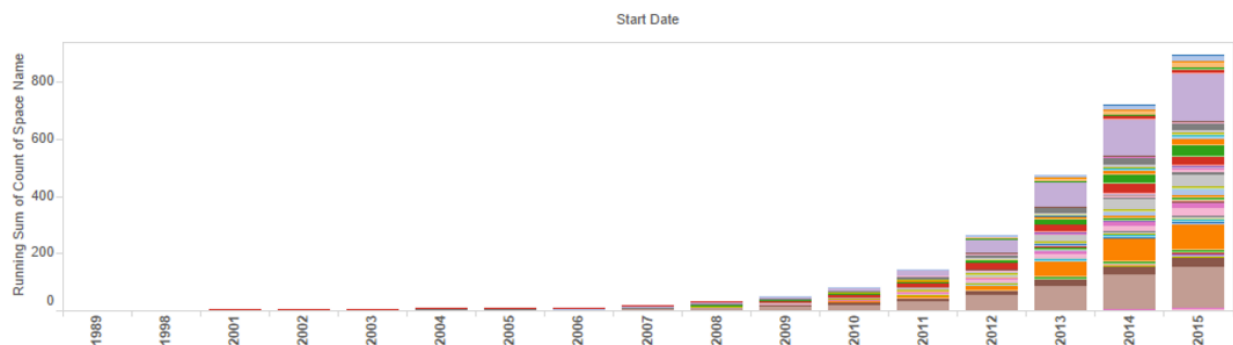


Abbildung 1: Anzahl Coworking Spaces weltweit. Quelle: <http://coworkingmap.org/stats/>. Zugriff: 30.5.2016

Opening new spaces



Abbildung 2: Entwicklung Neueröffnungen Coworking Spaces weltweit. Quelle: <http://coworkingmap.org/stats/>. Zugriff: 30.5.2016

Die meisten registrierten Coworking Spaces befinden sich in Brasilien, gefolgt von den vereinigten Staaten und Spanien. Österreich liegt weltweit auf Platz 25.

Total by Country



Total by City

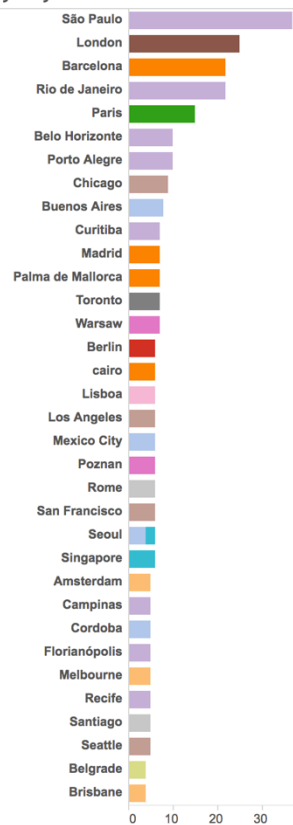


Abbildung 3: Anzahl Coworking Spaces nach Land & Stadt. Quelle: <http://coworkingmap.org/stats/>. Zugriff: 30.05.2016

Das steigende Interesse am Thema Coworking bzw. die damit verbundene Nachfrage spiegelt sich unter anderem in der Anzahl verschiedener Suchbegriffe bei Google wieder. Über die Google-Trend Analyse für die Suchbegriffe „Coworking“ und „Coworking Space“ ergab sich weltweit und deutschlandweit folgende Entwicklung.

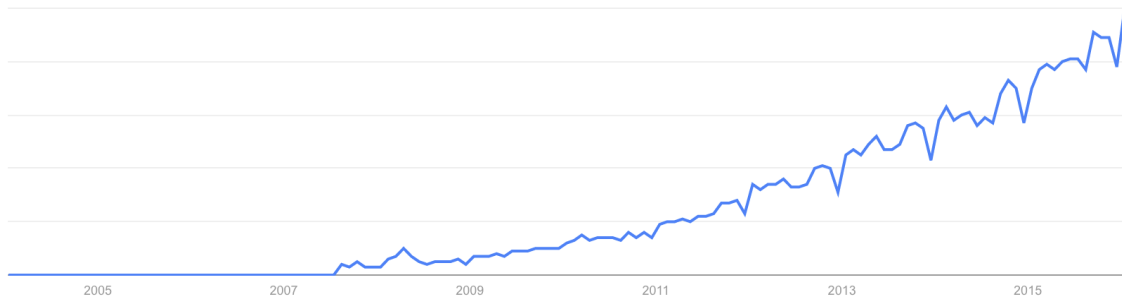


Abbildung 4: Google Suchtrend weltweit für "Coworking"



Abbildung 5: Google Suchtrend in Deutschland für "Coworking"

Da das Suchvolumen für diese Begriffe im Raum Österreich zu gering ist, werden von Google leider keine Daten für diese Region bereitgestellt.

2.2.3 Coworking Landschaft in Wien

Verglichen mit den europäischen Coworking-Metropolen Berlin und London fällt das Angebot an professionellen Coworking Spaces in Wien derzeit noch überschaubar aus. (Wirtschaftsblatt, 2016). Im Rahmen einer Angebotsanalyse hat der Autor eine Auflistung der 30 größten Coworking Spaces (Fläche und Anzahl der Arbeitsplätze) in Wien erstellt. Die Informationen aus dieser Auflistung stammen von den jeweiligen Internetpräsenzen der Spaces oder den offiziellen Facebook-Seiten. Vereinzelt wurden Informationen auch direkt von den Betreibern eingeholt. Die vollständige Liste inklusive weiterer Informationen findet sich im Anhang.

	Preis (€)			Modalitäten		Größe		Unternehmen		
Name	Stunde	Tag	Monat	Kaution*	Frist**	Plätze	m²	Alter	USP	PLZ
Coworking Wien	2,5	15	200			5	80 m²	2014		2
Herminengasse1			275	5		5			Art	2
Deepinterface			195						Architektur & Design	4
Cocoquadrat			200					2015	Cafe, App	4
Aliceblue			250			7	180 m²	2010	Atelier, Fotostudio	4
Meins01			250	3	1					6
Neno Offices	5		340					2012	edel	6,1
Synergy 7			250	1	1	12	150 m²		Innenhof, Studio	7
Loffice Coworking		50	250			12	155 m²	2011		7
Gemeinschaftsbuero			190	2	3		170 m²	2008		8
Basis08		20	240							8
Seesterm Aspern			205			12	175 m²	2015		22
Cyberhouse			300							10
Yurp Coworking			175						altes Kino	14
Stockwerk		15	250			55			Eventspace	15
Funkensprung			270							2,3,6
Cospace		25	260						Netzwerk von Spaces	6,7,15
Das Kommod			235	1	2		136			

							m ²			
Impact Hub	3,5		250			150	1200 m ²	2010	Network	7
Schraubenfabrik			275			50	1000 m ²	2002	Foodcoop	2
Rochuspark			270			50	1000 m ²	2007		3
Talentflow	2,5		200			80		2015		2
Sektor5		15	170						Community, Events	5
Zur goldenen Forelle			300							14
Business Center			220							19
Paradocks								2016		3
Treibhaus 1010								2016		1
Schreygasse			300	2 MM						2
Durchschnitt	3	23	242	2,4	1,75	40	425	5		

Tabelle 1: Auflistung etablierter Coworking Spaces in Wien

Mit 1.200 m² Nutzfläche und 150 Arbeitsplätzen ist der Impact Hub der größte Coworking Space in Wien. Die Schraubenfabrik und der Rochuspark zählen mit rund 1.000 m² und 50 Arbeitsplätzen ebenfalls zu den großen Spaces. Zu den ältesten Spaces zählen die Schraubenfabrik (2002) und der Rochuspark (2007). Diese beiden sind die einzigen, die vor 2010 gegründet worden sind. Die durchschnittliche Monatsmiete liegt bei 240 €. Tagestickets kosten in etwa 23 €.

Bei den meisten Spaces muss keine Kautions eingezahlt werden und Kündigungsfristen zählen ebenfalls zur Ausnahme.

Betreffend der geografischen Verteilung der Coworking Spaces lässt sich feststellen, dass im 2. Bezirk mit 6 Spaces am meisten Angebote angesiedelt sind, gefolgt vom 6. und 7. Bezirk.

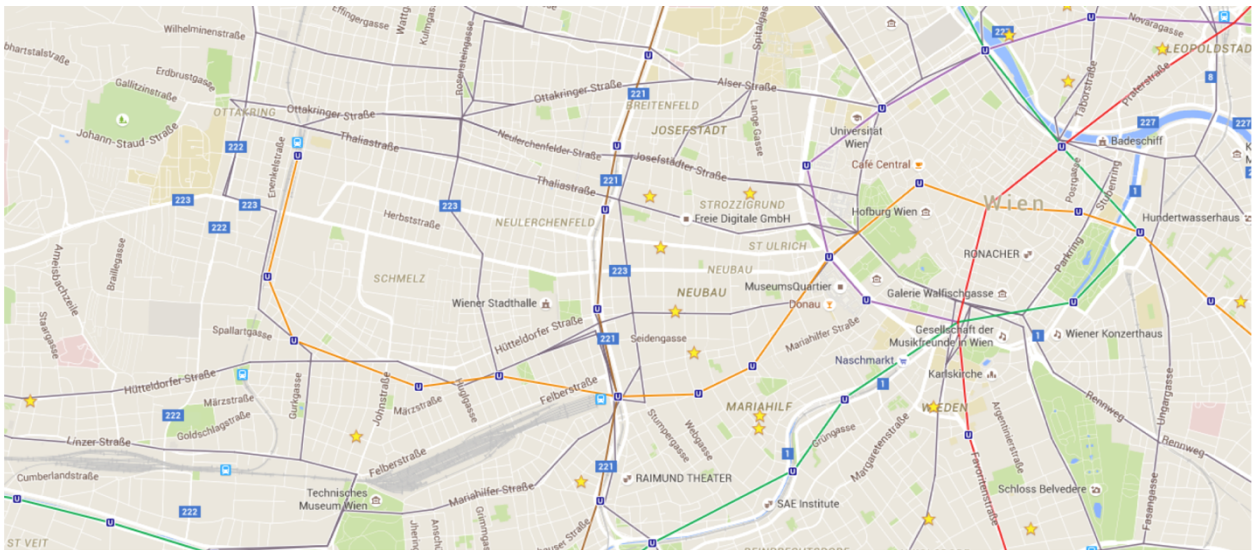


Abbildung 6: Geografische Verteilung Coworking Angebote Wien

2.2.4 Aktuelle Studien zum Thema Coworking

In diesem Kapitel werden aktuelle Studien zum Thema Coworking zusammengefasst. Dadurch soll einerseits eine Wissenslücke in dem Forschungsfeld aufgezeigt werden. Andererseits können die exzerpierten Erkenntnisse möglicherweise in späterer Folge zur Validierung der eigenen Studie herangezogen werden.

2.2.4.1 Deskmag Coworking Survey (2015, n=100 Betreiber, Global)

Die vom deskmag im November 2015 publizierte Umfrage „Global Coworking Survey“ enthielt über 300 Fragen und wurde weltweit bei über 100 Betreibern aktiver Coworking Spaces durchgeführt. Diese Studie wird seit 2011 jährlich durchgeführt. Da stets ähnliche Fragen gestellt werden und die Auswertung in etwa gleich verläuft, lassen sich die Daten sehr gut miteinander vergleichen, wodurch ein klarer Trend identifiziert werden kann.

Für das Jahr 2015 wurden folgende Daten erhoben:

Spaces

- Aktuell existieren weltweit rund 7.800 Coworking Spaces. Im Jahr 2013 waren es noch 3.400.
- Durchschnittlich verzeichnet jeder Coworking Space um 30 % mehr Mitglieder als noch vor zwei Jahren
- Die Anzahl der Coworking Spaces ist innerhalb der letzten 12 Monate um 36 % gestiegen
- Ein Coworking Space ist durchschnittlich 32 Monate alt
- Die durchschnittliche Bewertung von Coworking Spaces durch ihre Mitglieder liegt bei 8,38 / 10.
- 82 % der Coworking Spaces werden vom Betreiber gemietet.
- Die durchschnittliche Mietdauer beträgt 53 Monate
- 1 von 4 Spaces musste bereits mindestens 1 Mal Standort wechseln.

Betreiber

- 33 % der Betreiber waren der Meinung, dass andere Coworking Spaces in ihrer Umgebung ihrer Einschätzung nach ziemlich profitabel laufen
- 27 % der Betreiber planen im Jahr 2016 mehr Plätze anzubieten und die verfügbare Fläche zu erweitern. 12 % möchten in einen größeren Standort wechseln, 35 % möchten einen weiteren Standort eröffnen und 31 % haben keine Expansionspläne
- 65 % der Betreiber gehen noch anderen Tätigkeiten nach, 30 % arbeiten Vollzeit als Betreiber des Spaces.
- Die Motivationsgründe der Betreiber, einen Coworking Space zu gründen bzw. zu betreiben sind wie folgt ausgefallen:
 - 73 % möchten mit anderen Menschen verbunden sein
 - 67 % mögen die Coworking Bewegung
 - 67 % möchten die Work-Life Balance anderer Menschen verbessern
 - 29 % sehen es als gute Gelegenheit, neue Kunden zu finden
- 27 % sind der Meinung, es gibt aktuell zu wenige Coworking Spaces in ihrer Region. 14%, dass es gibt zu viele gibt und 58 % genau die richtige Anzahl.

Coworker

- Weltweit gibt es über 510.000 aktive Coworker. 2014 waren es noch 290.000.
- 67 % der aktuellen Mitglieder planen nicht im nächsten Jahr den Space zu verlassen. 18 % gaben an, noch mindestens ein weiteres Jahr zu bleiben. 12 % für mindestens 3 weitere Monate und 3 % planen nach dem aktuellen Monat den Space zu verlassen.
- 7 % der Coworker sind der Meinung, dass beinahe alle anderen Mitglieder im Space ihren Vornamen kennen.
- 51 % würden ihr Smartphone immer unbeaufsichtigt im Space liegen lassen ohne Angst zu haben, dass es gestohlen werden könnte.
- 78 % der Mitglieder arbeiten im open Workspace Bereich des Spaces. 12 % in einem dedizierten Team Office. 5 % in einem persönlichen Bereich des Spaces.
- 73 % arbeiten mindestens 3x pro Woche in dem Space. 44 % kommen täglich.
- 11 % haben einen limitierten Monatspass, mit einer begrenzten Anzahl an Tagen im Monat.
- 85 % geben an, auch manchmal außerhalb des Coworking Spaces zu arbeiten.
- Auf die Frage, wie stark sich die Coworker als Teil der Community im Space sehen, wurden folgende Angaben gemacht:
 - 29 % Sehr stark
 - 41 % Stark
 - 21 % Mittel
 - 05 % Nicht stark
 - 02 % Gar nicht
 - 02 % keine Angabe
- Die Frage, was sich die einzelnen Mitglieder von anderen Mitgliedern erwarten, ergab folgende Ergebnisse:
 - 75 % Gewöhnlichen Small Talk
 - 68 % Teilen von Wissen
 - 66 % Genießen von Gesellschaft
 - 60 % Brainstorming und Teilen von Ideen
 - 55 % Möglichkeiten für neue Jobs oder Projekte teilen
 - 54 % Teilen von Kontakten
 - 50 % kurzfristige Hilfe

2.2.4.2 Der Arbeitsplatz der Zukunft (2016, n=1000, Schweiz)

In der von der Beratungsagentur Deloitte durchgeführten Studie wurden Trends in der Schweizer Arbeitswelt und die daraus resultierenden Auswirkungen auf den Arbeitsplatz der Zukunft untersucht. Dafür wurden zwischen Dezember 2015 und Januar 2016 persönliche Interviews mit Experten aus über 13 verschiedenen Unternehmen durchgeführt. Dazu zählten unter anderem Coworking Switzerland, die Schweizerische Post, Microsoft Schweiz und die Züricher Kantonalbank. In Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut „Research Now“ wurde zudem eine nach Geschlecht, Alter und Region repräsentative Umfrage unter 1.000 Schweizern durchgeführt. Gemeinsam mit dem Verband Coworking Switzerland wurden weitere 38 Betreiber Schweizer Coworking Spaces befragt.

Die zusammengefassten Ergebnisse der Studie fielen wie folgt aus:

Künftiges Arbeiten erfolgt mobil und ortsungebunden

Die zunehmende Bedeutung des Dienstleistungssektors hat zur Folge, dass es immer mehr Menschen möglich sein wird, mobil ihrer Arbeit nachzugehen. Die Hälfte aller Befragten hat das Potenzial, ortsunabhängig zu arbeiten.

Die Arbeitskräfte der Zukunft sind selbstständig

In der Schweiz gehen rund 25 % der Befragten im erwerbstätigen Alter temporär projektbasierten Arbeiten nach. Ein Drittel der restlichen 75 % plant, dies in den kommenden 12 Monaten zu tun. Die Sharing Economy gewinnt zunehmend an Bedeutung. Auf diversen Onlineplattformen werden unterschiedliche Dienstleistungen flexibel und kurzfristig an nachfragende Unternehmen oder Privatpersonen angeboten. Das Vermittlungsportal „Upwork“ vermittelt nach eigenen Angaben derzeit über 10 Millionen Freelancer an rund 4 Millionen Nachfragende (Upwork, 2016).

Eine aktuelle Untersuchung in den USA zeigt, dass 34 % der Amerikaner als Freelancer tätig sind. Die Definition von Freelancer umfasst hier allerdings nicht nur hauptberufliche Selbstständige, sondern auch jene, die parallel zu einem angestellten Verhältnis zusätzlich arbeiten nachgehen. Laut einem Report von Intuit wird dieser Anteil bis 2020 auf 40 % anwachsen. (Statistik Schweiz, 2015)

Home Office auf dem Vormarsch

Der fixe Arbeitsplatz verliert zunehmend an Bedeutung. Aktuell arbeiten rund 30 % aller Schweizer zumindest 5 Stunden in der Woche zu Hause. Von den restlichen 70 % würde dies gerne ein Drittel in Zukunft tun.

Kunden von Coworking Spaces

Der Delloite Studie zu Folge verteilt sich die Nachfrage nach Arbeitsplätzen in Schweizer Coworking Spaces wie folgt:

- 79 % Freelancer
- 68 % Startup-unternehmer
- 45 % KMU Unternehmer
- 29 % Angestellte bei KMU (< 250 Mitarbeiter)
- 24 % Angestellte bei Großunternehmen (> 250 Mitarbeiter)

2.2.4.3 Chancen von Coworking (2015, n=20, Kärnten)

Ende 2014 führte Selvana Disho, wissenschaftliche Mitarbeiterin der FH Kärnten, jeweils 10 qualitative Interviews mit Coworkern und Betreibern von Coworking Spaces aus Kärnten und Slowenien. Hier die Ergebnisse:

Beweggründe der Nutzung von Coworking Spaces

- 20 % Austausch auf sozialer Ebene (sozialer Rückhalt im Vergleich zum Home Office)
- 20 % Austausch auf beruflicher Ebene (Profitieren vom Wissens- und Erfahrungsaustausch)
- 14 % Finanzieller Aspekt (günstiges Büro inklusive Infrastruktur)
- 12 % Kreativität (Heterogene Arbeitsumgebung fördert das kreative Schaffen)
- 11 % Flexibilität (Maximale Flexibilität durch unbürokratische Bürovermietung und 24/7 Zugang)
- 9 % Infrastruktur (Professionalisierungsschub im Vergleich zum Home Office)
- 9 % Geregelter Arbeitsalltag (Steigerung der Disziplin und Produktivität durch geregelten Arbeitsalltag)
- % Unabhängigkeit (Nutzung von Synergieeffekten bei gleichzeitiger Bewahrung der Unabhängigkeit)

Hürden der Nutzung von Coworking Spaces

- 24 % Offenheit (Mangelnder Datenschutz durch räumliche Offenheit)
- 16 % Lage des Spaces (Verfügbarkeit wohnortnaher Coworking Spaces)
- 13 % Finanzieller Aspekt (Unregelmäßige Einnahmen in der Start-up Phase)
- 13 % Bekanntheit (Mangelnde Bekanntheit und Vorurteile)
- 11 % Branchen-/ Bereichsspezifische Hürden (Einschränkungen branchentypischer Erfordernisse)
- 11 % Persönliche Einstellung (Aufgeschlossene Persönlichkeit erforderlich)
- 8 % Anzahl der Mitarbeiter (Nutzung nur bis zu einer bestimmten Mitarbeiterzahl sinnvoll)
- 5 % Zusammensetzung des Spaces (Zusammensetzung kann potenzielle Nutzer beeinflussen)

Hürden beim Betreiben eines Coworking Spaces

- Finanzielle Hürde (39 %)
 - Anfänglich hohe Investitionskosten und lange
 - Anlaufzeit (2 Jahre) für private Betreiber ohne
 - Förderung kaum rentabel
 - Krisenanfälliges Geschäftsmodell
- Organisatorische Hürde (25 %)
 - Herausforderung bei der Suche nach Immobilien
 - Eröffnung mit einem „Kernteam“
 - Community Management neben eigenen Geschäftstätigkeiten
- Rechtliche Hürde (21 %)
 - Nutzungsverträge statt Mietverträge
 - Versicherungsabschluss – Coworker fallen meist nicht in den Versicherungsschutz
 - Mangelnde Bekanntheit (14 %)
 - Mangelnde Bekanntheit des Geschäfts- und Arbeitsmodells

2.3 Zufriedenheit am Arbeitsplatz

Als wissenschaftliche Grundlage für diese Arbeit wird zunächst versucht, anhand vorhandener Literatur die verschiedenen Aspekte von „Arbeitszufriedenheit“ zu beschreiben. Die hierbei erlangten Erkenntnisse sollen später die theoretische Grundlage des Forschungsdesigns bilden.

Es gibt bereits zahlreiche Ansätze, den Begriff „Arbeitszufriedenheit“ in eine allgemein gültige Definition zu bringen. Hoppocks (1935, S. 47) operationale Definition zählt wohl zu den ältesten Versuchen. Hoppocks betrachtet die Zufriedenheit mit der Arbeit als *„eine Kombination psychologischer, physiologischer und situativer Bedingungen, die die Person zu der ehrlichen Äußerung veranlassen: Ich bin mit meiner Arbeit zufrieden“*.

Naylor und Blum (1968, S. 365) verwenden das Einstellungskonzept als Bezugspunkt und definieren Arbeitszufriedenheit als *„das Ergebnis verschiedener Einstellungen, die ein Angestellter zu seiner Arbeit, den darauf bezogenen Faktoren und dem Leben allgemein hat“*.

Eine ebenso allgemein gehaltene Begriffsdefinition wurde von Smith et al. (1969, S. 6) aufgestellt: *„Job satisfactions are feelings or affective responses to face of the situation“*.

Koopman-Iwema und Thierry (1984, S. 154) sehen Arbeitszufriedenheit schlicht als *„das Ausmaß des Wohlbefindens, das bei der Arbeit oder in der Arbeitssituation erfahren wird“*.

Bei Locke (1976, S. 1307) bilden Werthaltungen und Wertvorstellungen den Bezugsrahmen. Demnach resultiert Arbeitszufriedenheit *„aus der Wahrnehmung, dass die eigene Arbeit die für wichtig gehaltenen und arbeitsbezogene Werte erfüllt oder ihre Erfüllung erlaubt“*.

Weinert (1992, S. 286) hingegen beschreibt die Zufriedenheit mit der Arbeit als *„die Reaktionen, Empfindungen und Gefühle eines Menschen gegenüber seiner Arbeit“*. Das Verhältnis zur Tätigkeit, dem lokalen Arbeitsumfeld, den Kollegen, Mitarbeitern und Vorgesetzten sind es, die für Weinert mit dem Thema Zufriedenheit assoziiert werden müssen.

Bei Fischer (1989, S. 140) werden Motivation und Zufriedenheit als Prozess verstanden. Die Zufriedenheit ist das Resultat des Vergleichs zwischen Ziel und der tatsächlichen Situation. Zudem vertritt Fischer die Auffassung, dass Zufriedenheit maßgeblich vom jeweiligen Bezugsrahmen abhängig ist.

Weinert (1992, S. 296 ff.) vertritt die Meinung, dass eine hohe Zufriedenheit mit der Arbeit erreicht werden kann, wenn diese

- geistig anspruchsvoll ist,
- den physischen und psychischen Bedürfnissen des Mitarbeiters entspricht,
- das Gefühl des Erfolgs vermittelt,
- Möglichkeiten zur Anwendung und Erweiterung von Interessen und Fähigkeiten bietet, in der die Mitarbeiter das Gefühl der Achtung und Selbstwertschätzung durch Leistung erfahren, in der ein angemessenes Be- und Entlohnungssystem vorhanden und dieses an die individuelle Leistung gekoppelt ist,
- einem Führungsstil unterliegt, welcher die Selbstverantwortung und Eigeninitiative fördert und der Eigenentwicklung des Individuums dienlich ist.

Von Rosenstiel (1992, S. 22) definiert folgende Faktoren für ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld:

- Zwischenmenschliche Beziehungen (Zusammenhalt, Qualität des Umgangs, Unterstützung)
- Kooperation (Wärme zwischenmenschlicher Beziehungen, Teamorientierung, Solidarität und Hilfsbereitschaft, wechselseitige Unterstützung bei der Erledigung von Aufgaben)
- Ort (mit der Anreise verbundener finanzieller und zeitlicher Aufwand)
- Kosten (Miete)
- Arbeitsbedingungen (Lärm, Hitze, Geruch, Licht etc.)
- Arbeitsstrukturen (moderne Formen der Arbeitsgestaltung, wie Job Enrichment, Job Sharing, Job Rotation und Gruppenarbeit)
- Sicherheit (Arbeitsplatzsicherheit und Sicherung der körperlichen Unversehrtheit, wie z.B. Schutz vor Gesundheitsschäden und Unfallverhütung)

Diese unterschiedlichen Herangehensweisen lassen darauf schließen, dass es keine allgemein gültige Antwort auf die Frage, was Arbeitszufriedenheit ist, geben kann. Wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Bedingungen spielen stets eine wesentliche Rolle. Zudem ist die Grenze zwischen „Zufriedenheit mit der Arbeit“ und „Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz“ sehr

diffus, da beides in ständiger Wechselwirkung miteinander steht und oft nicht klar von einander getrennt werden kann.

Um eine Grundlage für die spätere Konzeption der Leitfragen für die Experteninterviews sowie die quantitativ auszuwertende online Befragung unter Selbstständigen zu haben, fasst der Autor die recherchierten Aspekte in folgende Überkategorien zusammen:

- Lage
- Stil
- Kosten
- Technische Infrastruktur
- Soziale Interaktion
- Störquellen
- Ergonomie

Diese Kriterien werden zunächst als Vorlage in den Experteninterviews verwendet. Sollte sich im Zuge der Auswertung der Interviews herausstellen, dass es noch weitere relevante Kriterien für die Zufriedenheit in einem Coworking Space gibt, werden diese für die folgende Umfrage unter Selbstständigen entsprechend erweitert.

Von Rosenstiel spricht zwar auch von dem Thema Sicherheit am Arbeitsplatz (Schutz vor Gesundheitsschäden und Unfallverhütung). Durch die heutigen sehr strengen EU-Richtlinien hinsichtlich Arbeitnehmerschutz und Betriebsanlagengenehmigungen spielt dieser Faktor heutzutage allerdings nur noch eine untergeordnete Rolle.

2.4 Identifikation der Wissenslücke

Im Zuge der Verarbeitung der Literatur zum Thema „Arbeitszufriedenheit“ stieß der Autor auf ein breites Spektrum an Herangehensweisen zu diesem Forschungsfeld. Die zitierte Literatur lässt darauf schließen, dass dieses in den vergangenen Jahrzehnten bereits sehr ausführlich von unterschiedlichen Personen erforscht worden ist.

- Hoppocks 1935
- Smith 1969
- Thierry 1984
- Blum 1968
- Locke 1976
- Weinert 1992
- Fischer 1989

Der durchschnittliche Arbeitsplatz hat sich in den letzten Jahrzehnten allerdings stark verändert, ebenso die mit dem Thema „Arbeit“ einhergehenden Anforderungen und Wertevorstellungen. Daher bleibt die Frage offen, ob die damals erlangten Erkenntnisse auch im heutigen Umfeld nach wie vor Gültigkeit besitzen bzw. ob sich deren Gewichtung verlagert hat. Des Weiteren thematisieren vergangene Publikationen primär das gesamte Spektrum der „Arbeitszufriedenheit“ und nur peripher den „Arbeitsort“ per se.

Die drei vorgestellten Studien hingegen sind sehr aktuell und adressieren direkt das Thema Coworking. In ihnen wurden bereits ausführlich sehr viele Aspekte des Coworking untersucht. In der Studie „Status-Quo und Chancen von Coworking“ wurden neben der Frage nach den Beweggründen für Selbstständige, sich in einen Coworking Space einzumieten, auch die verschiedenen Hürden identifiziert.

Das Deskmag Magazin geht in seiner Umfrage sehr detailliert auf die Beschaffenheit verschiedener Spaces (Alter, Anzahl Arbeitsplätze, Fläche, Abrechnungsmodelle etc.) sowie die Verhaltensmuster der Mitglieder (Häufigkeit des Besuchs, soziale Interaktionen) ein.

Die von der Beratungsagentur Deloitte durchgeführte Studie beschäftigt sich allgemein mit der Arbeitsweise der Zukunft. Sie thematisiert den Trend der ortsungebundenen Selbstständigkeit sowie die damit verbundenen Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt.

Eine direkte und aktuelle Gegenüberstellung zwischen dem Home Office und einem Coworking Space, in der die Zufriedenheit am Arbeitsplatz im Mittelpunkt steht, konnte nach eingehender Recherche nicht gefunden werden. Im Rahmen dieser Arbeit wird daher versucht, durch eigene Forschung diese schmale Wissenslücke zu schließen.

3 METHODIK

3.1 Begründung der Erhebungsmethode

Auf Grund der eingangs erläuterten Verlagerung des Forschungsgegenstandes haben sich ebenfalls die Forschungsmethoden geändert. Ursprünglich war vorgesehen, ein Experiment mit zwei Kontrollgruppen (Kontrollgruppe A arbeitet in einem Coworking Space, Kontrollgruppe B im Home Office) durchzuführen. Im Rahmen dieses Experiments sollten jeweils mindestens 10 Probanden über einen Zeitraum von 20 Werktagen ihre berufliche Tätigkeit mit Hilfe einer Time Tracking Software nach definierten Vorgaben protokollieren. Die beiden Ergebnisse würden dann verglichen, um den Einfluss des jeweiligen Arbeitsumfeldes auf die Produktivität analysieren zu können.

Im Zuge näherer Recherchen und Überlegungen haben sich allerdings folgende Probleme herausgestellt. Zum einen existieren bei diesem Experiment zu viele individuelle Variablen, welche mit den vorhandenen Ressourcen nur bedingt ausgeschlossen werden konnten. Zum anderen war der Autor der Meinung, nicht ausreichend Probanden zu finden, die bereit sind, akribisch und kontinuierlich ihre Arbeitsverhalten zu dokumentieren. Deshalb wurde der Fokus der Arbeit von Produktivität auf Zufriedenheit adaptiert.

Zur Überprüfung der adaptierten These hat sich der Autor für die Forschungsmethoden Interview und Umfrage entschieden. Die Kombination dieser beiden Methoden erschien aus folgenden Gesichtspunkten sinnvoll.

3.1.1 Interview

Strukturierte online Interviews mit Betreibern von Coworking Spaces dienen neben der bereits erfolgten Literaturrecherche als qualitative Grundlage für die spätere Konzeption der online Befragung unter Selbstständigen. Im Rahmen der Interviews sollen aktuelle Erwartungen, Anforderungen und Bedürfnisse von Selbstständigen an das Arbeitsumfeld eruiert werden. Dadurch versucht der Autor die auf der Literaturrecherche basierten Kriterien für die spätere Befragung zu bestätigen oder eventuell zu erweitern.

Durch die Einbeziehung dieser beiden Zielgruppen (Betreiber von Büros sowie deren Kunden) öffnet sich ein breites Gesamtbild, in welchem in späterer Folge viele Details analysiert werden können. Beispielsweise lässt sich dadurch die Forschungsfrage klären, ob Betreiber von Coworking Spaces die unterschiedlichen Kriterien für ein angenehmes Arbeitsumfeld gleichermaßen gewichten wie deren Kunden.

Neben dem Einholen verschiedener Expertenmeinungen erfüllen die Interviews noch einen weiteren Ansatz. Im Rahmen der Interviews wird versucht, möglichst viele Hintergrundinformationen über die Beschaffenheit der einzelnen Spaces zu erhalten, die auf der jeweiligen Website der Spaces nicht öffentlich einsehbar sind (Größe, Anzahl Mitglieder, Gründungsjahr etc.). Mit diesen Informationen lassen sich in späterer Folge statistische Korrelationen mit den Ergebnissen der online Umfrage unter Coworkern ableiten, da diese bei der Umfrage angeben, in welchem Coworking Space sie arbeiten. Durch die Kombination der Daten könnte beispielsweise aufgezeigt werden, dass Selbstständige, die in größeren Coworking Spaces mit vielen Mitgliedern arbeiten, weniger zufrieden mit den akustischen Hintergrundgeräuschen am Arbeitsplatz sind als jene, die in Spaces mit wenigen Mitgliedern arbeiten. Daher wird versucht, möglichst viele Informationen über die 20 größten Coworking Spaces in Wien einzuholen.

Diese Hintergrundinformationen würden sich zwar teilweise auch durch Recherche oder über die online Befragung der Coworker gewinnen lassen. Da aber die Umfrage möglichst kurz gehalten werden sollte um eine große Stichmenge zu erreichen, scheinen die zusätzlichen Interviews sinnvoll. Des Weiteren bieten Betreiber von Spaces die Informationen aus erster Hand, wodurch diese nicht durch die Interpretation der Coworker verfälscht werden können.

Das Ziel wäre, auf diesem Wege mindestens zwei Expertenmeinungen einzuholen.

3.1.1.1 Auswahl der Interviewpartner

Für die Experteninterviews werden Geschäftsführer oder verantwortliche Betreiber verschiedener Coworking Spaces kontaktiert. Um qualifizierte Aussagen zu erhalten muss der Coworking Space eine gewisse Qualität und Reichweite aufweisen. Dazu wurden folgende Voraussetzungen definiert.

Der Coworking Space, der von dem Interviewpartner betrieben wird, muss

- kommerziell betrieben werden
- mindestens 1 Jahr alt sein
- mindestens 10 Arbeitsplätze anbieten
- eine Community aus mindestens 30 Mitgliedern vorweisen
- eine eigene Website besitzen

3.1.2 Umfrage

Als quantitative Methode wurde die online Umfrage gewählt, da die Gesamtmenge der Zielgruppe (Selbstständige in Wien) mit rund 110.000 Personen (Statistik Austria, 2014) recht groß ist und daher versucht werden muss, eine ausreichend hohe Anzahl an Angaben zu erhalten um einen aussagekräftigen Querschnitt zu erhalten.

Umfragen eignen sich besonders gut, wenn der Untersuchungsgegenstand bereits weitgehend klar ist und eine große Anzahl an unterschiedlichen Personen befragt werden soll (Bell, 2005, S.137 ff.).

Des Weiteren ist dem Autor das Forschungsfeld durch die vorhergehende Literaturrecherche, den Experteninterviews sowie vergangenen Arbeiten und persönlichen Erfahrungen bereits ausreichend bekannt, sodass keine tiefgreifenden qualitativen Erhebungsmethoden mehr notwendig sind. Der Fokus der Methode liegt auf der konkreten statistischen Prüfung der aufgestellten Hypothese. Durch die Vorgabe der Antwortmöglichkeiten mittels Multiple-Choice Fragen ist die Auswertung der gewonnenen Rohdaten vergleichsweise einfach und die Ergebnisse sind weitgehend generalisierbar. Zudem kamen bei den im Zuge der Literaturverarbeitung analysierten Studien ebenfalls diese Forschungsmethoden zum Einsatz.

3.1.2.1 Auswahl der Umfrageteilnehmer

Um eine repräsentative Stichmenge für die Grundgesamtheit definieren zu können, muss diese zunächst grob quantifiziert werden. Um sich für die Umfrage zu qualifizieren müssen die Probanden alle der folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- Selbstständig sein
- Wohnhaft in Wien
- Aktuell oder in den letzten 12 Monaten im Home Office oder einem Coworking Space gearbeitet haben

Es besteht die Möglichkeit, diese Voraussetzungen zu Beginn der Umfrage abzufragen und bei nicht Erfüllen dieser den Probanden direkt mit einer entsprechenden Nachricht aus der Umfrage auszuschließen. Obwohl diese Ergebnisse nicht unmittelbar für die Verifikation der These herangezogen werden können, hat sich der Autor gegen den sofortigen Ausschluss der Probanden entschieden, da die dadurch verlorenen Informationen eventuell in späterer Folge doch hilfreich für die statistische Auswertung sein oder als zusätzliche Daten für generalisierbare Rückschlüsse herangezogen werden können.

Ursprünglich war die zu untersuchende Zielgruppe auf Selbstständige in der Webbranche limitiert. Diese Reduktion der Zielgruppe hat sich allerdings aus folgenden Gründen als nicht zielführend erwiesen:

- Die Grundgesamtheit an Selbstständigen aus der Webbranche, die innerhalb der letzten 12 Monate in einem Coworking Space gearbeitet hat, ist voraussichtlich zu klein um im Rahmen dieser Erhebung eine statistische Signifikanz zu erreichen.
- Unter den Begriff „Webbranche“ fallen eine Vielzahl sehr unterschiedlicher Tätigkeitsfelder. Beispielsweise wären sowohl Grafiker, als auch Programmierer Teil dieser Zielgruppe. Da es sich hierbei allerdings um sehr unterschiedliche Arbeitsweisen und Anforderungen handelt, wäre eine Einschränkung auf die Überbranche „Web“ sinnlos.
- Der Großteil der thematisierten Aspekte von Zufriedenheit ist weitgehend unabhängig vom jeweiligen Tätigkeitsfeld des Befragten. Daher lassen sich in der Gesamtheit erhobene Erkenntnisse weitgehend auf die einzelnen Branchen umlegen.
- Durch die Abfrage des jeweiligen Tätigkeitsfeldes kann die konkrete Fragestellung in Bezug auf Selbstständige in der Webbranche nach wie vor als Subhypothese beantwortet werden, stellt aber nicht die zentrale Frage dar.

3.1.3 Denkbare Alternativen

Als Alternativen zu den strukturierten Experteninterviews mit Hilfe eines online Fragebogens kämen ebenfalls 1-2 persönlich geführte, offene Interviews in Frage. Diese hätten den Vorteil, direkt weiterführende Fragen stellen zu können, wodurch der Autor zwar einen subjektiveren, dafür aber detaillierteren Gesamteindruck über das Forschungsfeld erhalten würde. Da diese Methode allerdings viel mehr Zeit bei der Vorbereitung und Auswertung bedarf, würde sich die befragte Stichmenge gravierend reduzieren. Da nach konkreten Aussagen gesucht wird und dem Autor das Forschungsfeld bereits ausreichend bekannt ist, hält dieser es für wichtiger, eine größere Menge an Experten mit klar definierten Fragestellungen zu erreichen. Um den Interviewpartnern dennoch ausreichend Freiraum für deren persönliche Meinung bieten und qualitativ auswertbare Informationen generieren zu können, werden manche Fragen weitgehend offen gestellt. Aus den genannten Gründen reicht ein strukturiertes online Interview in Verbindung mit offen gestellten Fragen aus Sicht des Autors aus. An Stelle der online Befragung unter Selbstständigen wären strukturierte persönliche Kurzinterviews ebenfalls denkbar gewesen. Da sich die aufgestellte These allerdings primär durch quantitativ ausgewertete Daten verifizieren lässt und die Gesamtmenge der Zielgruppe sehr groß ist, wurde diese Methode nicht gewählt. In Anbetracht der jeweiligen Vor- und Nachteile der genannten Alternativen erschien dem Autor die Kombination von qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden als optimal.

3.2 Validierungsmöglichkeiten durch externe Studien

Da die erhobenen Daten primär einen quantitativen Charakter aufweisen und die Erhebungsmethoden und deren genaue Durchführung in dieser Arbeit protokolliert sind, sollten weitere Studien bei gleichem Vorgehen weitgehend ähnliche Erkenntnisse liefern. Durch die Abfrage klassischer statistischer Informationen wie zum Beispiel Alter, PLZ, Branche und Geschlecht sollten einige der erhobenen Daten durch andere Studien mit ähnlichen Forschungsfragen verglichen werden können. Einige Ergebnisse könnten auch mittels der eingangs zusammengefassten Studien verglichen werden.

4 DURCHFÜHRUNG

4.1 Zeitplan

Zu Beginn der Arbeit wurde der Zeitplan wie folgt definiert:

Von	Bis	Tätigkeit
01.11.2015	01.02.2016	Ideensammlung
01.02.2016	01.04.2016	Formulierung Proposal
01.04.2016	30.04.2016	Warten auf Annahme
01.04.2016	14.04.2016	Erstellen Detailgliederung
14.04.2016	30.04.2016	Literaturrecherche
30.04.2016	01.06.2016	Verfassen des Grundlagenteils
01.06.2016	15.06.2016	Methodenkonzeption
16.06.2016	25.06.2016	Führen von Interviews
25.06.2016	30.06.2016	Auswerten Interviews
30.06.2016	05.07.2016	Pre-Testing Umfrage
05.07.2016	01.08.2016	Datengenerierung
01.08.2016	15.08.2016	Auswerten der Daten
16.08.2016	15.09.2016	Dokumentation der Ergebnisse
15.09.2016	01.10.2016	Zusammenfassung der Erkenntnisse
01.10.2016	07.10.2016	Korrektur & Feinschliff
08.10.2016		Druck & Abgabe

Tabelle 2: Geplanter zeitlicher Ablauf

Auf Grund der Verlagerung des Forschungsgegenstandes und damit Verbindung einer weiteren Literaturverarbeitung hat sich der Zeitplan wie folgt geändert.

Von	Bis	Tätigkeit
20.08.2016	1.09.2016	Führen von Interviews
1.09.2016	5.09.2016	Auswerten der Interviews
5.09.2016	10.09.2016	Konzeption Umfrage & Pre-Testing

10.09.2016	20.09.2016	Datengenerierung
20.09.2016	25.09.2015	Auswerten der Daten
25.09.2016	30.09.2016	Dokumentation der Ergebnisse
30.09.2016	5.10.2015	Zusammenfassung der Ergebnisse
5.10.2016	09.10.2016	Korrektur & Feinschliff
10.10.2016		Druck & Abgabe

Tabelle 3: Tatsächlicher zeitlicher Ablauf

4.2 Verwendete Software

Sowohl für die Interviews als auch die folgende Umfrage kommt das kommerzielle online Tool „Survey Monkey“ in der Lizenz „Plus“ um 35 € / Monat zum Einsatz. Diese Lizenz sieht eine unbegrenzte Anzahl an Fragen und 1000 Beantwortungen vor. Es steht die Funktion für Verzweigungslogik zur Verfügung sowie verschiedene Möglichkeiten zum Datenexport und der Berichterstellung. Um den Probanden Aufschluss darüber zu geben, wie lange der Fragebogen noch dauert, wird eine Fortschrittsanzeige eingeblendet.

Für die Auswertung und visuelle Darstellung der Ergebnisse kommt das online basierte Textverarbeitungsprogramm „Google Docs“ zum Einsatz.

4.3 Interview

4.3.1 Vorläufige Auswahl der Fragestellung

Mit dem Ziel, den Fragebogen möglichst kurz und übersichtlich zu halten, wird dieser in 4 thematische Abschnitte unterteilt.

Abschnitt 1 - Allgemeine Infos zum Space

Um in späterer Folge die Ergebnisse der online Befragung unter Selbstständigen besser interpretieren und detaillierte Rückschlüsse auf die Hintergründe treffen zu können, werden im ersten Abschnitt des Interviewbogens allgemeine Hintergrundinformationen über den

Interviewpartner sowie den jeweiligen Coworking Space abgefragt. Diese werden ebenfalls zur Kontrolle herangezogen, ob die Interviewpartner den definierten Anforderungen entsprechen.

In diesem Abschnitt werden folgende Informationen abgefragt:

- Name des Interviewpartners
Zwecks Kontaktaufnahme bei Rückfragen
- Rolle im Space
Dient der Verifikation, ob der Interviewpartner den Voraussetzungen entspricht
- Kontakt E-mail
Zwecks Kontaktaufnahme bei Rückfragen
- Name des Spaces
Relevant, damit getätigte Angaben später mit den Angaben der befragten Coworker verglichen werden können
- Kurze Beschreibung
- Abgrenzung gegenüber anderen Spaces
- Gründungsjahr
Zur Verifikation, ob der Interviewpartner die Voraussetzungen erfüllt
- Größe des Spaces in m²
Um später eine Korrelation zwischen verfügbarer Arbeitsfläche und Zufriedenheit herstellen zu können
- Anzahl der Arbeitsplätze
Zur Verifikation, ob der Interviewpartner die Voraussetzungen erfüllt
- Modelle der Mitgliedschaft
Dient dem späteren Vergleich, ob die Diversität an Abrechnungsmodellen mit der Zufriedenheit der Arbeitsplatzkosten zusammenhängt.
- Anzahl aktueller Coworker
Zur Verifikation, ob der Interviewpartner die Voraussetzungen erfüllt
- Tätigkeitsfelder der Mitglieder
Um eventuell in weiterführenden Studien die Zielgruppe klarer definieren zu können um beispielsweise bestimmte Anforderungen verschiedener Branchen zu analysieren.

Abschnitt 2 – Allgemeines über Coworking

Die Fragen in diesem Abschnitt zielen darauf ab, neben der vorhergehenden Literaturrecherche aktuelle und branchenrelevante Erkenntnisse für die spätere Konzeption der Umfrage zu erhalten. Um die Interviewpartner in ihren Antwortmöglichkeiten nicht zu sehr einzuschränken, sind die Fragen bewusst sehr offen formuliert.

- Welche Aspekte charakterisieren ein angenehmes Arbeitsumfeld?
- Was sind die Nachteile von Coworking Spaces gegenüber dem eigenen Home Office?
- Was sind die Vorteile?
- Sonstige Kommentare

Abschnitt 3 – Persönliche Gewichtung verschiedener Kriterien am Arbeitsplatz

In diesem Abschnitt werden exakt die selben Fragen gewählt, die später im Zuge der Befragung unter Selbstständigen gestellt werden. Dadurch soll die Forschungsfrage geklärt werden, ob Betreiber und Kunden die einzelnen Kriterien für ein Zufriedenstellendes Arbeitsumfeld ähnlich gewichten. Sollten sich im Zuge der Auswertung der Interviews noch weitere relevante Kriterien ergeben, werden diese zusätzlich in die Umfrage eingebunden.

Die folgenden Kriterien sollen jeweils mittels einer 5-stufigen Likert-Skala („Sehr wichtig“ bis „Nicht wichtig“) bewertet werden:

- Lage
- Stil
- Kosten
- Technische Infrastruktur
- Soziale Interaktion
- Störquellen
- Ergonomie

Alternativ zu diesem Fragedesign wäre ebenfalls eine 3-stufige Skala denkbar (Sehr wichtig, Mittel Wichtig, Nicht wichtig). Da diese Variante allerdings eine geringere Granularität in der Auswertung zur Folge hat, wurde die 5-stufige Fragestellung gewählt.

Abschnitt 4 – Sonstiges

Im letzten Abschnitt wird eine Einwilligungserklärung zur Verarbeitung der abgefragten Informationen eingeholt. Zusätzlich hat der Interviewpartner die Möglichkeit, das folgende Gewinnspiel unter den befragten Selbstständigen mit kostenlosen Mitgliedschaften zu unterstützen.

Eine Kopie des Fragebogens findet sich im Anhang.

4.3.2 Ablauf

Der fertige Interviewbogen wurde per-Email am 26.08.016 an 28 Kontaktadressen aktueller Coworking Spaces in Wien versandt. Im Zuge der Anfrage wurde gebeten, den Interviewbogen binnen 7 Tagen auszufüllen. Eine Kopie der E-mail, eine Liste der angeschriebenen Personen, sowie der Fragebogen selbst finden sich im Anhang.

4.4 Umfrage

4.4.1 Allgemeine Informationen für die Probanden

Zu Beginn der Umfrage werden die Probanden über die Umfrage aufgeklärt.

Ziel

Wissenschaftliche Grundlage für eine Abschlussarbeit am SAE Technology Institute in Wien.

Thema

Vergleich zwischen Coworking Space und Home Office in Bezug auf Zufriedenheit am Arbeitsplatz.

Gewinnspiel

Unter allen Teilnehmern wird am xx. das Time Tracking Device "Timeular ZEI" sowie kostenlose Mitgliedschaften verschiedener Coworking Spaces verlost.

Aufwand

1-2 Minuten.

Zeitraum

xx -xx.

Datenschutz

Die erhobenen Daten werden vertraulich behandelt und lediglich in statistisch ausgewerteter Form veröffentlicht.

Kontakt für Rückfragen

Philipp Doblhoff

philipp.doblhoff@gmail.com

0676 5410041

4.4.2 Vorläufige Auswahl der Fragen

In diesem Kapitel werden die Überlegungen hinter dem Testfragebogen erläutert. Dieser wird im Zuge eines Pilot-Tests an 5 Probanden auf Akzeptanz und Verständlichkeit getestet. Mit Hilfe des anschließenden Feedbacks wird dieser optimiert und finalisiert.

Um die Umfrage möglichst verständlich zu gestalten und den Probanden das Ausfüllen weitgehend zu vereinfachen, kommen nach Möglichkeit klar definierte Auswahlmöglichkeiten in Form von Multiple-Choice oder Auswahlfeldern zur Anwendung. Bei sensiblen Daten wie beispielsweise dem Alter werden lediglich Bereiche vorgegeben.

Ebenso wie der Interviewbogen wird auch die Umfrage in verschiedene Bereiche unterteilt. Beide Probandengruppen (Coworking oder Home Office) erhalten den selben Link zur Umfrage. Über die Funktion „Conditional Logic“ in Survey Monkey werden den beiden Testgruppen im 2. Abschnitt unterschiedliche Fragen präsentiert, je nachdem, was im ersten Abschnitt als Arbeitsort angegeben worden ist. Um die Ergebnisse der beiden Gruppen in späterer Folge vergleichen zu können, sind die Fragen weitgehend ähnlich aufgebaut und lediglich anders formuliert, sodass sie sich mit den gleichen Methoden auswerten lassen.

Abschnitt 1 – Allgemeine Informationen

Dieser Abschnitt ist für beide Testgruppen ident und beinhaltet folgende Fragen:

- *Alter*
Zur allgemeinen statistischen Auswertung
- *Geschlecht*
Zur allgemeinen statistischen Auswertung
- *PLZ*
Zur allgemeinen statistischen Auswertung
- *In welcher Branche bist du selbstständig?*
Zur späteren Beantwortung der Subhypothese in Bezug auf die Webbranche. Die Antwortmöglichkeit ist als Freitext konzipiert. Im Zuge der Auswertung wird der Autor die angegebenen Tätigkeitsfelder in Kategorien zusammenfassen.
- *Hast du innerhalb der letzten 12 Monate in einem Coworking Space gearbeitet?*
Bei dieser Frage gibt's es zwei Auswahlmöglichkeiten. „Ja“ oder „Nein, ich arbeite zu

Hause“. Je nach Auswahl ändert sich die Formulierung der Fragen im folgenden Abschnitt. Dieser Fragestellung liegen folgende Überlegungen zu Grunde:
Der Autor trifft die Annahme, dass die meisten Selbstständigen, die in einem Coworking Space arbeiten, entweder davor im privaten Home Office gearbeitet haben oder es nach wie vor parallel zum Coworking Space machen. Da ein Proband den Fragebogen nur ein Mal ausfüllen soll und die Grundgesamtheit der Selbstständigen, die in einem Coworking Space arbeitet voraussichtlich geringer ist als jene, die im Home Office arbeiten, hat der Autor beschlossen, diese Fälle der Gruppe „Coworking Space“ zuzuordnen. Der zeitliche Rahmen von 12 Monaten wurde gewählt, um auch Selbstständige in die Umfrage einzubeziehen, die aktuell nicht mehr in einem Coworking Space arbeiten, aber dennoch Erfahrung damit haben.

Abschnitt 2 – Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz

In diesem Abschnitt werden – basierend auf der im ersten Abschnitt zugeordneten Gruppe – verschiedene Aspekte der Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz abgefragt. Inhaltlich unterscheiden sich die Fragen nicht, lediglich die Formulierung unterscheidet sich geringfügig bei den beiden Gruppen. Diese quantitativen Daten dienen nach der statistischen Auswertung in späterer Folge der Verifizierung der Hypothese. Ebenso wie bei dem Experteninterview sind die beiden Hauptfragen als 5-stufige Likert-Skala konzipiert. Durch die idente Fragestellung lassen sich die Expertenmeinungen später mit den im Rahmen der Umfrage eingeholten Meinungen vergleichen.

- Wie zufrieden warst du mit diesen Kriterien? („Sehr zufrieden“ – „Sehr unzufrieden“)
 - Lage
 - Stil
 - Kosten
 - Technische Infrastruktur
 - Soziale Interaktion
 - Störquellen
 - Ergonomie
- Wie wichtig sind diese Kriterien für dich? („Sehr wichtig“ – „Sehr unwichtig“)
- Wie zufrieden warst du insgesamt mit deinem Arbeitsumfeld?

	Sehr zufrieden	Zufrieden	Mittel	Wenig zufrieden	Sehr unzufrieden
Lage	☐	☐	☐	☐	☐
Stil	☐	☐	☐	☐	☐
Kosten	☐	☐	☐	☐	☐
Technische Infrastruktur	☐	☐	☐	☐	☐
Soziale Interaktion	☐	☐	☐	☐	☐
Störquellen	☐	☐	☐	☐	☐
Ergonomie	☐	☐	☐	☐	☐

Abbildung 7: Ausschnitt Fragebogen Likert Skala Zufriedenheit

	Sehr wichtig	Wichtig	Mittel	Wenig wichtig	Nicht wichtig
Lage	☐	☐	☐	☐	☐
Stil	☐	☐	☐	☐	☐
Kosten	☐	☐	☐	☐	☐
Technische Infrastruktur	☐	☐	☐	☐	☐
Soziale Interaktion	☐	☐	☐	☐	☐
Störquellen	☐	☐	☐	☐	☐
Ergonomie	☐	☐	☐	☐	☐

Abbildung 8: Ausschnitt Fragebogen Likert Skala Gewichtung

Bei der Gruppe „Coworking Space“ wird zusätzlich abgefragt, auf welchen Space sich die getätigten Angaben beziehen. Dadurch können in späterer Folge detailliertere Rückschlüsse getroffen werden.

Am Ende des Abschnitts wird dem Probanden mittels eines Kommentarfeldes die Möglichkeit gegeben, weitere qualitative Aussagen zu treffen. Dieses Feld dient ebenfalls dazu, nachträglich etwaige Verständnisprobleme zu identifizieren, die eventuell im Rahmen der Auswertung berücksichtigt werden müssen.

Abschnitt 3 – Gewinnspiel

Der letzte Abschnitt dient lediglich dazu dem Teilnehmer die Möglichkeit zu geben, sich durch die Angabe einer Kontaktadresse für das Gewinnspiel zu qualifizieren. Leider gibt es in Survey

Monkey nicht die Möglichkeit, nach dem Speichern der Umfrage weitere Daten abzufragen oder eine bestimmte URL als Zielseite anzugeben. Da die E-mail Adresse eine sensible Information darstellt, wird diese Frage zum Schluss der Umfrage gestellt und gut sichtbar als optionale Angabe gekennzeichnet.

4.4.3 Ablauf

Die Bitte zur Teilnahme an der Umfrage wird über folgende Kanäle verbreitet:

- Diverse Facebook Gruppen mit relevanten Themen
 - BA1115 (geschlossen, 50 Mitglieder)
 - Webdesign & Development (geschlossen, 160 Mitglieder)
 - Webdesign & Development (öffentlich, 68 Mitglieder)
 - Developers in Vienna (öffentlich, 845 Mitglieder)
- Newsletter bestehender Coworking Spaces
 - Die Bitte um Weiterleitung der Umfrage erfolgte an 28 Coworking Spaces (siehe Liste im Anhang)

Sollten diese Maßnahmen nicht ausreichen um eine ausreichend große Anzahl an Teilnehmern zu erhalten, werden weiters Kommentare in einschlägigen Blogs und Posts in themenrelevanten Foren erfolgen.

4.4.4 Gewinnspiel

Um eine möglichst aussagekräftige Anzahl an Teilnehmern zu gewinnen wird die Umfrage mit einem Gewinnspiel gekoppelt. Hierzu wurden Betreiber verschiedener Coworking Spaces angeschrieben und gefragt, ob sie zu diesem Zwecke kostenlose Mitgliedschaften zur Verlosung bereitstellen möchten. Zudem wurde mit dem Grazer Startup Timeular korrespondiert, um neben den Mitgliedschaften das innovative Timetracking Device „ZEI“ verlosen zu können.

4.5 Pretest

Sowohl der Interviewbogen, als auch die Umfrage wurde vor der tatsächlichen Datenerhebung an fünf Probanden auf Funktionalität und Verständlichkeit getestet. Mit Hilfe des anschließenden Feedbacks wurden folgende Punkte optimiert:

- Rechtschreib- und Tippfehler ausgebessert
- Einige Fragen zur besseren Verständlichkeit umformuliert
- Allgemeine Hintergrundinformationen über die Umfrage wurden erweitert
- Fehler in der Verzweigungslogik (Letzter Abschnitt wurde auf Grund einer falschen Einstellung unter „Page Logic“ bei Gruppe B übersprungen)

5 ERGEBNISSE

5.1 Interviews

Insgesamt wurden zwei gültige Experteninterviews eingeholt. In einem weiteren (Loffice Coworking) wurde mitgeteilt, dass der Space aktuell nur mehr als Inkubator fungiert und nicht mehr als kommerzieller Coworking Space. Die anderen beiden waren hingegen positiv. Stefan Leitner-Sidl, Gründer und Betreiber des Coworking Space „Schraubenfabrik“ sowie Mike Pöll, Betreiber des Spaces „Rochuspark“ haben den Fragebogen komplett ausgefüllt. Den Angaben zu Folge erfüllen beide die vorher definierten Kriterien für die Auswahl der Experten.

Das Ziel, mindestens zwei Expertenmeinungen einzuholen wurde daher erreicht. Diese beiden Interviews sind besonders aussagekräftig, da beide Interviewpartner Betreiber der ältesten (gegründet 2002 und 2007) und größten (1000 m² mit 50 Arbeitsplätzen) Coworking Spaces aus der Liste sind.

5.1.1 Interview 1 – Stefan Leitner Sidl von „Schraubenfabrik“

Der Interviewpartner Stefan Leitner-Sidl hat folgende Angaben gemacht. Diese dürfen namentlich veröffentlicht werden.

Erster Abschnitt - Allgemeine Informationen über den Space

Der Space „Schraubenfabrik“ liegt in der Lilienbrunnengasse im 2. Bezirk und umfasst eine Nutzfläche von rund 1000 m². Auf dieser werden 50 Arbeitsplätze zur Verfügung gestellt. Das einzige Modell der Platzmiete ist eine monatliche Abrechnung in Höhe von 275 €. Eingemietete Coworker sind in den Branchen PR, Grafikdesign, Journalismus und Architektur tätig.

Der Space unterscheidet sich laut Herrn Leitner-Sidl mehrfacher Hinsicht von anderen Angeboten. Einerseits gibt er an, dass die Schraubenfabrik mit der Gründung im Jahr 2002 der älteste Space in Wien ist und daher eine stabile und konstante Community aufweist. Andererseits betont er diverse Zusatzleistungen wie etwa ein eigenes Carsharing und eine angeschlossene Gastronomie namens „Foodcoop“. Die Tatsache, dass neben flexiblen

Arbeitsplätzen auch fixe, persönliche Tische angeboten werden, stellt laut Herrn Leitner-Sidl eine weitere Differenzierung gegenüber anderen Anbietern dar.

Zweiter Abschnitt – Persönliche Meinung zum Thema Coworking

Herr Leitner-Sidl vertritt die Auffassung, dass das Büro der Zukunft *„ein vitaler Gemeinschaftsort sein muss, der die darin arbeitenden Menschen ganzheitlich sieht und ihre individuellen, sozialen und räumlichen Bedürfnisse reflektiert.“* Die Vorteile von Coworking Spaces fasst er in drei Schlagworten zusammen. Gemeinschaft, Infrastruktur-Sharing und Netzwerken. Betreffend der Nachteile von Coworking Spaces gegenüber anderen Arbeitsumfeldern betont er den Umstand, dass es mehr Möglichkeiten der Ablenkung gibt.

Das Verhältnis von Angebot und Nachfrage der Wiener Coworking Branche beschreibt Herr Leitner-Sidl folgendermaßen: *„[...] derzeit zu viele kleine Spaces am Markt, die sich für die Betreiber ökonomisch nicht rentieren. Nachfrage wird sukzessive steigen, jedoch nach qualitätsvollen und professionellen Angeboten.“*

Die vorgegebenen Kriterien für ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld schätzt der Betreiber wie folgt ein (5 Antwortmöglichkeiten von „Sehr wichtig“ bis „Sehr unwichtig“):

- Lage: Wichtig
- Stil: Wichtig
- Kosten: Sehr wichtig
- Technik: Wichtig
- Soziale Interaktion: Wichtig
- Störquellen: Mittel
- Ergonomie: Wichtig

Das gesamte Interview findet sich im Anhang.

5.1.2 Interview 2 – Mike Pöll von „Rochuspark“

Der Interviewpartner Mike Pöll hat folgende Angaben getätigt.

Erster Abschnitt - Allgemeine Informationen über den Space

Der Coworking Space Rochuspark wurde im Jahr 2007 gegründet und ist in der Erdbergstraße im 3. Bezirk angesiedelt. Auf einer Fläche von rund 1000 m² werden 50 Arbeitsplätze angeboten, welche sich auf monatlicher Basis buchen lassen. Laut Herrn Pöll kommen 80% der Selbstständigen aus der Kreativwirtschaft.

Zweiter Abschnitt – Persönliche Meinung zum Thema Coworking

Herr Pöll vertretet die Auffassung, dass das Büro der Zukunft primär an einem attraktiven Standort gelegen sein sowie eine flexible Raumsituation aufweisen muss. Die Vorteile von Coworking sieht er in der Vernetzung der Mitglieder und einer damit verbundenen Entgegenwirkung der sozialen Isolation. Als Nachteil nennt er die Kosten. Das Verhältnis von Angebot und Nachfrage nach Coworking in Wien beschreibt er als „gut“.

Die Kriterien für ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld gewichtet Herr Pöll wie folgt:

- Lage: Sehr wichtig
- Stil: Wichtig
- Kosten: Wichtig
- Technik: Wichtig
- Soziale Interaktion: Wichtig
- Störquellen: Wichtig
- Ergonomie: Wichtig

Das gesamte Interview findet sich im Anhang. Das arithmetische Mittel der beiden Gewichtungen sieht demnach wie folgt aus:

5.1.3 Auswertung der Interviews

5.1.3.1 Qualitative Aussagen zum Thema Coworking

Zusammengefasst beschreibt Herr Pöll folgende Kriterien, die bei einem Coworking Space eine Rolle spielen:

- Standort
- Flexible Raumsituation
- Kosten
- Community

Herr Leithner-Sidl nennt folgende Aspekte:

- Netzwerken in einer Gemeinschaft
- Teilen der Infrastruktur
- Ablenkungsmöglichkeiten

Diese Kriterien überschneiden sich weitgehend mit den aus der Literaturrecherche exzerpierten Kriterien. Lediglich der Aspekt „Flexible Raumsituation“ ist in der Fragestellung bisher nicht enthalten. Dieser Punkt ist allerdings nur auf die räumlichen Umstellungsmöglichkeiten in einem Coworking Space umzulegen und daher im Home Office nicht wirklich relevant. Des Weiteren ist dieser Punkt bereits indirekt durch die Fragen nach dem Stil und den Störquellen abgedeckt. Daher ist eine Erweiterung der Fragestellung für die Umfrage nicht notwendig.

5.1.3.2 Gewichtung der Kriterien

Hinsichtlich der Gewichtung der einzelnen Kriterien für ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld sind sich beide Experten weitgehend einig. Stil, Technik, Soziale Interaktion und Ergonomie wurden von beiden als „Wichtig“ eingestuft. Geringfügige Unterschiede lassen sich in der Lage („Sehr wichtig“ und „Wichtig“), Kosten („Sehr wichtig“ und „Wichtig“) und bei den Störquellen („Wichtig“ und „Mittel“) feststellen. Grundsätzlich ergibt sich hier ein relativ einheitliches Bild. Daher sollte trotz der geringen Stichmenge ein späterer Vergleich mit den Ergebnissen aus der Umfrage möglich sein.

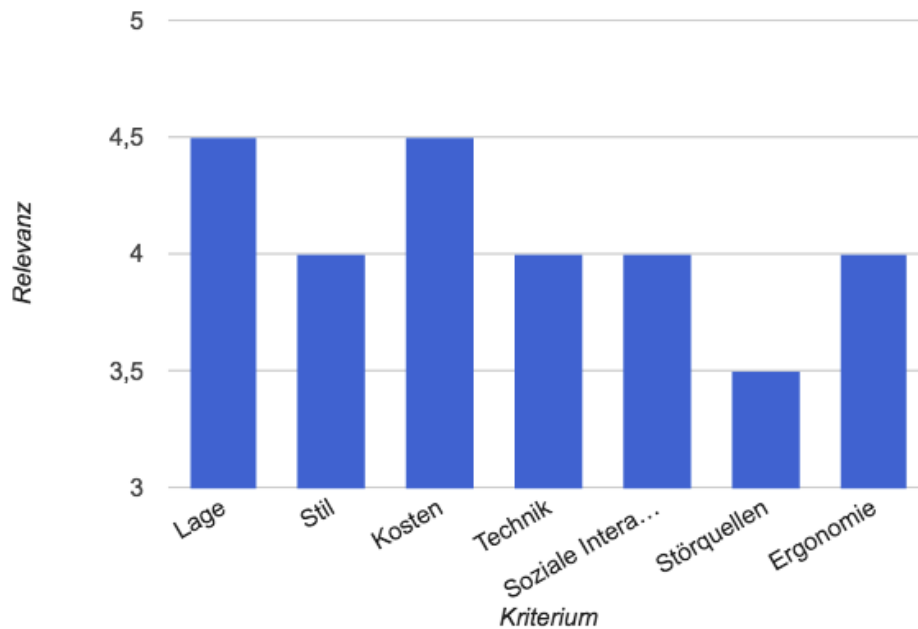


Abbildung 9: Durchschnittliche Gewichtung der Kriterien

5.2 Umfrage

In Summe nahmen 185 Probanden an der Umfrage teil. Davon gaben 20 keine oder keine sinnvolle Branche als Tätigkeitsfeld oder Namen des Coworking Spaces an und wurden daher von der Auswertung ausgeschlossen. Demnach liegen 165 gültige Ergebnisse zur Auswertung vor. Von den 165 fallen 77 (46 %) in die Gruppe „Coworking Space“ und 88 in die Gruppe „Home Office“.

In den folgenden Tabellen stellt die Frage „Q5“ die Zuordnung zu den beiden Gruppen dar. Bei Likert-Skalen bedeutet 1 = Sehr schlecht und 5 = Sehr gut.

Die demografische Verteilung aller Teilnehmer beider Gruppen ergibt sich wie folgt.

Geschlecht

Der Großteil (68 %) aller Probanden ist männlich. 45 % der Männer fallen in die Gruppe „Coworking“. Von den Frauen 51%.

Alter

47 % gaben an, zwischen 20 und 29 Jahren alt zu sein. Mit 3 % stellen über 60-jährige die kleinste Altersgruppe dar, gefolgt von 50-59-jährigen (4 %). Die Altersverteilung zwischen den beiden Gruppen ist weitgehend ähnlich. Auffallend ist die Tatsache, dass doppelt so viele Probanden aus der Gruppe „Home Office“ im Alter von 50-59 sind. Da diese Teilmenge aber nur 7 Personen umfasst, ist diese Korrelation statistisch nicht signifikant.

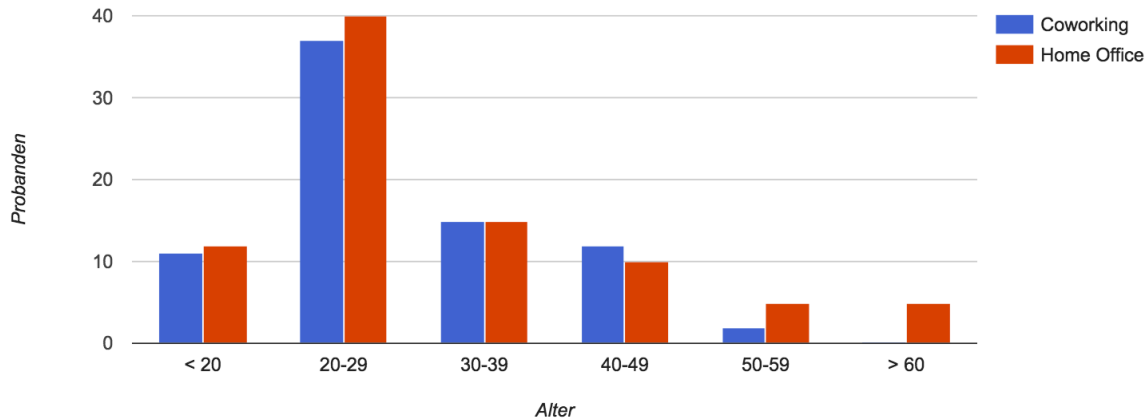


Tabelle 4: Altersverteilung beide Gruppen

	unter 20 (1)	20-29 (2)	30-39 (3)	40-49 (4)	50-59 (5)	über 60 (6)	Total
Q5: Ja	14% 11	48% 37	19% 15	16% 12	3% 2	0% 0	47% 77
Q5: Nein, ich arbeite zu Hause	14% 12	46% 40	17% 15	11% 10	6% 5	6% 5	53% 87
Total Respondents	23	77	30	22	7	5	164

Tabelle 5: Verteilung Alter nach Gruppe

PLZ

Der Großteil (89) der Teilnehmer kommt aus den inneren Bezirken (1-9) Wiens. Der am stärksten vertretene Bezirk ist der 5., dicht gefolgt vom 4., 6., und 3. Bezirk. 12 Personen gaben an, außerhalb Wien zu wohnen.

	1010 (1)	1020 (2)	1030 (3)	1040 (4)	1050 (5)	1060 (6)
Q5: Ja	0% 0	5% 4	8% 6	8% 6	9% 7	10% 8
Q5: Nein, ich arbeite zu Hause	5% 4	4% 3	8% 7	12% 10	12% 10	8% 7
Total Respondents	4	7	13	16	17	15

Tabelle 6: Verteilung PLZ nach Gruppen

Da es bei dieser Frage 23 verschiedene Antwortmöglichkeiten gibt, ist angesichts der Größe der Stichmenge keine repräsentative Signifikanz erkennbar.

Branchen

Die Probanden gaben in Summe 40 verschiedene Branchen als Tätigkeitsfelder ihrer Selbstständigkeit an. Diese wurden seitens des Autors in sechs Überkategorien zusammengefasst.

Kategorie	Branche	Anzahl	Summe
Design & Fotografie	Design	6	44
	Grafikdesign	5	
	Webdesign	16	
	Logoentwicklung	2	
	Kreativbranche	7	
	Fotografie	8	
Marketing	Werbeplanung	1	20
	Werbetexter	1	
	Werbung	1	
	Werbung & Verkauf	1	
	Kommunikation	1	
	Werbung, Webdevelopment	1	
	E-Commerce	2	
	Marketing	10	
	online Marketing	2	
IT	IT	12	23
	Informatik	1	

	Technik	1	
	Programmierung	5	
	Software Entwicklung	4	
Web	Web	6	47
	Web Konzeption	9	
	Web Development	21	
	Webbranche	10	
	Webdesign & Development	1	
Personen & Unternehmensberatung	Unternehmensberatung	4	13
	Anwalt	2	
	Steuerberatung	4	
	Fitnesstrainer	2	
	Personal Training	1	
Sonstige	Film	4	15
	Tischler	1	
	Tontechnik	2	
	Pädagoge	2	
	Technik	1	
	Startup	1	
	Kunst	1	
	Event-Medienbranche	1	
	Internet	2	
	Journalist	3	

Tabelle 7: Kategorisierung Branchen

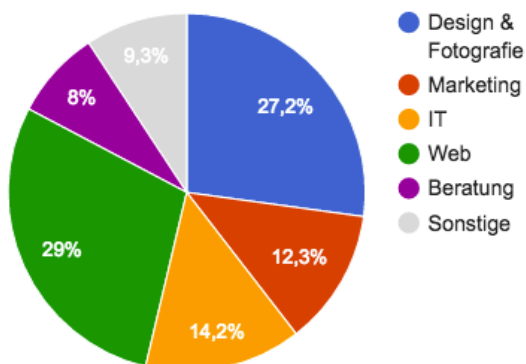


Abbildung 10: Diagramm Branchenverteilung

Die prozentuelle Verteilung auf die einzelnen Branchen ist in folgendem Diagramm ersichtlich. Die Branchenkategorie „Web“ stellt den größten Teil dar. Wären die Berufsbezeichnungen „Software Entwicklung“ und „Programmierung“ ebenfalls dieser Überkategorie zugeordnet, fiel das Ergebnis noch stärker aus.

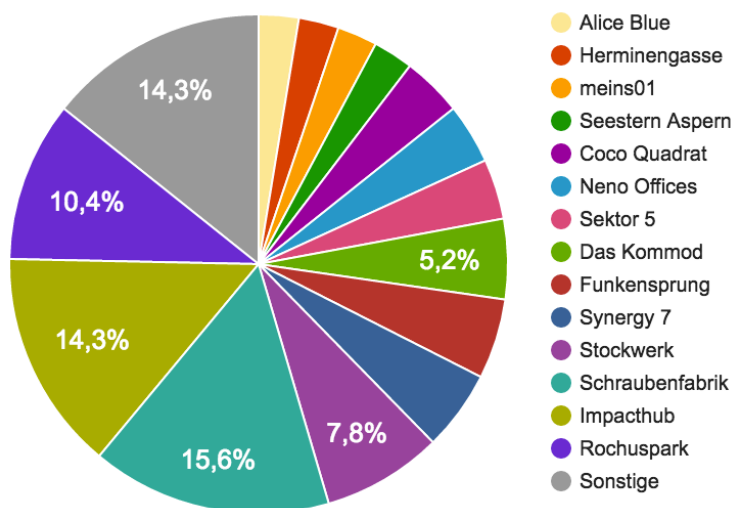
5.2.1 Gruppe Coworking

5.2.1.1 Coworking Spaces

Gesammelt			Sonstige	
Space	Anzahl		Space	Anzahl
Alice Blue	2		Birdhouse	1
Herminengasse	2		Birds Nest	1
meins01	2		Cocotera Tarifa	1
Seestern Aspern	2		Cospace	1
Coco Quadrat	3		Coworking Space Wien	1
Neno Offices	3		Dom AW	1
Sektor 5	3		Google Campus	1
Das Kommod	4		Loffice	1
Funkensprung	4		Lofteros	1
Synergy 7	4		Puls4	1
Stockwerk	6		Regus Shared Space	1
Schraubenfabrik	12			
Impacthub	11			
Rochuspark	8			
Sonstige	11			

Die 77 Testpersonen repräsentieren in Summe 26 verschiedene Wiener Coworking Spaces. 11 davon wurden jeweils von lediglich einer Person angegeben. Zur vereinfachten Darstellung wurden diese in der Gruppe „Sonstige“ zusammengefasst.

Tabelle 8: Angegebene Coworking Spaces der Testpersonen



Die prozentuelle Verteilung fällt wie folgt aus: Mit 12 Teilnehmern bezieht sich der Großteil der Testpersonen (15,6 %) bei den Angaben auf den Coworking Space „Schraubenfabrik“. Danach kommen der „Impact Hub“ und „Rochuspark“. Sowohl von der „Schraubenfabrik“, als auch vom „Rochuspark“ wurden im Vorfeld Experteninterviews mit den Betreibern geführt. Dadurch lassen sich diese Daten sehr gut im Kapitel „Interpretation der Ergebnisse“

Abbildung 11: Verteilung der Probanden auf die Coworking Spaces

miteinander abgleichen und die Forschungsfrage beantworten, ob Kunden und Betreiber die einzelnen Kriterien gleichermaßen gewichten.

5.2.1.2 Zufriedenheit

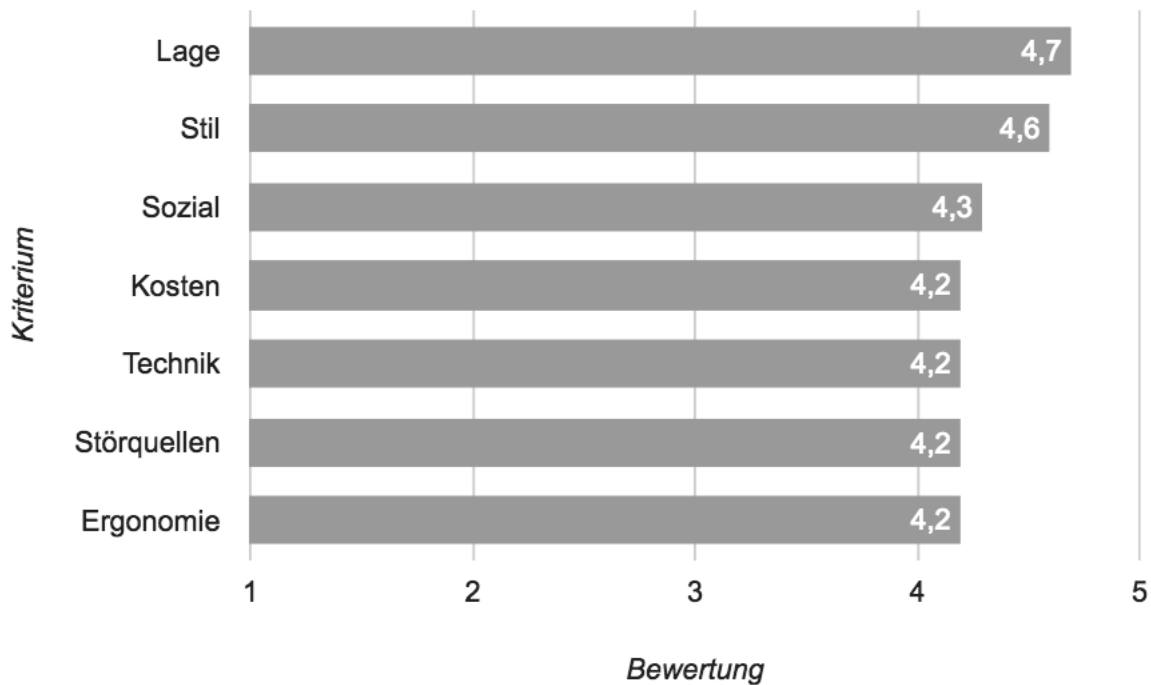


Abbildung 12: Diagramm Zufriedenheit Gruppe Coworking (1 = sehr schlecht, 5 = sehr gut)

Wie im oberen Diagramm ersichtlich, bewegt sich die Zufriedenheit der Probanden mit den verschiedenen Kriterien zwischen 4 („Zufrieden“) und 5 („Sehr zufrieden“). Der Durchschnitt aller Kriterien liegt bei 4,3.

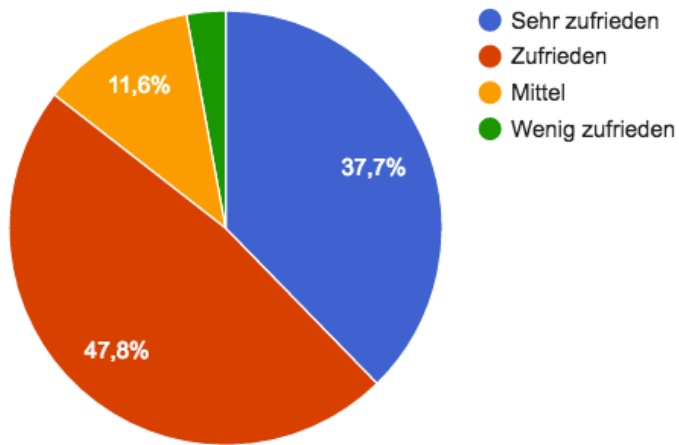
Am besten wurde die Lage bewertet. 68 % der Befragten waren mit der Lage des Coworking Spaces „Sehr zufrieden“. Der Stil der Coworking Spaces wurde durchschnittlich mit 4.6 bewertet. Mit 4,1 Punkten wurden Störquellen am schlechtesten bewertet. Zwei Personen (3 %) gaben an, mit diesen „Sehr unzufrieden“ zu sein. 9 % der befragten stufen die Kosten für den Arbeitsplatz im Coworking Space als „Wenig zufriedenstellend“ ein. 13 % sind mit der Ergonomie nur „Mittel“ zufrieden.

	Sehr zufrieden (1)	Zufrieden (2)	Mittel (3)	Wenig zufrieden (4)	Sehr unzufrieden (5)
Lage	68% 47	30% 21	0% 0	1% 1	0% 0
Stil	66% 44	27% 18	4% 3	3% 2	0% 0
Soziale Interaktion	44% 30	46% 31	7% 5	3% 2	0% 0
Kosten	47% 32	38% 26	6% 4	9% 6	0% 0
Technische Ausstattung	34% 23	54% 37	7% 5	4% 3	0% 0
Ergonomie	38% 26	45% 31	13% 9	4% 3	0% 0
Störquellen	33% 23	46% 32	13% 9	4% 3	3% 2

Tabelle 9: Verteilung Zufriedenheit Coworking

Das arithmetische Mittel aller Kriterien liegt bei 4,3. Im Durchschnitt betrachtet ergibt sich ein recht homogenes Bild, welches eindeutig in die positive Richtung tendiert. Die jeweilige Standardabweichung fällt wie folgt aus:

- Störquellen (0,95)
- Kosten (0,91)
- Ergonomie (0,81)
- Technische Ausstattung (0,75)
- Soziale Interaktion (0,73)
- Stil (0,72)
- Lage (0,56)



Das Tortendiagramm auf der linken Seite zeigt, wie zufrieden die Probanden insgesamt mit ihrem Arbeitsumfeld sind. Diese Information wurde in einer eigenen Frage eingeholt. Mit 48 % ist fast die Hälfte der Befragten insgesamt „Zufrieden“. Rund 1/3 sogar „Sehr zufrieden“. „Sehr unzufrieden“ wurde kein einziges Mal angegeben. Das arithmetische Mittel dieser Angabe liegt bei einer Standardabweichung von 0,75 bei 4,2 von 5.

Abbildung 13: Gesamtzufriedenheit Arbeitsplatz (eigene Angaben)

5.2.1.3 Branchenverteilung Coworking

Unten der Gruppe Coworking sieht die Verteilung auf die unterschiedlichen Branchen ein wenig anders aus als bei beiden Gruppen gemeinsam. Mit 34 % kommen rund 1/3 der Coworker aus der Webbranche. 1/4 ist im Marketingbereich tätig.

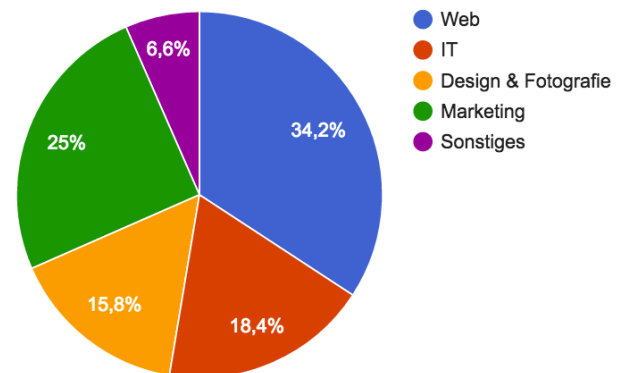


Abbildung 14: Branchenverteilung Coworking

5.2.1.4 Zufriedenheit nach Branche

Als nächstes wird die Zufriedenheit relativ zu den einzelnen Branchen untersucht.

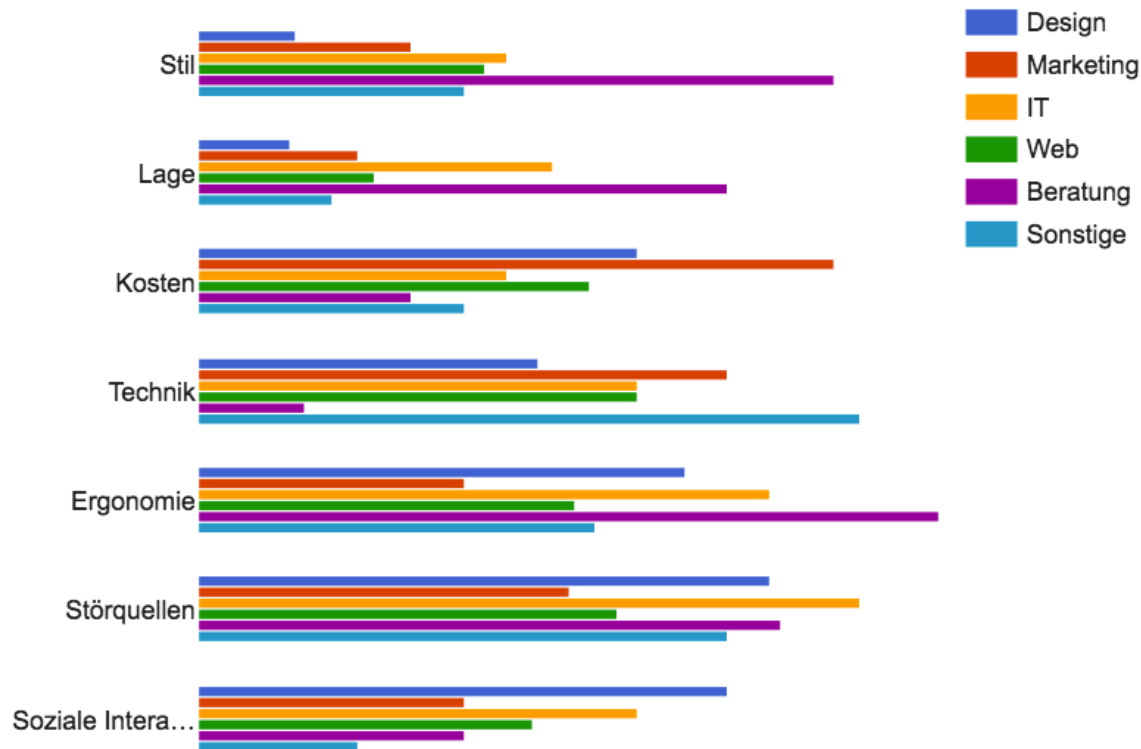


Abbildung 15: Zufriedenheit nach Kriterien und Branchen

Aus dieser Darstellung lässt sich ein klarer Unterschied in der Zufriedenheit relativ zu den jeweiligen Tätigkeitsfeldern der Selbstständigen ableiten. Selbstständige, aus der Branche „Design & Fotografie“ (44) sind mit Stil und Lage des Coworking Spaces im Verhältnis zu den anderen Branchen eher unzufrieden. Mit der sozialen Interaktion hingegen sind sie relativ zu den restlichen Branchen am meisten zufrieden. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass gestalterischen Tätigkeiten meist mit Kreativität verbunden sind und externes Feedback von Außenstehenden während des Gestaltungsprozesses hilfreich ist.

Selbstständige aus dem Marketingbereich (20) sind mit den Kosten, die durch den Besuch eines Coworking Spaces entstehen, mehr zufrieden als Selbstständige aus anderen Branchen. Möglicherweise liegt das daran, dass marketingaffine Personen einen genaueren Überblick über die persönlichen Finanzen haben und daher die Entscheidung, zusätzlich Geld für einen Coworking Space auszugeben, reflektierter entschieden haben und daher ihren persönlichen Kosten- Nutzenfaktor bei einem Besuch des Coworking Spaces besser kennen.

Probanden aus der IT-Branche (23) stufen den Stil des Spaces durchschnittlich am schlechtesten ein. Etwaige Störquellen hingegen sehen sie nicht als Problem.

Teilnehmer aus der Webbranche (47) sind gegenüber anderen Branchen mit keinem Kriterium zufriedener als die anderen, wodurch sich bei dieser Betrachtung ein recht homogenes Bild ergibt.

In der Beratungsbranche zeichnet sich wiederum ein signifikantes Bild ab. Stil, Lage, und Ergonomie bewerten Probanden aus der Beratungsbranche relativ zu den anderen Branchen am besten. Dies könnte damit zusammenhängen, dass diese Gruppe häufig Kundengespräche führt und daher viel Wert auf einen professionellen und verkehrstechnisch gut angebundenen Arbeitsplatz legt. An dieser Stelle muss allerdings berücksichtigt werden, dass diese Branchenkategorie mit 13 Personen die kleinste der definierten Kategorien darstellt und daher nicht die gleiche Aussagekraft aufweist wie die anderen Branchen.

5.2.1.5 Zufriedenheit relativ zur Beschaffenheit des Spaces

In diesem Kapitel wird versucht herauszufinden, ob Parallelen zwischen der Beschaffenheit (Größe, Anzahl Arbeitsplätze) und der Zufriedenheit der Mitglieder bestehen. Dazu werden die Umfrageergebnisse jener Teilnehmer aus den Coworking Spaces „Impact Hub“, „Schraubenfabrik“ und „Rochuspark“ genauer untersucht. Diese drei Spaces werden ausgewählt, da die meisten Probanden sich auf diese beiden Spaces beziehen und zu zwei davon detaillierte Hintergrundinformationen aus den Experteninterviews vorliegen.

Die drei Spaces sind mit jeweils über 1000 m² Nutzfläche und mehr als 50 Arbeitsplätzen verglichen mit den restlichen 26 untersuchten Spaces sehr groß. Ohne Berücksichtigung dieser Spaces liegen die durchschnittliche Werte der Wiener Coworking Spaces bei 149 m² Nutzfläche und 15 Arbeitsplätzen.

Daher eignen sich die drei Spaces hervorragend um die Auswirkung von Nutzfläche und Arbeitsplatzzahl auf die Zufriedenheit der Mitglieder zu untersuchen. Dazu werden die Angaben, die die Probanden (n=41) zu den drei Spaces getätigt haben, mit den Angaben der Selbstständigen aus den restlichen 23 Spaces (n=36) verglichen.

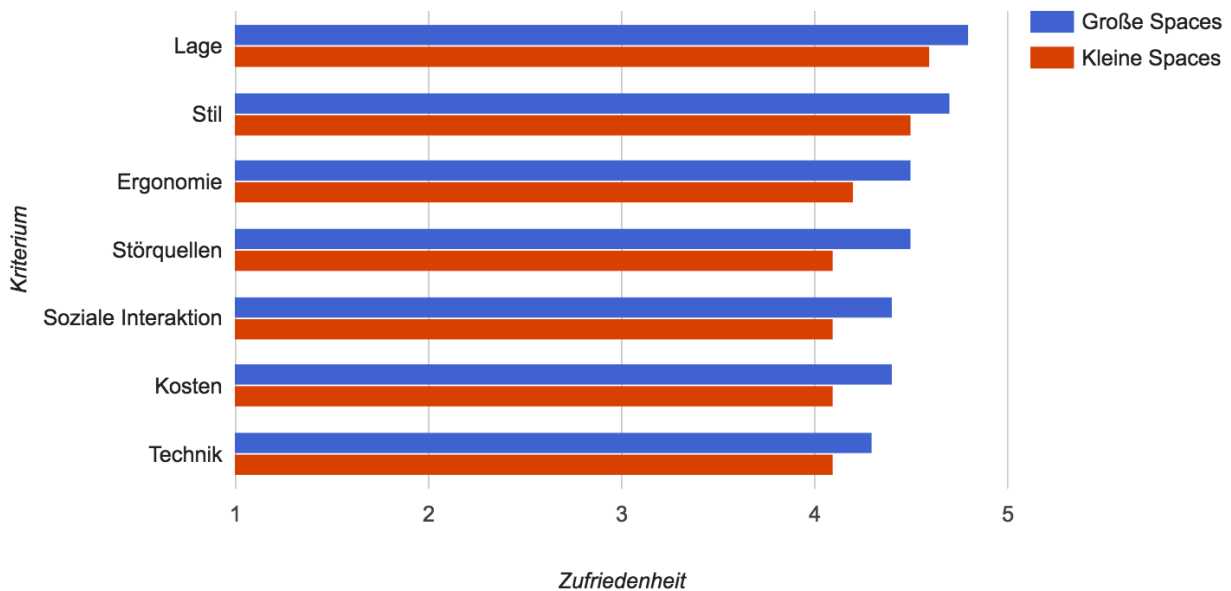


Abbildung 16: Zufriedenheit nach Größe des Spaces. Große Spaces: n=41. Kleine Spaces: n=36.

Das obenstehende Balkendiagramm verdeutlicht, dass Coworker, die in größeren Spaces arbeiten, mit allen Kriterien zufriedener sind als jene, die in kleineren Spaces eingemietet sind. Der Unterschied liegt je nach Kriterium zwischen 0,2 und 0,4 Punkten.

Da die Unterschiede bei den einzelnen Kriterien ähnlich stark ausfallen, lassen sich keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf die einzelnen Kriterien feststellen. Die Gesamtzufriedenheit der Probanden aus den großen Spaces liegt bei 4,6 / 5. Bei den kleinen Spaces fällt diese mit 4,1 / 5 um 0,5 Punkte schlechter aus.

An dieser Stelle muss allerdings berücksichtigt werden, dass es neben der Größe der Spaces noch eine Vielzahl anderer Faktoren gibt, durch welche die jeweiligen Spaces charakterisiert sind. Die dargelegten Unterschiede sind daher nicht zwingend nur auf die Größe der Spaces zurückzuführen, sondern können auch durch andere Unterschiede bedingt sein.

5.2.1.6 Gewichtung

Neben der Frage nach der Zufriedenheit wurden die Probanden ebenfalls gebeten, die einzelnen Kriterien subjektiv zu gewichten („Sehr wichtig“ bis „Sehr unwichtig“). Allgemein betrachtet ergibt sich auch hier ein sehr einheitliches Bild mit nur wenig Abweichungen zwischen den einzelnen Kriterien. Durchschnittlich wurden alle Aspekte als „Wichtig“ eingestuft.

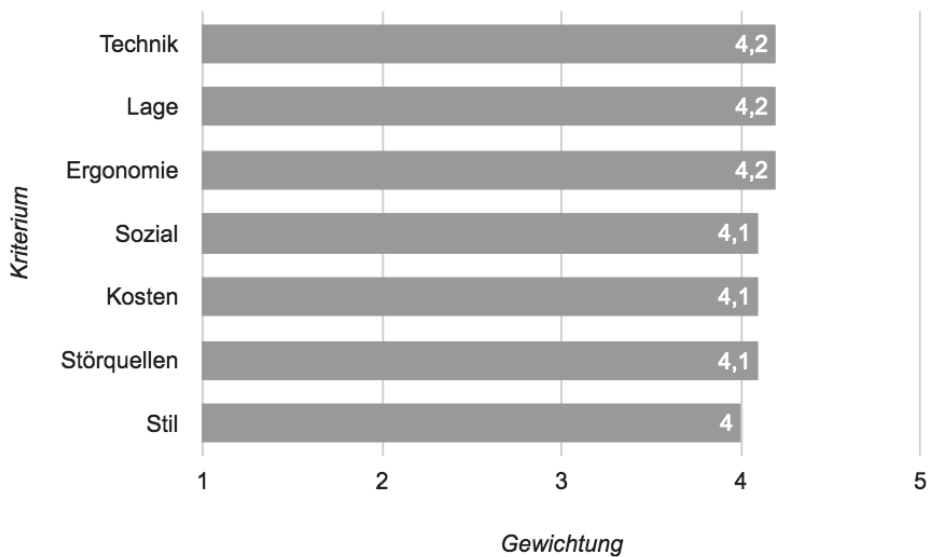
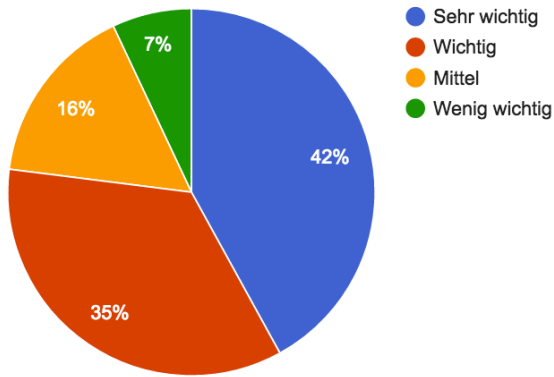


Abbildung 17: Diagramm Gewichtung Coworking

Mit 4,2 von 5 Punkten ist die technische Ausstattung nach Meinung der Testpersonen am wichtigsten. 39 % gaben an, dass diese „Sehr wichtig ist“, 45 % „Wichtig“ und 14 % „Mittel“. Diese Tatsache könnte mit dem Umstand zusammenhängen, dass der Großteil der Befragten aus den Branchen „Design & Fotografie“, „IT“ und „Web kommen“. In diesen Branchen werden häufig technische Geräte (Kamera, Zeichenpad) bzw. eine Internetanbindung für die professionelle Arbeit benötigt.

	Sehrwichtig (1)	Wichtig (2)	Mittel (3)	Wenigwichtig (4)	Nicht wichtig (5)
Technische Ausstattung	39% 27	45% 31	14% 10	1% 1	0% 0
Lage	32% 22	55% 38	13% 9	0% 0	0% 0
Ergonomie	35% 24	51% 35	12% 8	1% 1	1% 1
Soziale Interaktion	42% 29	35% 24	16% 11	7% 5	0% 0
Kosten	28% 19	57% 39	14% 10	1% 1	0% 0
Störquellen	32% 22	48% 33	17% 12	1% 1	1% 1
Stil	23% 16	58% 40	16% 11	3% 2	0% 0

Tabelle 10: Gewichtung Kriterien Coworking



Auffallend ist, dass die Einstufung „Wenig wichtig“ am Häufigsten für das Kriterium „Soziale Interaktion“ gewählt worden ist. Die genaue Verteilung der Angaben für dieses Kriterium ist in dem linksstehenden Diagramm ersichtlich. Das arithmetische Mittel der Gewichtungen liegt bei 4.1. Ebenso wie bei der Zufriedenheit, bewegt sich auch bei der Gewichtung der Kriterien die Standardabweichung mit maximal 0,93 in einem überschaubaren Rahmen.

Abbildung 18: Verteilung Zufriedenheit mit sozialer Interaktion

- Soziale Interaktion (0,93)
- Störquellen (0,82)
- Ergonomie (0,79)
- Technische Ausstattung (0,74)
- Stil (0,71)
- Kosten (0,68)
- Lage (0,64)

5.2.1.7 Gewichtung nach Branche

Das folgende Diagramm zeigt die Gewichtung der einzelnen Kriterien aufgeschlüsselt nach Branche.

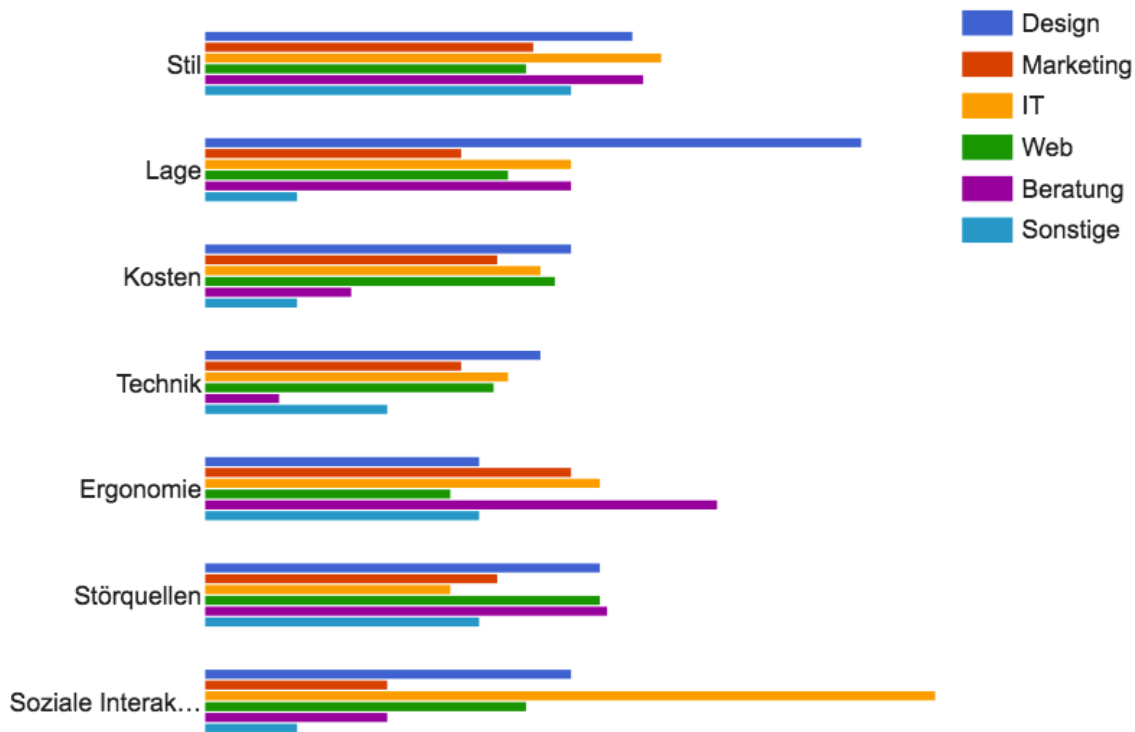


Abbildung 19: Gewichtung nach Branche

Selbstständige aus der Designbranche legen demnach erheblich mehr Wert auf die Lage ihres Arbeitsplatzes als andere Branchen. Eine passende technische Ausstattung und die mit dem Space verbundenen Kosten sind ihnen nur knapp wichtiger als anderen Branchen.

In der IT Branche lässt sich feststellen, dass diese mit Abstand am meisten Wert auf die soziale Interaktion am Arbeitsplatz legt.

Ebenfalls stark auffällig ist, dass Selbstständigen aus der Beratungsbranche die in dem Coworking Space verfügbare technische Ausrüstung weitgehend egal ist. Ebenso spielen Kosten und soziale Interaktion eine eher untergeordnete Rolle.

Ebenso wie bei der Zufriedenheit der einzelnen Kriterien, besteht auch bei der Webbranche kein signifikanter Unterschied gegenüber den anderen Branchen.

5.2.1.8 Vergleich Gewichtung durch Betreiber & Coworker

An dieser Stelle wird die Forschungsfrage geklärt, ob Betreiber von Coworking Spaces und Coworker die einzelnen Kriterien für ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld gleichermaßen gewichten. An dieser Stelle muss allerdings erwähnt werden, dass die Stichmenge in der Gruppe der Betreiber mit zwei Probanden vergleichsweise niedrig ausfällt und diese daher weniger repräsentativ ist als jene der Coworker.

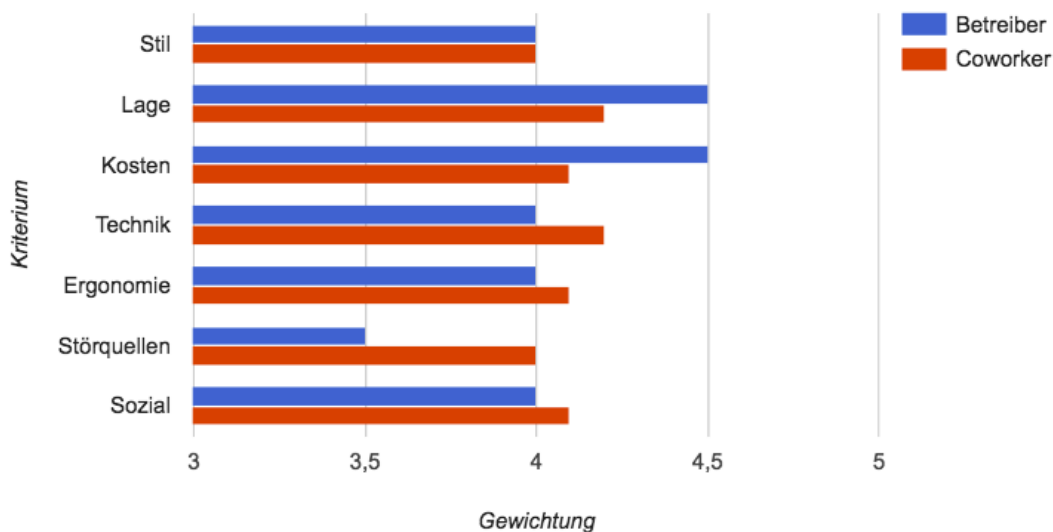


Abbildung 20: Vergleich Gewichtung Betreiber & Coworker

In dem angeführten Diagramm lässt sich erkennen, dass Stil, Ergonomie und soziale Interaktion von beiden Gruppen relativ ähnlich eingestuft werden. Den Faktor Lage und Kosten des Arbeitsplatzes schätzen die befragten Experten wichtiger ein als deren Kunden. Die stärkste Diskrepanz ist bei der Einschätzung der Störquellen festzustellen. Dies bewerten Coworker doppelt so wichtig gegenüber Betreibern.

5.2.2 Gruppe Home Office

5.2.2.1 Zufriedenheit

In der Gruppe Home Office fällt die Zufriedenheit mit den einzelnen Kriterien des Arbeitsplatzes weitaus schlechter aus als in der Gruppe „Coworking“.

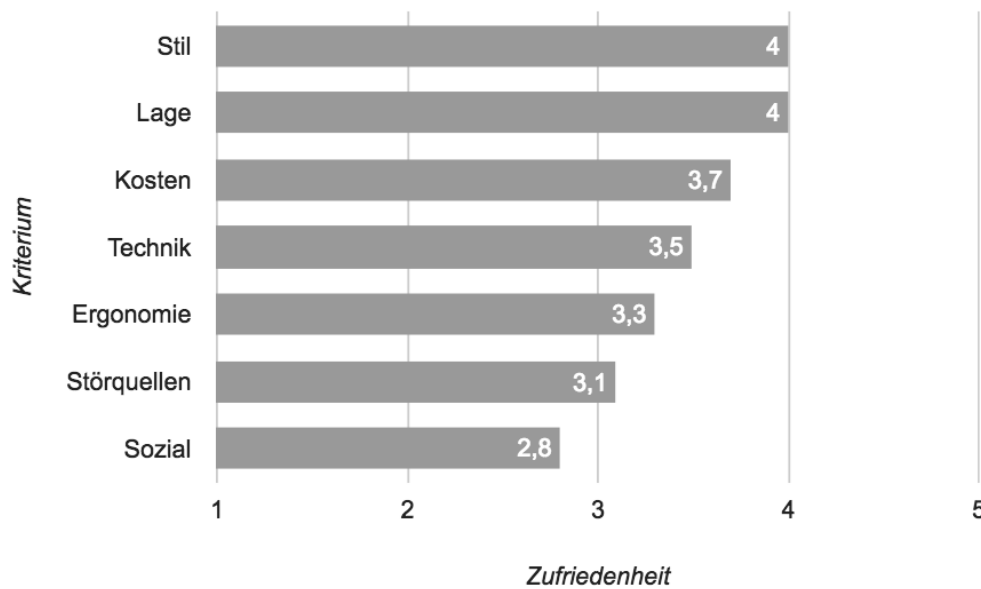


Abbildung 21: Durchschnittliche Zufriedenheit nach Kriterien Home Office

Mit einem Durchschnitt von 4.0 von 5 Punkten wurde der Stil und die Lage gleichermaßen am besten bewertet. Dennoch gaben 6 % an, mit dem Stil „Sehr unzufrieden“ zu sein, und 4 % sind „Wenig zufrieden“.

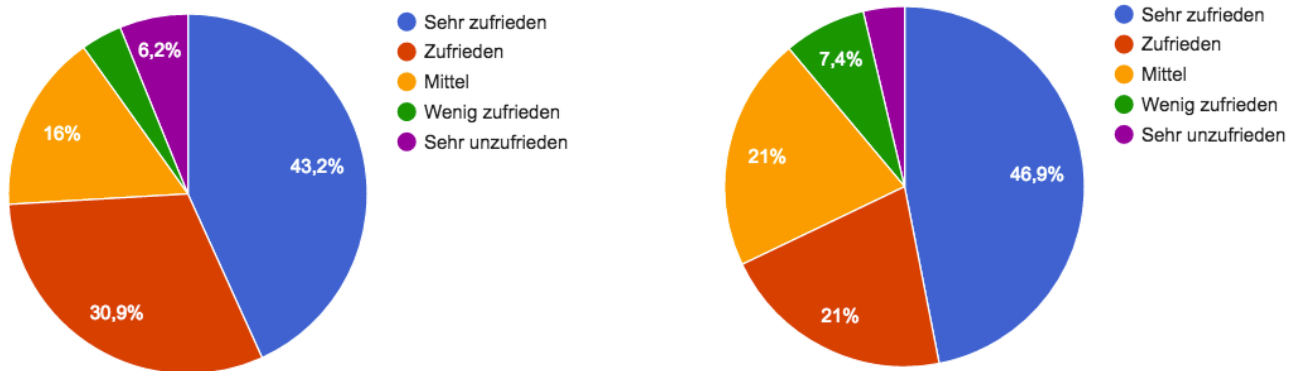


Abbildung 23: Zufriedenheit mit dem "Stil" des Home Offices

Abbildung 22: Zufriedenheit mit der "Lage" des Home Offices

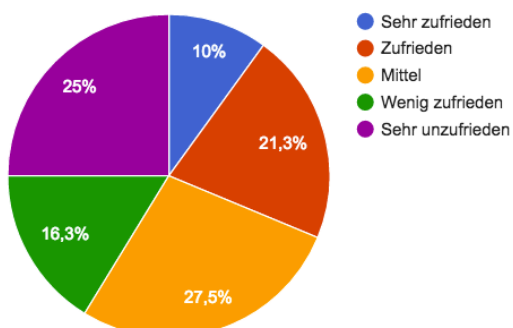


Abbildung 24: Zufriedenheit soziale Interaktion Home Office

Mit Abstand am negativsten empfinden die Probanden die soziale Interaktion am Arbeitsplatz im Home Office. 25 % der Befragten stufen die soziale Interaktion in ihrem Home Office als „Sehr unzufrieden ein“. Lediglich 10 % sind mit den sozialen Interaktion in

ihrem Home Office „Sehr zufrieden“, 21 % „zufrieden“. Das arithmetische Mittel aller Probanden liegt bei 2,8.

Abbildung 25: Zufriedenheit mit der "sozialen Interaktion" im Home Office

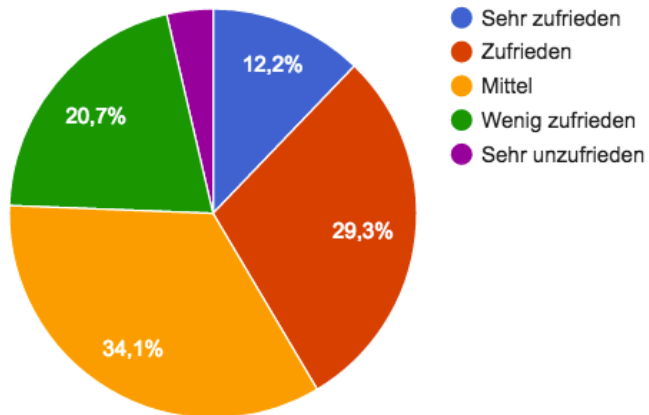
	Sehr zufrieden (1)	Zufrieden (2)	Mittel (3)	Wenig zufrieden (4)	Sehr unzufrieden (5)
Stil	43% 35	31% 25	16% 13	4% 3	6% 5
Lage	47% 38	21% 17	21% 17	7% 6	4% 3
Kosten	35% 29	21% 17	30% 25	9% 7	5% 4
Technische Infrastruktur	28% 22	25% 20	23% 18	16% 13	9% 7
Ergonomie	20% 16	28% 23	26% 21	21% 17	6% 5
Störquellen	14% 11	27% 22	31% 25	15% 12	14% 11
Soziale Interaktion	10% 8	21% 17	28% 22	16% 13	25% 20

Tabelle 11: Verteilung Zufriedenheit Home Office

Die aus den Angaben errechnete Gesamtzufriedenheit dieser Gruppe liegt bei 3,45. Die Standardabweichung fällt etwas größer aus als in der Gruppe „Coworking“. Mit 1,31 ist sie bei der sozialen Interaktion am größten.

	Minimum	Maximum	Median	Mean	Standard Deviation
Lage	1.00	5.00	2.00	2.00	1.14
Stil	1.00	5.00	2.00	1.99	1.14
Kosten	1.00	5.00	2.00	2.27	1.17
Technische Infrastruktur	1.00	5.00	2.00	2.54	1.28
Soziale Interaktion	1.00	5.00	3.00	3.25	1.31
Störquellen	1.00	5.00	3.00	2.88	1.22
Ergonomie	1.00	5.00	3.00	2.66	1.18

Tabelle 12: Statistische Kenngrößen Zufriedenheit Home Office



Der durchschnittliche Wert bei der Frage nach der Gesamtzufriedenheit mit dem Arbeitsplatz liegt bei 3.26. Die genaue Verteilung ist im linksstehenden Diagramm ersichtlich. Der Großteil stuft die Gesamtzufriedenheit mit „mittel“ ein. Lediglich 12% geben an, in Summe „Sehr zufrieden“ zu sein.

Abbildung 26: Diagramm Gesamtzufriedenheit Home Office

5.2.2.2 Gewichtung

Die Relevanz der Einzelnen Kriterien wurde in der Home Office Gruppe folgendermaßen gewichtet.

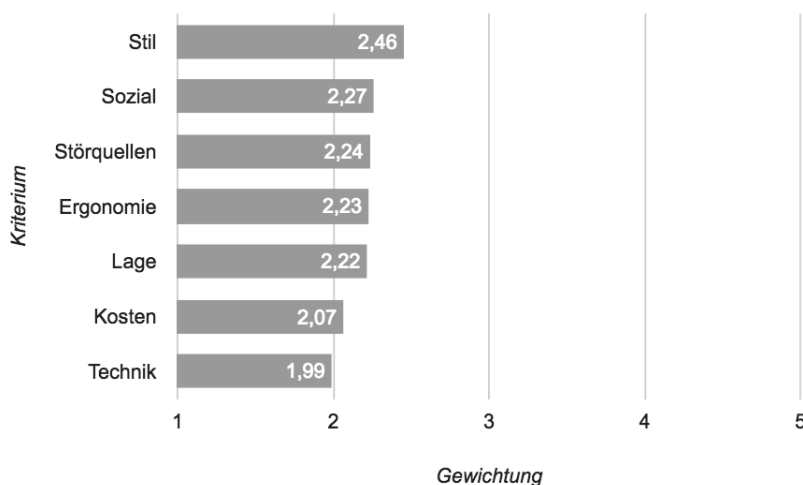


Abbildung 27: Gewichtung Kriterien Home Office

Die technische Ausstattung wird mit rund 2 von 5 Punkten durchschnittlich als am wenigsten relevant eingestuft. Der Stil des eigenen Home Office hingegen stellt für viele Selbstständige ein wichtiges Kriterium dar. Auffällig ist, dass die einzelnen Kriterien relativ ähnlich gewichtet wurden.

	Sehrwichtig (1)	Wichtig (2)	Mittel (3)	Wenigwichtig (4)	Nicht wichtig (5)
Lage	37% 30	26% 21	21% 17	13% 11	4% 3
Stil	23% 19	28% 23	32% 26	13% 11	4% 3
Kosten	41% 34	23% 19	26% 21	6% 5	4% 3
Technische Infrastruktur	43% 35	27% 22	22% 18	6% 5	2% 2
Soziale Interaktion	28% 23	28% 23	34% 28	9% 7	1% 1
Störquellen	30% 25	28% 23	29% 24	11% 9	1% 1
Ergonomie	27% 22	33% 27	32% 26	7% 6	1% 1

Tabelle 13: Verteilung Gewichtung Kriterien Home Office

5.2.3 Vergleich der beiden Gruppen

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Ergebnisse aus den beiden Gruppen in zusammengefasster Form gegenübergestellt. Dadurch soll die aufgestellte Hypothese verifiziert werden.

5.2.3.1 Zufriedenheit

Hinsichtlich der Zufriedenheit mit den einzelnen Kriterien der jeweiligen Arbeitsplätze ergibt sich ein sehr klares Bild. Jene Selbstständige, die in einem Coworking Space arbeiten, geben im Durchschnitt in allen Bereichen eine höhere Zufriedenheit an gegenüber jenen, die im Home Office arbeiten.

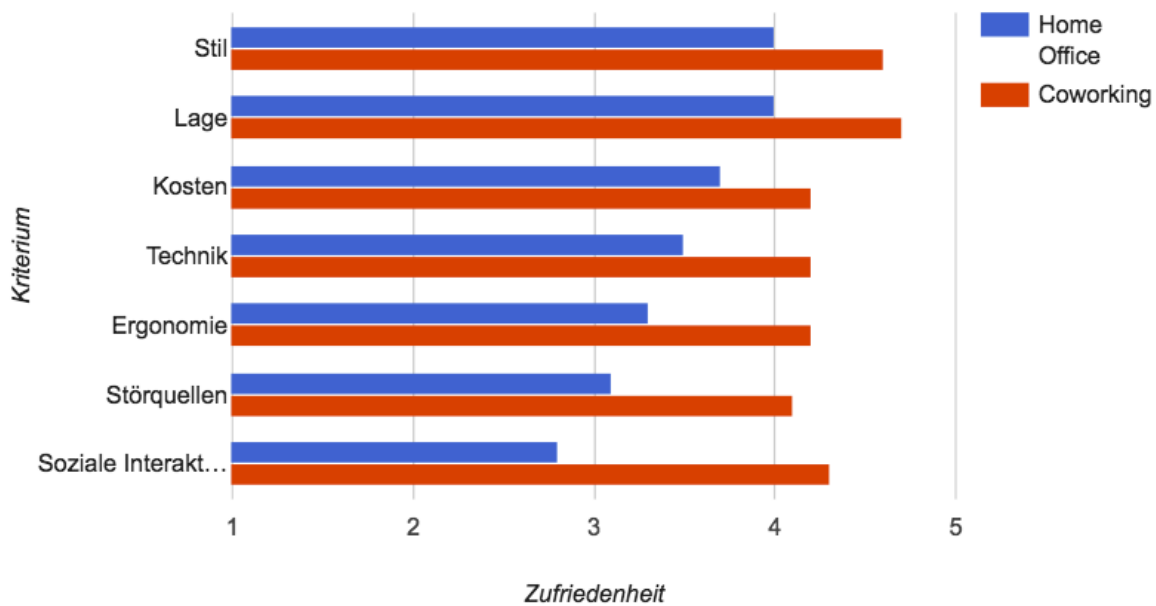
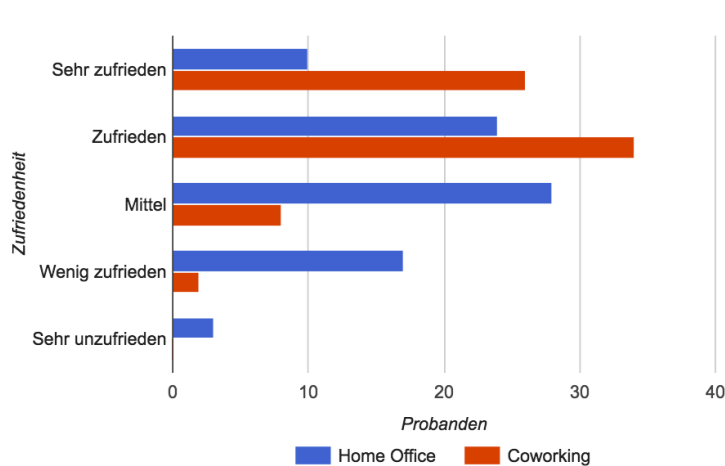


Abbildung 28: Vergleich Zufriedenheit einzelner Kriterien beider Gruppen

Am signifikantesten fällt der Unterschied bei dem Kriterium „soziale Interaktion“ aus. Während hier der durchschnittliche Wert in der Gruppe Home Office bei 2.8 von 5 Punkten liegt, sind es in der Coworking Space Gruppe 4,3. Der geringste Unterschied ist bei der Zufriedenheit mit dem Stil des Arbeitsumfeldes festzustellen. Hier sind die beiden Gruppen nur durch 0,6 Punkte getrennt. Der Coworking Gruppe ist mit Lage und Stil der Spaces am meisten zufrieden. Die Ablenkung durch Störquellen wurden hingegen am schlechtesten bewertet. Diese wurden in der Home Office Gruppe ebenfalls am zweit schlechtesten bewertet.



Das Ergebnis, dass Coworker eine höhere Zufriedenheit mit den einzelnen Kriterien ihres Arbeitsplatzes aufweisen, spiegelt sich ebenfalls eindeutig in der Frage nach der Gesamtzufriedenheit wieder. Im Home Office liegt diese bei 3,2, im Coworking Space bei 4.2.

Abbildung 29: Vergleich Gesamtzufriedenheit beider Gruppen

In der detaillierten Aufschlüsselung zeigt sich, dass in der Gruppe Coworking der überwiegende Großteil „Sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ mit dem Arbeitsplatz ist. Selbstständige, die im Home Office arbeiten, sind mit Ihrem Arbeitsumfeld Großteils nur „Mittel“ zufrieden.

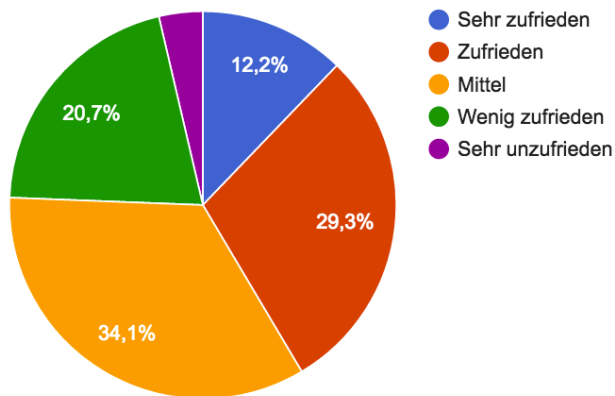


Abbildung 31: Verteilung Home Office

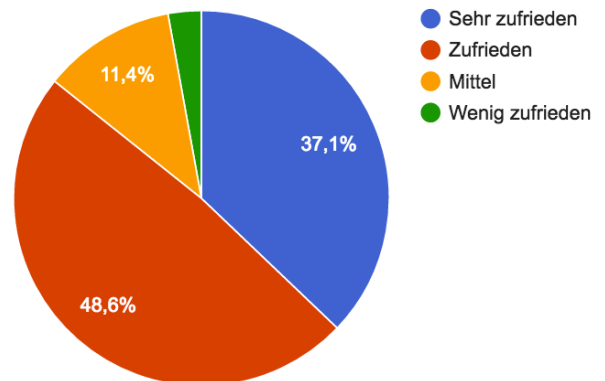


Abbildung 30: Verteilung Gesamtzufriedenheit Coworking

Ebenfalls interessant ist die Tatsache, dass die aus den einzelnen Kriterien errechnete Gesamtzufriedenheit in beiden Gruppen geringfügig höher liegt als der bei der Frage nach der Gesamtzufriedenheit angegebene Wert. Des Weiteren fällt die Standardabweichung der einzelnen Kriterien untereinander in der Coworking Gruppe geringer aus als im Home Office.

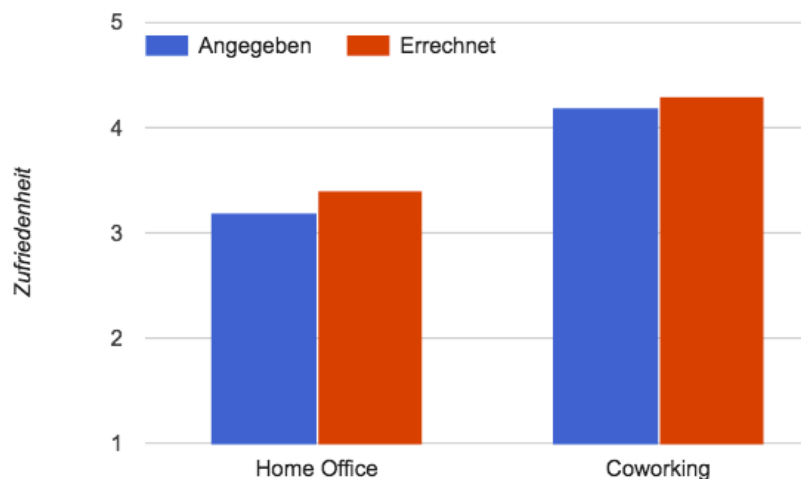


Abbildung 32: Vergleich Gesamtzufriedenheit beider Gruppen (errechnet & angegeben)

5.2.3.2 Gewichtung

Ein noch signifikanterer Unterschied ist in der unterschiedlichen Gewichtung der beiden Gruppen festzustellen. Die größte Divergenz mit über 2.2 Punkten besteht in der Gewichtung der technischen Infrastruktur.

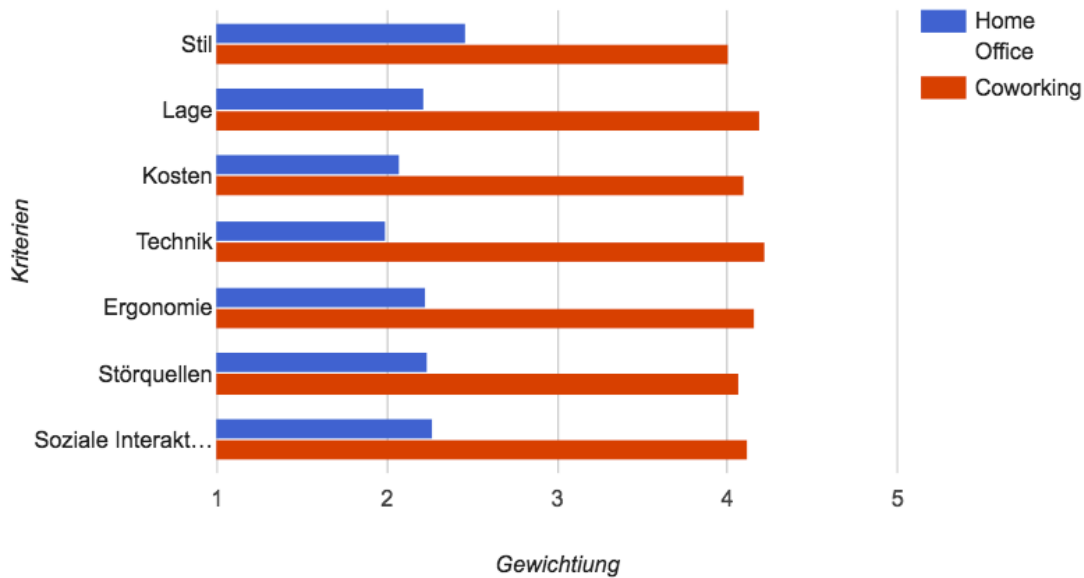


Abbildung 33: Vergleich Gewichtung der Kriterien beider Gruppen

Allgemein betrachtet gewichtet die Gruppe Home Office die einzelnen Kriterien in etwa halb so wichtig wie die Gruppe Coworking.

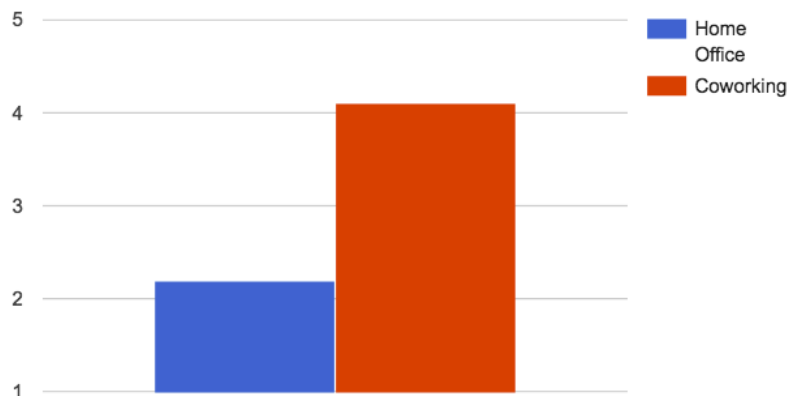


Abbildung 34: Durchschnittsgewichtung aller Kriterien beider Gruppen im Vergleich

Diese Daten erscheinen dem Autor plausibel. Selbstständige, die in einem Coworking Space arbeiten, haben sich bereits intensiv mit den verschiedenen Vor- und Nachteilen ihrer Arbeitsumgebung auseinandergesetzt und sich bewusst für einen Coworking Space entschieden. Daher treten sie verschiedenen Arbeitsumfeldern kritischer entgegen. Dadurch, dass sie bereits sind, monatlich für die Benützung eines Coworking Spaces zu bezahlen, ist die Tatsache naheliegend, dass ihnen die verschiedenen Aspekte des Arbeitsplatzes wichtiger sind als jenen, die bisher nur zu Hause gearbeitet haben.

COWORKING

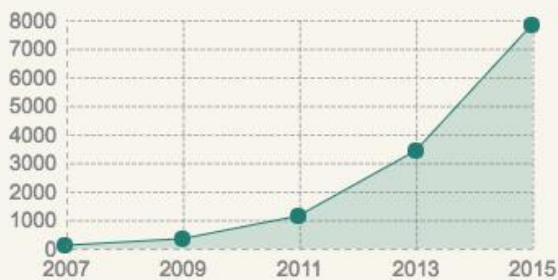
Home Office vs. Coworking

Results from Philipp Doblhoffs research in the course of his Honours Thesis at the SAE Technology Institute Vienna

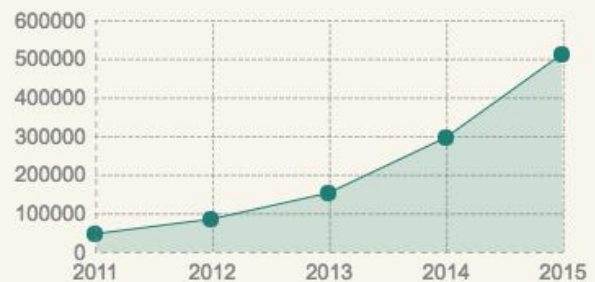
October 2016

Global Coworking Trend

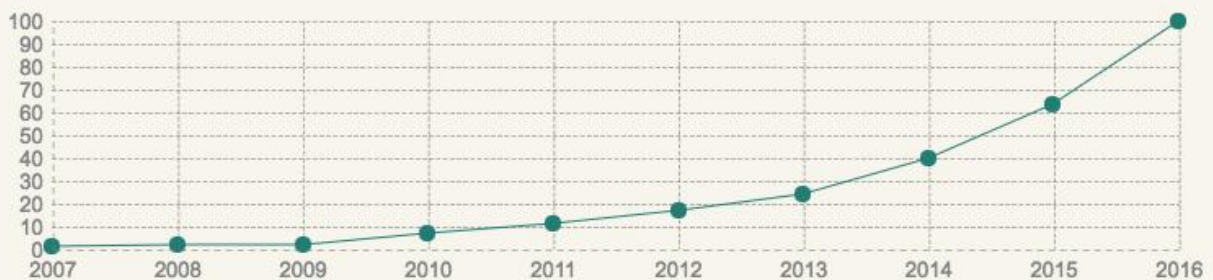
Coworking Spaces



Coworker



Google Searches for "Coworking"



Ø Coworking Space in Vienna

240 €
per month

23 €
per day

450
m² area

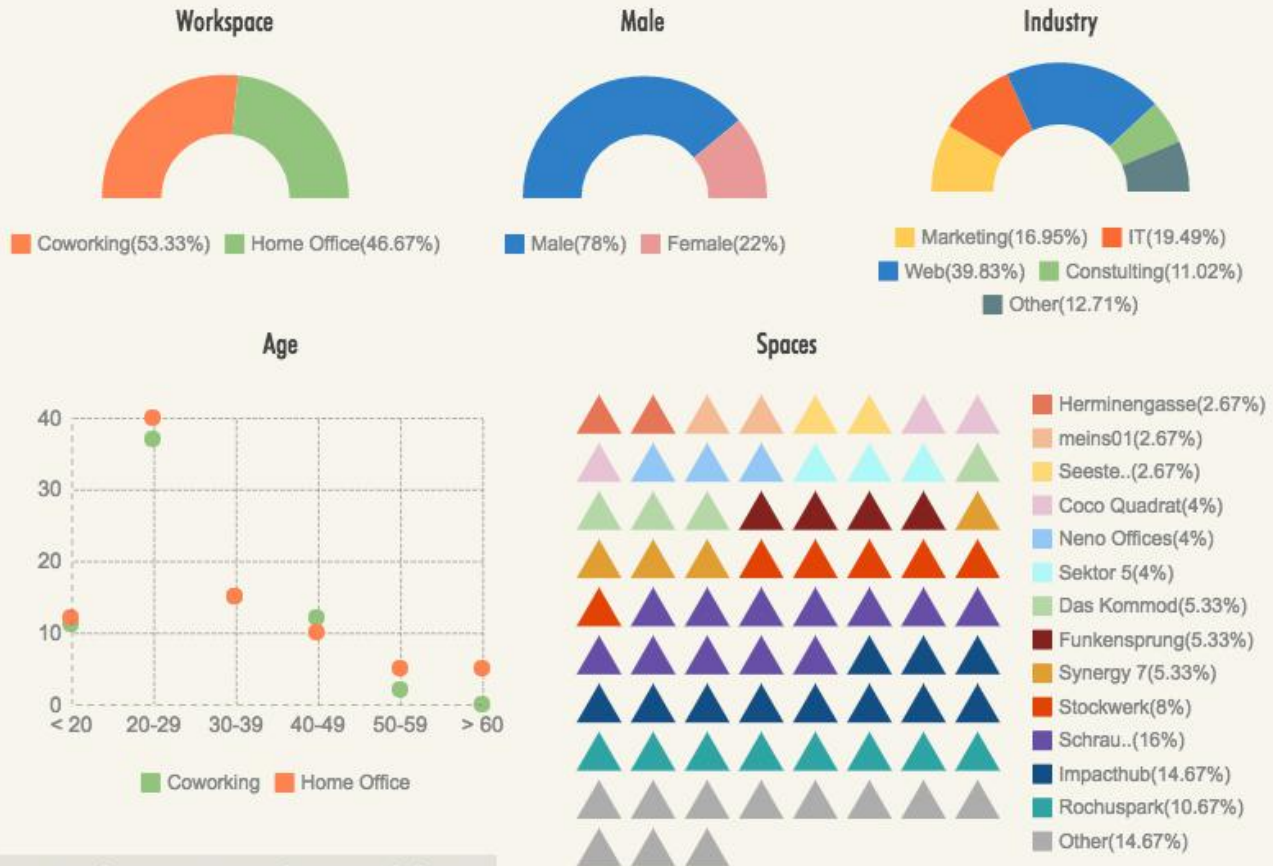
40
seats



Abbildung 35: Infografik Ergebnisse Studie.

Research Results

165 Survey Subjects

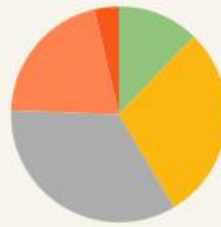
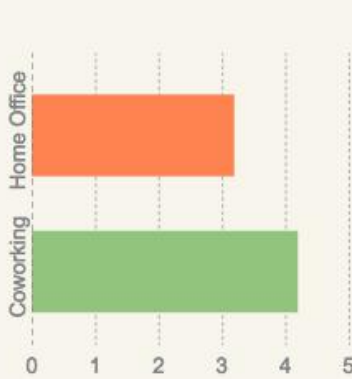


How happy are you with your workplace?



Abbildung 36: Infografik Ergebnisse Studie

How happy are you overall with your workplace?

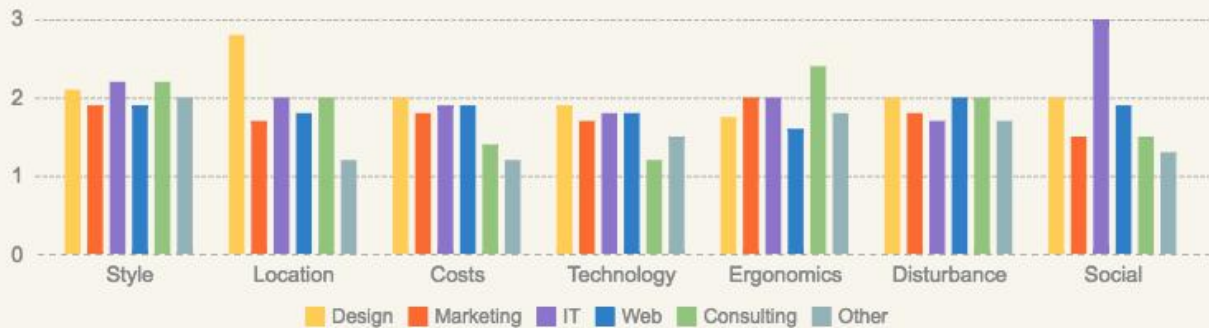


Home Office



Coworking

How relevant are these criteria for you?



THESIS

SELF-EMPLOYED PERSONS IN VIENNA SHOW A HIGHER DEGREE OF WORKPLACE CONTENTMENT AT COWORKING SPACES THAN IN PRIVATE HOME OFFICES

6 ZUSAMMENFASSUNG

6.1 Literaturverarbeitung

Im Grundlagenteil der Arbeit wurden zunächst die Begriffe „Selbstständigkeit“ und „Coworking“ erläutert und die für diese Arbeit relevanten Ausprägungsformen (Coworking Space, Open Space, Shared Office...) definiert.

Des Weiteren wurde der globale Coworking Trend anhand verschiedener Statistiken analysiert. Den rund 500.000 Coworkern stehen über 900 Spaces in 82 Ländern zur Verfügung, die in Summe knapp 40.000 Arbeitsplätze anbieten.

In einer eingehenden Recherche wurde zudem das lokale Angebot an Coworking Spaces in Wien untersucht. Dazu wurden zahlreiche Eckdaten zu 28 verschiedenen Coworking Spaces gesammelt. Im Durchschnitt sind Wiener Coworking Spaces in etwa 330 m² groß und bieten 30 Arbeitsplätze an. Die monatlichen Kosten für eine Mitgliedschaft belaufen sich durchschnittlich auf 240 €, ein Tagesticket kostet in etwa 23 €. Bei den meisten Spaces muss keine Kautions eingezahlt werden und Kündigungsfristen zählen ebenfalls zu der Ausnahme. Im 2. Bezirk sind am meisten Angebote zu finden, gefolgt vom 6. und 7. Bezirk.

Im Zuge der Literaturrecherche wurde mit Hilfe verschiedener Quellen versucht, ausschlaggebende Kriterien für die Zufriedenheit am Arbeitsplatz zu definieren. Diese wurden vom Autor in folgenden Überkategorien zusammengefasst: Stil, Lage, Kosten, Technik, Ergonomie, Störquellen, soziale Interaktion.

Zur Identifikation der Wissenslücke wurden Ergebnisse von drei vergangenen Studien zusammengetragen. Dabei hat sich gezeigt, dass es keine aktuellen Studien gibt, bei denen Home Offices und Coworking Spaces direkt gegenübergestellt werden um die Unterschiede in der Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz zu analysieren.

6.2 Die eigenen Forschungsergebnisse

6.2.1 Qualitative Interviews

Im Vorfeld der Umfrage wurden 2 Experteninterviews mit Betreibern von Wiener Coworking Spaces geführt. Einerseits mit Stefan Leitner-Sidl, Gründer und Betreiber des Coworking Space „Schraubenfabrik“. Andererseits mit Mike Pöll, Betreiber des Spaces „Rochuspark“. Zusammengefasst wurden folgende Gesichtspunkte für einen zufriedenstellenden Coworking Space erfasst:

- Standort
- Flexible Raumsituation
- Kosten
- Netzwerken mit der Community
- Teilen der Infrastruktur
- Ablenkungsmöglichkeiten

6.2.2 Quantitative Umfrage

Durch die statistische Auswertung der quantitativen Daten der Umfrage konnte die aufgestellte Hypothese, dass Selbstständige in einem Coworking Space zufriedener arbeiten als im Home Office, eindeutig verifiziert werden. Im Rahmen der Untersuchung wurden 165 gültige Umfrageergebnisse eingeholt. Davon wurden 77 der Gruppe „Coworking“ und 88 der Gruppe „Home Office“ zugeordnet. 78% der Probanden sind männlich und mit 47 % der Großteil im Alter zwischen 20-29 Jahren. Rund ein Drittel der Befragten kommen aus den Bezirken 3,4,5,6. Ebenfalls ein Drittel der befragten Coworker ist in der Webbranche tätig, 1 / 4 im Bereich „Marketing“.

Sowohl die einzelnen Aspekte (Stil, Lage, Kosten, Technik, Ergonomie, Störquellen, soziale Interaktion) als auch die Gesamtzufriedenheit wurden in der Gruppe Coworking Space durchschnittlich besser bewertet. Am signifikantesten fiel der Unterschied in der Zufriedenheit der beiden Gruppen bei der Frage nach der sozialen Interaktion am Arbeitsplatz aus. Bei der Gruppe Home Office lag die Zufriedenheit bei diesem Kriterium bei 2.8 / 5, in der Gruppe Coworking bei 4.3 / 5.

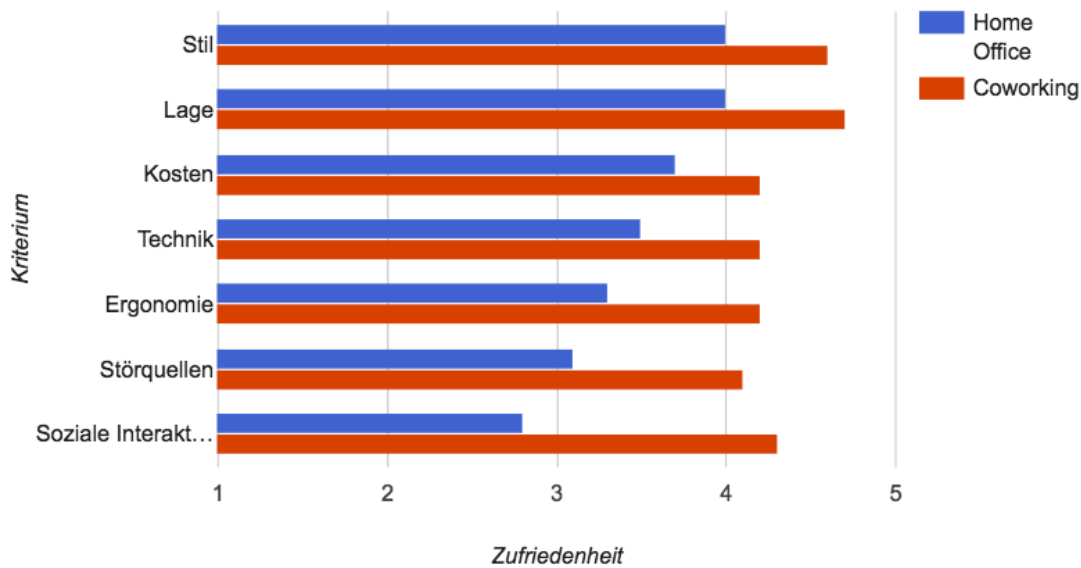


Abbildung 38: Zusammenfassender Vergleich der Zufriedenheit beider Gruppen

Die durchschnittliche Gesamtzufriedenheit bei der Gruppe Home Office liegt bei 3.2, im Coworking Space bei 4.2. Bei der aus den einzelnen Kriterien errechnete Gesamtzufriedenheit führt ebenfalls die Gruppe Coworking.

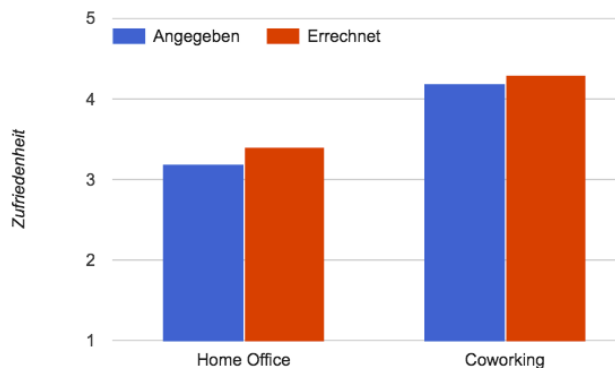


Abbildung 39: Vergleich Gesamtzufriedenheit

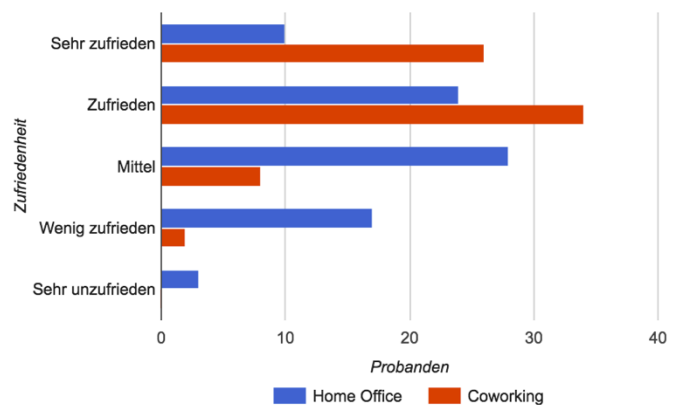


Abbildung 40: Vergleich Gesamtzufriedenheit

Bei der Aufschlüsselung der jeweiligen Zufriedenheit nach den einzelnen Branchen, ergab sich folgendes Bild:

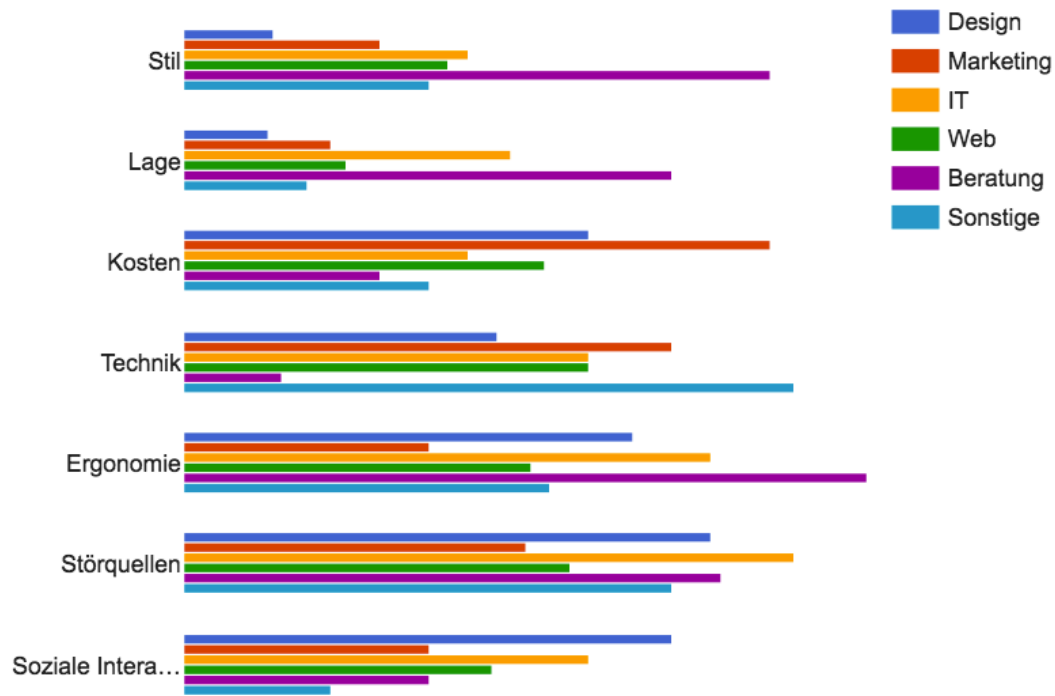


Abbildung 41: Zufriedenheit nach Kriterien und Branchen

In der Gewichtung der einzelnen Kriterien lassen sich ebenfalls branchenbezogene Unterschiede feststellen:

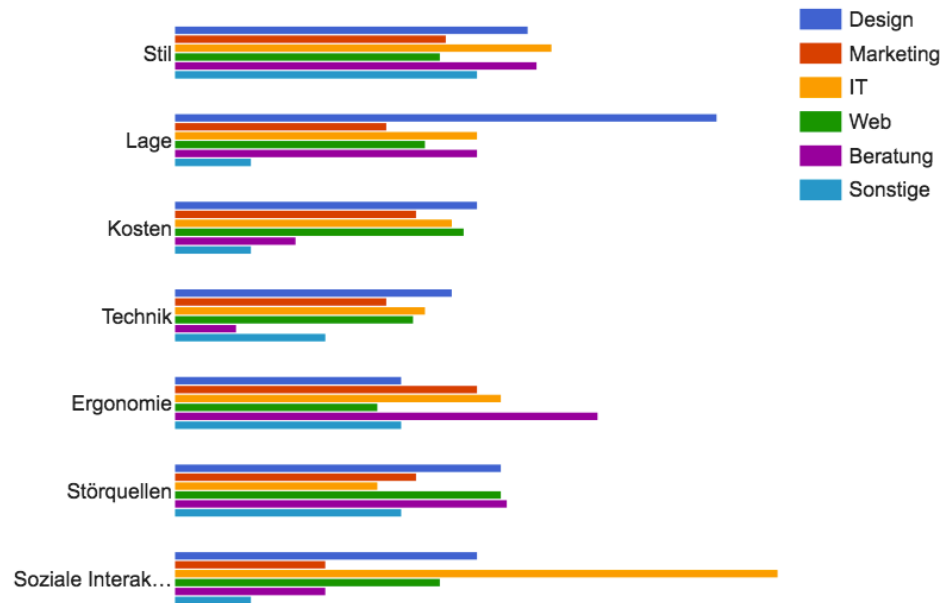


Abbildung 42: Gewichtung nach Branche

Es wurde ebenfalls untersucht, inwiefern sich die Größe eines Space auf die Zufriedenheit der Coworker auswirkt. Dazu wurden die Angaben der Coworker aus den drei größten Spaces (Impacthub, Schraubenfabrik, Rochuspark, n=36) mit den restlichen Angaben (n=41) der übrigen 26 Spaces verglichen.

Der Unterschied liegt je nach Kriterium zwischen 0,2 und 0,4 Punkten. Die Gesamtzufriedenheit der Probanden aus den großen Spaces liegt bei 4,6 / 5 und fällt damit gegenüber den kleinen Spaces um 0,5 Punkte besser aus. Da die Größe des Spaces allerdings nur einer von vielen Faktoren ist, ist dieser Unterschied nicht zwingend aussagekräftig.

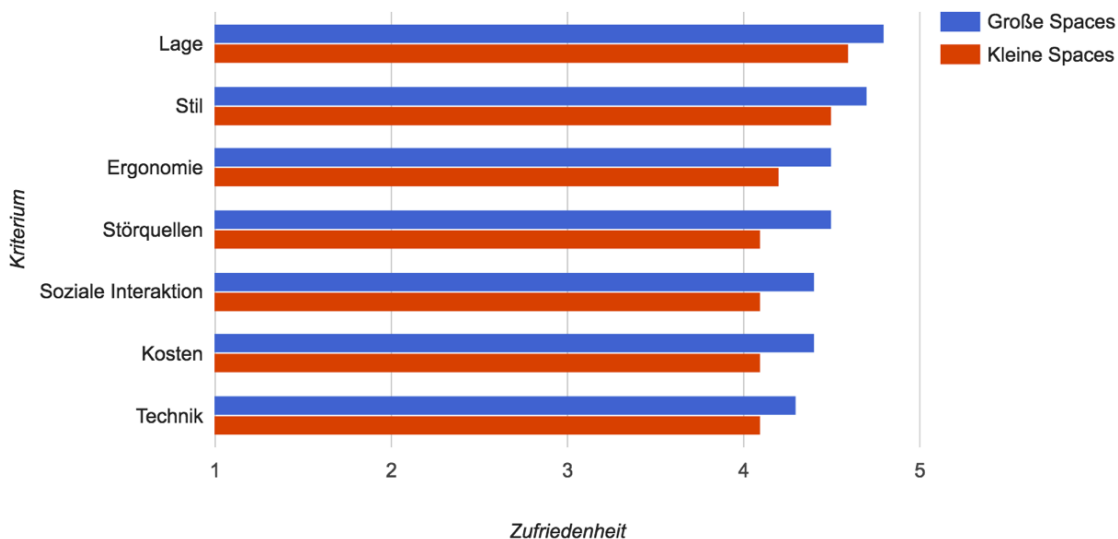


Abbildung 43: Zufriedenheit nach Größe des Spaces. Große Spaces: n=41. Kleine Spaces: n=36.

Des Weiteren konnte festgestellt werden, dass Selbstständige, die in einem Coworking Space arbeiten, die definierten Kriterien durchschnittlich etwa doppelt so relevant gewichten gegenüber Selbstständigen, die bisher nur im eigenen Home Office gearbeitet haben.

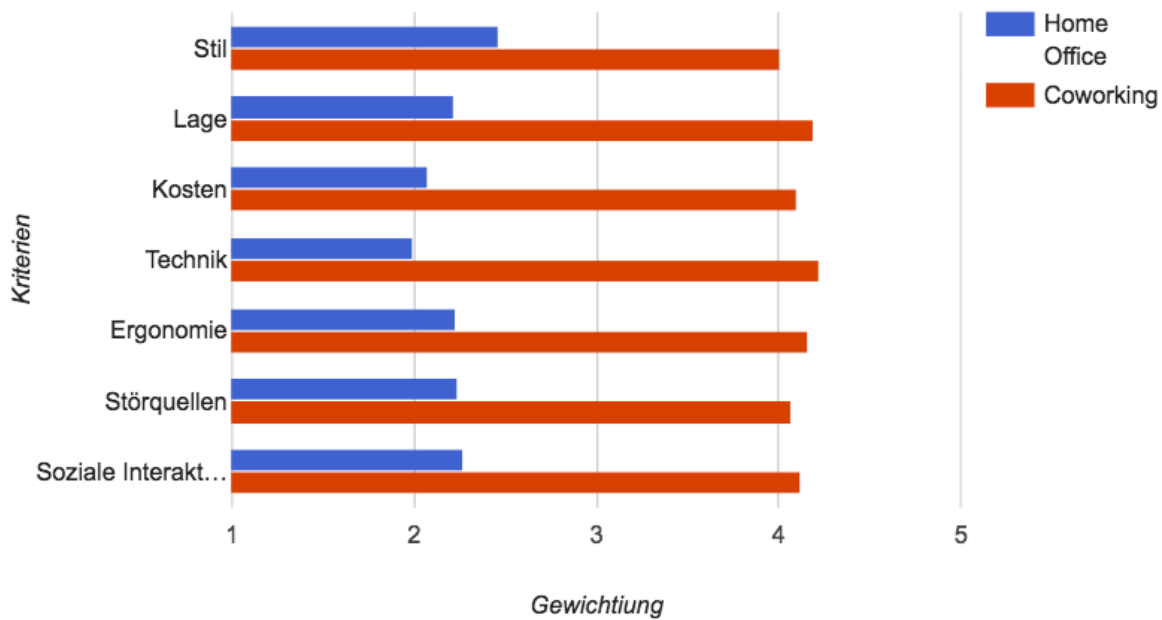


Abbildung 44: Durchschnittliche Gewichtung beider Gruppen

Die Forschungsfrage, ob Betreiber von Coworking Spaces die einzelnen Kriterien für ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld gleichermaßen gewichten wie Coworker, konnte ebenfalls beantwortet werden. Der Vergleich der Befragungen macht deutlich, dass der Großteil der Kriterien weitgehend ähnlich gewichtet werden. Lediglich der Faktor Störquellen wird von den befragten Betreibern signifikant weniger relevant eingestuft als von den Kunden.

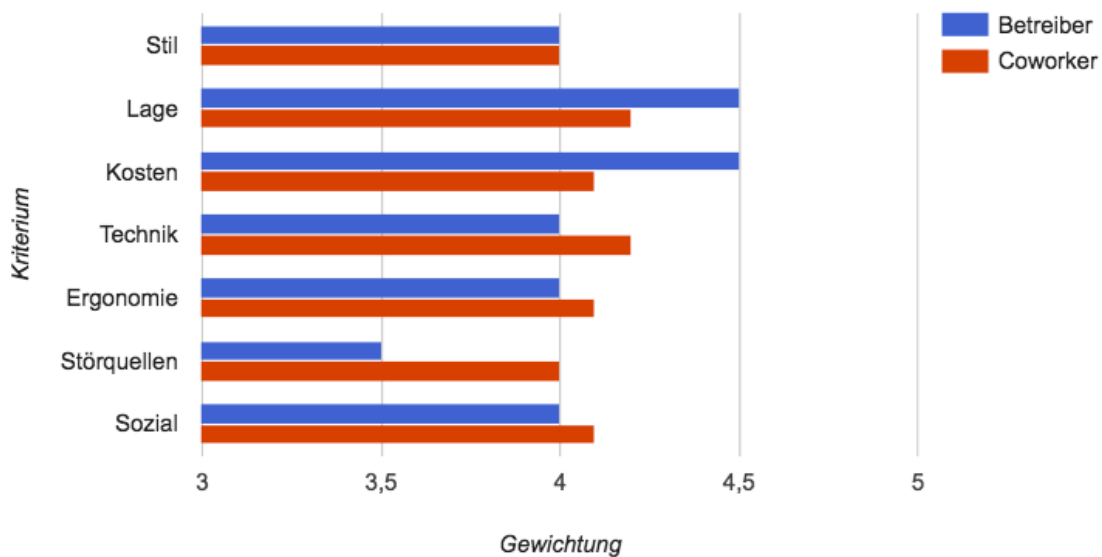


Abbildung 45: Vergleich Gewichtung Betreiber & Coworker

6.3 Kritische Reflexion der Arbeit

6.3.1 Analyse der Coworking Situation in Wien

Dadurch, dass nicht alle existierenden Wiener Coworking Spaces aufgelistet wurden und von vielen relevante Details nicht eruiert werden konnten, spiegeln die errechneten Durchschnittswerte (Kosten, Fläche, Anzahl Arbeitsplätze) vermutlich nur bedingt die Realität wieder. Dies gilt vor allem für die Nutzfläche und Anzahl der Arbeitsplätze.

6.3.2 Auswahl der Fragen

In Bezug auf die Gestaltung des Fragebogens ist dem Autor im Zuge der Datenbereinigung und der statistischen Auswertung einiges an Verbesserungspotenzial aufgefallen. Die Frage nach dem Tätigkeitsfeld der Probanden hätte rückblickend besser als Dropdown mit mehreren Auswahlfeldern gestaltet werden sollen. Dadurch wäre die spätere Durchsicht und manuelle Kategorisierung nicht mehr notwendig gewesen und die Beantwortung der Frage wäre für die Probanden einfacher gewesen. Selbiges gilt für die Auswahl des Coworking Spaces. Es hat sich gezeigt, dass der Großteil (85 %) aus 11 verschiedenen Coworking Spaces stammt. Die restlichen 15 % verteilten sich auf 11 weitere Spaces. Eine Auswahlliste der populärsten Spaces mit der Option „sonstige“ wäre dementsprechend sinnvoll gewesen.

Das primäre Ziel bei der Konzeption der Umfrage war, mit einer möglichst hohen Stichmenge die aufgestellte Hypothese verifizieren zu können. Daher fiel diese vergleichsweise sehr kurz aus. Rückblickend wären allerdings ein paar weiteren Fragen ebenfalls noch möglich gewesen. Beispielsweise die Anzahl der Wochenstunden die der Proband im Home Office oder Coworking Space gearbeitet hat oder wie hoch sein jährliches Bruttoeinkommen aus seiner selbstständigen Tätigkeit ist. Auf der anderen Seite hätte der Umfang dieser Arbeit die zusätzliche Auswertung weitere Daten vermutlich nicht zugelassen.

6.3.3 Einschränkung der Probanden

Die Einschränkung des Forschungsfokus auf Wien und Umgebung war rückblickend nicht sinnvoll. Eine flächendeckendere Befragung im gesamten deutschsprachigen Raum hätte bei selber Aussagekraft der Daten eine größere Stichmenge zur Folge gehabt.

6.3.4 Stichprobenfehler

Auf Grund fehlender Statistiken ist es schwierig, die Grundgesamtheit an Coworkern in Österreich zu definieren. Allerdings kann die Grundgesamtheit näherungsweise mit einem Vergleich angenommen werden. In Deutschland gab es im Jahr 2014 bei 80 Millionen Einwohnern (Wikipedia, 2016) ca. 11.000 Coworker (Deskmag, 2014). Das entspricht 0,01375 % der Gesamtbevölkerung. Legt man diesen Wert auf Österreich um, wären von 8,4 Millionen Personen (Wikipedia, 2016) etwa 1.200 Coworker.

Bei der vorliegenden Studie lag die Stichprobe in der Coworking Gruppe bei 77 (Entspricht ca. 7 % der Grundgesamtheit von 1.200). Bei diesen Annahmen und einem Vertrauensintervall von 80 % ergibt sich ein maximaler Stichprobenfehler von 7,07 %. In Anbetracht der Fragestellungen (5 Stufige Skala) ist dieser Wert nach Ansicht des Autors vertretbar. Um den Grenzwert von 5 % nicht zu überschreiten, wären 145 Angaben von Coworkern notwendig gewesen. (Bauinfoconsult, 2016)

Die Grundgesamtheit an Selbstständigen liegt laut Angaben der WKO bei 110.000 (WKO, 2016). Im Zuge der Studie lag die Stichprobe bei der Gruppe „Home Office“ bei 87 (entspricht 0,079 %). Daher liegt der maximale Stichprobenfehler bei 6,87 %. (Bauinfoconsult, 2016)

6.3.5 Verfälschung durch Gewinnspiel

Auf Grund des Gewinnspiels besteht die Möglichkeit, dass einige Probanden die Umfrage nur zum Zweck der Teilnahme ausgefüllt haben, ohne tatsächlich die Voraussetzungen für die Teilnahme zu erfüllen. Dadurch könnte sich das Messergebnisse verfälscht haben.

6.3.6 Bevölkerungsquerschnitt

Da der Aufruf zur Teilnahme an der Umfrage größtenteils in spezialisierten Foren und Facebook Gruppen stattfand, spiegelt die Stichmenge vermutlich nicht den gesamten Querschnitt der Selbstständigen in Wien wieder. Erkennbar ist dies bei der untypischen Verteilung der Geschlechter und Branchen.

6.3.7 Visuelle Darstellung der Rohdaten

Im Rahmen der Auswertung der Ergebnisse wurden zu vergleichende Datensätze nicht immer gleich dargestellt. Die Granularität der Darstellung (Feinheit und Reichweite der Achsenbeschriftung) wurde zur besseren Veranschaulichung teilweise verändert. Dadurch wirken manche Unterschiede visuell gravierender, als deren reale Werte tatsächlich sind.

6.3.8 Mehr Experteninterviews

Um die Aussagekraft der zu Grunde liegenden Experteninterviews zu steigern wäre das Führen weiterer Interviews mit Betreibern von Coworking Spaces sinnvoll gewesen. Ebenfalls wäre die Involvierung von verantwortlichen Personen aus konventionellen Großraumbüros interessant gewesen.

6.4 Vorschläge für weiterführende Forschungen

In weiterführenden Studien könnte ein umfassenderer Vergleich verschiedener Arbeitsplätze untersucht werden, in welchem neben Home Offices und Coworking Spaces auch konventionelle Unternehmensbüros und öffentliche Cafés mit einbezogen werden. Des Weiteren gibt es innerhalb des Überbegriffs „Coworking Space“ noch weitere Differenzierungen, die ebenfalls getrennt betrachtet und miteinander verglichen werden könnten.

Neben der Frage nach der individuellen Zufriedenheit mit dem jeweiligen Arbeitsplatz wäre die Frage nach der tatsächlichen Produktivität in diesem Zusammenhang ebenfalls interessant. Wie zu Beginn dieser Arbeit geplant, würde ein Experiment mit zwei Kontrollgruppen, die über einen gewissen Zeitraum ihre berufliche Tätigkeit dokumentieren und regelmäßig selbstkritisch reflektieren, wertvolle Erkenntnisse liefern.

Da die soziale Interaktion und das daraus resultierende Knüpfen neuer beruflicher Netzwerke ein häufig genannter Vorteil von Coworking Spaces sind, wäre eine eingehende Untersuchung in diese Richtung denkbar. Im Fokus der Forschung könnte die Frage stehen, ob sich das kollaborative Arbeiten positiv auf die Kundenakquise bzw. im weiteren Sinne auf das erwirtschaftete Einkommen auswirkt.

6.5 Zukunftsprognose

Angesichts der im Zuge der Studie erlangten Erkenntnisse sowie in Anbetracht des globalen Trends in den vergangenen Jahren wird sich das Arbeitskonzept Coworking nach Ansicht des Autors in Zukunft vermehrt etablieren. Auf Grund der Entwicklung moderner Technologien wird der Anteil an Mitarbeitern und Selbstständigen, die zeitlich flexibel und ortsunabhängig ihrer beruflichen Tätigkeit nachgehen, weiterhin zunehmen. Durch diese Entwicklung werden allerdings nicht nur kommerzielle Coworking Spaces betroffen sein. Da eine immer stärker werdende Sensibilisierung in Bezug auf das persönliche Arbeitsumfeld festzustellen ist, werden auch etablierte Unternehmen kontinuierlich ihr Arbeitsplatzangebot optimieren müssen, um für potenzielle Mitarbeiter am Arbeitsmarkt attraktiv zu sein.

Im Rahmen der Experteninterviews war Leitner-Sidl, Betreiber von Wiens ältestem Coworking Space, der Meinung, dass es derzeit zu viele kleine Spaces am Markt gibt, die sich für die Betreiber aus ökonomischer Sicht nicht rentieren. Weiters prognostiziert er, dass die Nachfrage nach qualitätsvollen und professionellen Angeboten in Zukunft sukzessive ansteigen wird.

Durch die wachsende Konkurrenz am Markt werden kommerzielle Coworking Spaces sich immer stärker bemühen müssen die eigenen Kunden zu halten. Daher werden die Untersuchungsergebnisse in Bezug auf die Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz nach Ansicht des Autors künftig noch signifikanter ausfallen.

7 ANHANG

7.1 Literaturverzeichnis

7.1.1 Bücher

Bell, J. (2005): Doing your Research Project. A guide for first-time researchers in education, health and social science. 4. Auflage. Open University Press. England.

Blum, M. L. & Naylor, J.C. (1968): Industrial Psychology. Harper & Row: New York.

Fischer, L. (Hrsg.) (1991): Arbeitszufriedenheit. Hogrefe: Stuttgart.

Locke, E.A. (1976): The nature and causes of job satisfaction. In: Dunette, M.D. (Ed.): Handbook of industrial and organizational psychology. Rand McNally: Chicago.

Rosenstiel, L. v. (1992): Betriebsklima geht jeden an! 4. Auflage. Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung: München.

Schellmoser, M. (2013): Marketingstrategische Ausrichtung von kleinen Webdesign Unternehmen: Das Beispiel der SchalkoMedia. Diplomica Verlag.

Smith, P.C., Kendall, L.M. & Hucir, Ch.L. (1969): The measurement of satisfaction in work and retirement. A strategy of study of attitudes. Rand McNally: Chicago.

Suarez, R. (2014): The Coworking Handbook: Learn How To Create and Manage a Successful Coworking Space. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Thierry, H. & Koopman-Iwema, A.M. (1984): Motivation and satisfaction. In: Drenth, P.J.D.,

Weinert, A.B. (1992): Lehrbuch der Organisationspsychologie. 3. Auflage. Psychologie VerlagsUnion: Weinheim.

7.1.2 Internet

Freelancers Union (2015): Freelancing in America: A National Survey of the New Workforce. Zugriff: 10.08.2016.

<https://www.freelancersunion.org/>

Upwork GmbH (2016): Where will great work take you? Zugriff: 10.08.2016.

<https://www.upwork.com/>.

Statistik Schweiz (2014): Berufliche Stellung. Zugriff: 10.08.2016.

http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/20/05/blank/key/erwerbstaetigkeit/berufliche_stellung.htm

Shared Spaces (2016): Find creative workplaces in Austria. Zugriff: 10.08.2016.

<http://www.sharedspaces.at/>

Wikipedia (2016): Demografie Deutschlands. Zugriff: 10.09.2016

https://de.wikipedia.org/wiki/Demografie_Deutschlands

Wikipedia (2016): Demografie Deutschlands. Zugriff: 10.09.2016

https://de.wikipedia.org/wiki/Demografie_Deutschlands

Bauinfoconsult (2016): Stichprobenrechner. Zugriff: 15.09.2016

http://www.bauinfoconsult.de/Stichproben_Rechner.html

Wirtschaftsblatt (2016): Top: Die besten Coworking Spaces in Wien. Zugriff: 15.08.2016

http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/oesterreich/wien/5063078/Top_Die-besten-Coworking-Spaces-in-Wien

BecomeNomad (2013): Disadvantages of Coworking. Zugriff: 16.08.2016

<http://becomenomad.com/disadvantages-coworking/>

7.2 Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: ANZAHL COWORKING SPACES WELTWEIT. QUELLE: HTTP://COWORKINGMAP.ORG/STATS/ . ZUGRIFF: 30.5.2016	14
ABBILDUNG 2: ENTWICKLUNG NEUERÖFFNUNGEN COWORKING SPACES WELTWEIT. QUELLE: HTTP://COWORKINGMAP.ORG/STATS/ . ZUGRIFF: 30.5.2016	15
ABBILDUNG 3: ANZAHL COWORKING SPACES NACH LAND & STADT. QUELLE: HTTP://COWORKINGMAP.ORG/STATS/ . ZUGRIFF: 30.05.2016	15
ABBILDUNG 4: GOOGLE SUCHTREND WELTWEIT FÜR "COWORKING"	16
ABBILDUNG 5: GOOGLE SUCHTREND IN DEUTSCHLAND FÜR "COWORKING"	16
ABBILDUNG 6: GEOGRAFISCHE VERTEILUNG COWORKING ANGEBOTE WIEN	19
ABBILDUNG 7: AUSSCHNITT FRAGEBOGEN LIKERT SKALA ZUFRIEDENHEIT	43
ABBILDUNG 8: AUSSCHNITT FRAGEBOGEN LIKERT SKALA GEWICHTUNG	43
ABBILDUNG 9: DURCHSCHNITTliche GEWICHTUNG DER KRITERIEN	50
ABBILDUNG 10: DIAGRAMM BRANCHENVERTEILUNG	53
ABBILDUNG 11: VERTEILUNG DER PROBANDEN AUF DIE COWORKING SPACES	54
ABBILDUNG 12: DIAGRAMM ZUFRIEDENHEIT GRUPPE COWORKING (1 = SEHR SCHLECHT, 5 = SEHR GUT)	55
ABBILDUNG 13: GESAMTZUFRIEDENHEIT ARBEITSPLATZ (EIGENE ANGABEN)	57
ABBILDUNG 14: BRANCHENVERTEILUNG COWORKING	57
ABBILDUNG 15: ZUFRIEDENHEIT NACH KRITERIEN UND BRANCHEN	58
ABBILDUNG 16: ZUFRIEDENHEIT NACH GRÖÖE DES SPACES. GRÖÖE SPACES: N=41. KLEINE SPACES: N=36.	60
ABBILDUNG 17: DIAGRAMM GEWICHTUNG COWORKING	61
ABBILDUNG 18: VERTEILUNG ZUFRIEDENHEIT MIT SOZIALER INTERAKTION	62
ABBILDUNG 19: GEWICHTUNG NACH BRANCHE	63
ABBILDUNG 20: VERGLEICH GEWICHTUNG BETREIBER & COWORKER	64
ABBILDUNG 21: DURCHSCHNITTliche ZUFRIEDENHEIT NACH KRITERIEN HOME OFFICE	65
ABBILDUNG 22: ZUFRIEDENHEIT MIT DER "LAGE" DES HOME OFFICES	65
ABBILDUNG 23: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM "STIL" DES HOME OFFICES	65
ABBILDUNG 24: ZUFRIEDENHEIT SOZIALE INTERAKTION HOME OFFICE	65
ABBILDUNG 25: ZUFRIEDENHEIT MIT DER "SOZIALEN INTERKATION" IM HOME OFFICE	66
ABBILDUNG 26: DIAGRAMM GESAMTZUFRIEDENHEIT HOME OFFICE	67
ABBILDUNG 27: GEWICHTUNG KRITERIEN HOME OFFICE	67
ABBILDUNG 28: VERGLEICH ZUFRIEDENHEIT EINZELNER KRITERIEN BEIDER GRUPPEN	69
ABBILDUNG 29: VERGLEICH GESAMTZUFRIEDENHEIT BEIDER GRUPPEN	69

ABBILDUNG 30: VERTEILUNG GESAMTZUFRIEDENHEIT COWORKING	70
ABBILDUNG 31: VERTEILUNG HOME OFFICE	70
ABBILDUNG 32: VERGLEICH GESAMTZUFRIEDENHEIT BEIDER GRUPPEN (ERRECHNET & ANGEGEBEN)	70
ABBILDUNG 33: VERGLEICH GEWICHTUNG DER KRITERIEN BEIDER GRUPPEN	71
ABBILDUNG 34: DURCHSCHNITTSGEWICHTUNG ALLER KRITERIEN BEIDER GRUPPEN IM VERGLEICH	71
ABBILDUNG 35: INFOGRAFIK ERGEBNISSE STUDIE.	73
ABBILDUNG 36: INFOGRAFIK ERGEBNISSE STUDIE	74
ABBILDUNG 37: INFOGRAFIK ERGEBNISSE STUDIE	75
ABBILDUNG 38: ZUSAMMENFASSENDE VERGLEICH DER ZUFRIEDENHEIT BEIDER GRUPPEN	78
ABBILDUNG 39: VERGLEICH GESAMTZUFRIEDENHEIT ABBILDUNG 40: VERGLEICH GESAMTZUFRIEDENHEIT	78
ABBILDUNG 41: ZUFRIEDENHEIT NACH KRITERIEN UND BRANCHEN	79
ABBILDUNG 42: GEWICHTUNG NACH BRANCHE	79
ABBILDUNG 43: ZUFRIEDENHEIT NACH GRÖÖE DES SPACES. GROÖE SPACES: N=41. KLEINE SPACES: N=36.	80
ABBILDUNG 44: DURCHSCHNITTSCHE GEWICHTUNG BEIDER GRUPPEN	81
ABBILDUNG 45: VERGLEICH GEWICHTUNG BETREIBER & COWORKER	81

7.3 Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: AUFLISTUNG ETABLICHTER COWORKING SPACES IN WIEN	18
TABELLE 2: GEPLANTER ZEITLICHER ABLAUF	35
TABELLE 3: TATSÄCHLICHER ZEITLICHER ABLAUF	36
TABELLE 4: ALTERSVERTEILUNG BEIDE GRUPPEN	51
TABELLE 5: VERTEILUNG ALTER NACH GRUPPE	51
TABELLE 6: VERTEILUNG PLZ NACH GRUPPEN	52
TABELLE 7: KATEGORISIERUNG BRANCHEN	53
TABELLE 8: ANGEGEBENE COWORKING SPACES DER TESTPERSONEN	54
TABELLE 9: VERTEILUNG ZUFRIEDENHEIT COWORKING	56
TABELLE 10: GEWICHTUNG KRITERIEN COWORKING	61
TABELLE 11: VERTEILUNG ZUFRIEDENHEIT HOME OFFICE	66
TABELLE 12: STATISTISCHE KENNGRÖßEN ZUFRIEDENHEIT HOME OFFICE	66
TABELLE 13: VERTEILUNG GEWICHTUNG KRITERIEN HOME OFFICE	68

7.4 Kopien

7.4.1 Umfragebogen

7.4.2 Interviewbogen

7.4.3 Interview Angaben

7.4.4 E-mail Interview Anfrage

7.4.5 Auflistung Coworking Spaces Wien

Umfragebogen Selbstständige

Informationen zur Umfrage

Ziel

Wissenschaftliche Grundlage für eine Abschlussarbeit am SAE Technology Institute in Wien.

Thema

Vergleich zwischen Coworking Space und Home Office in Bezug auf Zufriedenheit am Arbeitsplatz.

Voraussetzung

Du bist Selbstständig und arbeitest entweder zu Hause oder hast Erfahrung mit Coworking?

Gewinnspiel

Unter allen Teilnehmern, die am Ende eine Kontaktadresse angeben, werden am 23.9 folgende Preise verlost.

- 1x Time Tracking Device "Timeular ZEI" (Wert ca. 250 €)
- 1 Monat Arbeitsplatz im Coworking Space "Schraubenfabrik" (Wert ca. 300 €)

Aufwand

1-2 Minuten (Multiple-Choice)

Zeitraum

6.9 - 16.9.

Datenschutz

Die erhobenen Daten werden vertraulich behandelt und lediglich in statistisch ausgewerteter Form veröffentlicht.

Kontakt für Rückfragen

Philipp Doblhoff
philipp.doblhoff@gmail.com
0676 5410041

Vielen Dank für deine Teilnahme!

Allgemeines

* 1. Alter

* 2. Geschlecht

* 3. PLZ

* 4. In welcher Branche bist du selbstständig?

* 5. Hast du innerhalb der letzten 12 Monate in einem Coworking Space gearbeitet?

☐ Ja

☐ Nein, ich arbeite zu Hause

Zufriedenheit mit dem Coworking Space

* 6. Name des Coworking Spaces, in dem du gearbeitet hast

* 7. Wie zufrieden warst du mit diesem Coworking Space?

	Sehr zufrieden	Zufrieden	Mittel	Wenig zufrieden	Sehr unzufrieden
Lage	☐	☐	☐	☐	☐
Stil	☐	☐	☐	☐	☐
Kosten	☐	☐	☐	☐	☐
Technische Ausstattung	☐	☐	☐	☐	☐
Soziale Interaktion	☐	☐	☐	☐	☐
Störquellen	☐	☐	☐	☐	☐
Ergonomie	☐	☐	☐	☐	☐

* 8. Wie wichtig sind diese Kriterien für dich?

	Sehr wichtig	Wichtig	Mittel	Wenig wichtig	Nicht wichtig
Lage	☐	☐	☐	☐	☐
Stil	☐	☐	☐	☐	☐
Kosten	☐	☐	☐	☐	☐
Technische Ausstattung	☐	☐	☐	☐	☐
Soziale Interaktion	☐	☐	☐	☐	☐
Störquellen	☐	☐	☐	☐	☐
Ergonomie	☐	☐	☐	☐	☐

* 9. Wie zufrieden warst du insgesamt mit dem Arbeitsumfeld?

☐	☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

10. Sonstiges Kommentar

Zufriedenheit im Home Office

* 11. Wie zufrieden bist du in deinem Home Office?

	Sehr zufrieden	Zufrieden	Mittel	Wenig zufrieden	Sehr unzufrieden
Lage	☐	☐	☐	☐	☐
Stil	☐	☐	☐	☐	☐
Kosten	☐	☐	☐	☐	☐
Technische Infrastruktur	☐	☐	☐	☐	☐
Soziale Interaktion	☐	☐	☐	☐	☐
Störquellen	☐	☐	☐	☐	☐
Ergonomie	☐	☐	☐	☐	☐

* 12. Wie wichtig sind diese Kriterien für dich?

	Sehr wichtig	Wichtig	Mittel	Wenig wichtig	Nicht wichtig
Lage	☐	☐	☐	☐	☐
Stil	☐	☐	☐	☐	☐
Kosten	☐	☐	☐	☐	☐
Technische Infrastruktur	☐	☐	☐	☐	☐
Soziale Interaktion	☐	☐	☐	☐	☐
Störquellen	☐	☐	☐	☐	☐
Ergonomie	☐	☐	☐	☐	☐

* 13. Wie zufrieden bist du insgesamt mit deinem Arbeitsumfeld?

☐	☐	☐	☐	☐
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

14. Sonstiges Kommentar

Gewinnspiel

Unter allen Teilnehmern des Fragebogens wird am 23.9 das innovative Time Tracking Device "ZEI" von Timeular (Wert ca. 250 €) sowie eine kostenlose Mitgliedschaft für den Coworking Space "Schraubenfabrik" (Wert ca. 300 €) verlost. Um am Gewinnspiel teilzunehmen, hinterlasse bitte deine E-mail, damit ich dich ggf. über den Gewinn informieren kann!

15. E-mail Adresse (optional)

Interviewbogen Betreiber

Über Dich

1. Dein Name

* 2. Deine Rolle im Space

3. E-mail

Der Space

* 4. Name des Spaces

* 5. Gründungsjahr

* 6. Fläche (in m2)

* 7. Anzahl Arbeitsplätze

* 8. Welche Modelle der Platzmiete gibt es?

☐

Stündlich

☐

Täglich

☐

Monatlich

☐

Sonstiges (bitte angeben)

* 9. In welchen Branchen sind Coworker bei euch tätig (maximal 5, nach Häufigkeit absteigend)

10. Wodurch differenziert ihr euch gegenüber anderen Spaces? Welche Zusatzleistungen bietet ihr an?

Studie Coworking

Persönliche Meinung zu Coworking

11. Welche Aspekte muss das Büro der Zukunft erfüllen?

12. Was sind die Vorteile von Coworking Spaces gegenüber dem eigenen Home Office?

13. Was sind die Nachteile?

14. Wie schätzt du das Verhältnis von Angebot und Nachfrage von Coworking in Wien ein?

15. Wie wichtig schätzt du die folgenden Kriterien in Bezug auf ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld ein?

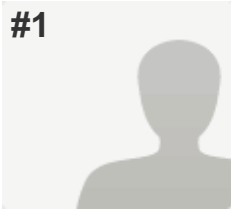
	Sehr wichtig	Wichtig	Mittel	Wenig wichtig	Nicht wichtig
Lage	☐	☐	☐	☐	☐
Stil	☐	☐	☐	☐	☐
Kosten	☐	☐	☐	☐	☐
Technische Infrastruktur	☐	☐	☐	☐	☐
Soziale Interaktion	☐	☐	☐	☐	☐
Störquellen	☐	☐	☐	☐	☐
Ergonomie	☐	☐	☐	☐	☐

16. Dürfen die erhobenen Daten publiziert werden?

- ☐ Ja, mit Namen
- ☐ Ja, anonymisiert

Angaben Interviews

#1

**COMPLETE****Collector:** Web Link 2 (Web Link)**Started:** Monday, August 29, 2016 10:14:37 AM**Last Modified:** Monday, August 29, 2016 10:23:36 AM**Time Spent:** 00:08:58**IP Address:** 185.38.4.185**PAGE 1: Allgemeine Informationen**

Q1: Dein Name	Stefan Leitner-Sidl
Q2: Deine Rolle im Space	Gründer, Betreiber
Q3: E-mail	leitner-sidl@konnex.cc
Q4: Name des Spaces	Schraubenfabrik
Q5: Gründungsjahr	2002
Q6: Fläche (in m2)	1000
Q7: Anzahl Arbeitsplätze	50
Q8: Welche Modelle der Platzmiete gibt es?	Monatlich
Q9: In welchen Branchen sind Coworker bei euch tätig (maximal 5, nach Häufigkeit absteigend)	PR, Grafikdesign, Journalismus, Architektur, Technisches Büro
Q10: Wodurch differenziert ihr euch gegenüber anderen Spaces? Welche Zusatzleistungen bietet ihr an?	ältester Coworkingspace Wiens, Carsharing, Foodcoop, stabile und konstante Community, nur Fixdesk-Angebot.

PAGE 2: Allgemeines über Coworking

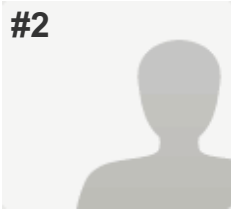
Q11: Welche Aspekte muss das Büro der Zukunft erfüllen?
muss ein vitaler Gemeinschaftsort sein, das die darin arbeitenden Menschen ganzheitlich sieht und ihre individuellen, sozialen und räumlichen Bedürfnisse reflektiert.
Q12: Was sind die Vorteile von Coworking Spaces gegenüber dem eigenen Home Office?
Gemeinschaft, Infrastruktur-Sharing, Netzwerk-Effekte
Q13: Was sind die Nachteile?
mehr Möglichkeiten der Ablenkung
Q14: Wie schätzt du das Verhältnis von Angebot und Nachfrage von Coworking in Wien ein?
derzeit zu viele kleine Spaces am Markt, die sich für die Betreiber ökonomisch nicht rentieren. Nachfrage wird sukzessive steigen, jedoch nach qualitätsvollen und professionellen Angeboten.

Q15: Wie wichtig schätzt du die folgenden Kriterien in Bezug auf ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld ein?

Lage	Wichtig
Stil	Wichtig
Kosten	Sehr wichtig
Technische Infrastruktur	Wichtig
Soziale Interaktion	Wichtig
Störquellen	Mittel
Ergonomie	Wichtig

Q16: Dürfen die erhobenen Daten publiziert werden? Ja, mit Namen

#2

**COMPLETE****Collector:** Web Link 2 (Web Link)**Started:** Tuesday, September 06, 2016 10:04:10 AM**Last Modified:** Tuesday, September 06, 2016 10:08:09 AM**Time Spent:** 00:03:58**IP Address:** 80.110.35.88**PAGE 1: Allgemeine Informationen**

Q1: Dein Name	mike pöll
Q2: Deine Rolle im Space	hausmeister
Q3: E-mail	poell@konnex.cc
Q4: Name des Spaces	rochuspark
Q5: Gründungsjahr	2007
Q6: Fläche (in m2)	1000
Q7: Anzahl Arbeitsplätze	50
Q8: Welche Modelle der Platzmiete gibt es?	Monatlich
Q9: In welchen Branchen sind Coworker bei euch tätig (maximal 5, nach Häufigkeit absteigend)	kreativwirtschaft zu 80%
Q10: Wodurch differenziert ihr euch gegenüber anderen Spaces? Welche Zusatzleistungen bietet ihr an?	<i>Respondent skipped this question</i>

PAGE 2: Allgemeines über Coworking

Q11: Welche Aspekte muss das Büro der Zukunft erfüllen?
guter Standort, flexible Raumsituation
Q12: Was sind die Vorteile von Coworking Spaces gegenüber dem eigenen Home Office?
Vernetzung, soziale Isolierung
Q13: Was sind die Nachteile?
kosten
Q14: Wie schätzt du das Verhältnis von Angebot und Nachfrage von Coworking in Wien ein?
gut

Q15: Wie wichtig schätzt du die folgenden Kriterien in Bezug auf ein zufriedenstellendes Arbeitsumfeld ein?

Lage	Sehr wichtig
Stil	Wichtig
Kosten	Wichtig
Technische Infrastruktur	Wichtig
Soziale Interaktion	Wichtig
Störquellen	Wichtig
Ergonomie	Wichtig

Q16: Dürfen die erhobenen Daten publiziert werden? Ja, anonymisiert

Anfrage Interviewpartner

Hallo,

mein Name ist Philipp Doblhoff und ich bin gerade bei der Datenerhebung für meine Bachelorarbeit am SAE Technology Institute in Wien.

Da ich mich als selbstständiger Webentwickler sehr für das Thema Coworking interessiere, habe ich meine Forschungsarbeit der Frage gewidmet, ob Selbstständige in einem Coworking Space zufriedener und produktiver arbeiten als im Home Office (siehe Anhang).

Als Grundlage für eine breiter angelegte Befragung unter Selbstständigen möchte ich zunächst durch kurze Interviews mit Betreibern von Coworking Spaces die relevanten Aspekte für dieses Thema definieren. Daher wäre es toll, wenn ihr euch ca. 3 Minuten Zeit nehmen und bis zum 2.9 [diesen Fragebogen](#) ausfüllen könntet.

Nach der Auswertung der Interviews plane ich, mindestens 200 Coworker für eine quantitative Umfrage zu erreichen. Als Anreiz zum Mitmachen möchte ich unter allen Teilnehmern eine oder mehrere Coworking Mitgliedschaften verlosen. Könntet ihr euch vorstellen, zu diesem Zweck eine Mitgliedschaft zur Verfügung zu stellen? Euer Space würde dann im Rahmen der Umfrage aufscheinen. Falls ja, bitte die entsprechenden Konditionen bis zum 2.9 per E-mail mitteilen.

Unabhängig von der Auswertung der Interviews und Fragebögen im Rahmen meiner wissenschaftlichen Arbeit werde ich die zusammengefassten Ergebnisse später in einem Blog als hilfreiche Tipps für andere Coworker publizieren. Dort plane ich ebenfalls, regelmäßig verschiedene Spaces in Wien detailliert vorzustellen.

Besten Dank und liebe Grüße

Philipp Doblhoff

Coworking Spaces - Spaces

Name	Preis (€)		Modalitäten		Größe		Unternehmen		Adresse		Kontakt					
	Stunde	Tag	Monat	Kautio	Frist**	Plätze	m²	Alter	USP	PLZ	Adresse	Ansprechpartner	E-mail	Telefon	Website	Alter
Coworking Wien	2,5	15	200			5	80 m²	2014		2	Große Sperlgasse 41/1	Helmut Chlebeczek	helmut@pixler.at	676 92 00 060	http://coworking-wien.at/	2
Herminengasse1			275	5		5			Art	2	Herminengasse	Vera Steinkellner	desk@herminengasse1.at	699 11 604 101	http://herminengasse1.at/	
Deepinterface			195						Architektur & Design	4	Schleifmühlgasse 1/28	Sebastian Taucher	space@deepinterface.com		http://startabish.at/deepinterface/	
Cocoquadrat			200					2015	Cafe, App	4	Wiedner Hauptstraße 65		reservation@cocoquadrat.com	43 1 50 30 606	http://www.cocoquadrat.com/	1
Aliceblue			250			7	180 m²	2010	Ateilie, Fotostudio	4	Goldeggasse 29				http://aliceblue.at/	6
Meins01			250	3	1					6			manfred.vodrazka@gmail.com		http://www.meins01.at/	
Neno Offices	5		340					2012	edel	6,1	Tuchlauben 8		office@workyourway.com	43-1-581 23 13	http://www.workyourway.com/	4
Synergy 7			250	1	1	12	150 m²		Innenhof, Studio	7	Westbahnstrasse 28	Martin Fritz	office(at)synergy7.at	699 1731 6483	http://www.synergy7.at/	
Loffice Coworking		50	250			12	155 m²	2011		7	Schottenfeldgasse 85	Panni Klementz	office@loffice.at	676 5448977	http://wien.lofficecoworking.com/	5
Gemeinschaftsbuero			190	2	3		170 m²	2008		8	Piaristengasse	Klemens Zleptnig		43 1 3059571	http://www.gemeinschaftsbuero.at/	8
Basis08		20	240							8	Stolzenthalergasse 6		OFFICE@BASIS08.AT	43 1 924 66 60	http://basis08.at/	
Seestern Aspern			205			12	175 m²	2015		22	Gisela-Legath-Gasse 5		work@seestern-aspern.at		http://coworking.seestern-aspern.at/	1
Cyberhouse			300							10	Laxenburgerstraße		office@cyberhouse.at	43 732 781298-0	https://www.cyberhouse.at/	
Yurp Coworking			175						altes Kino	14	Hütteldorferstraße 253			680 404 22 80	http://www.yurp-coworking.com/	
Stockwerk	15		250			55			Eventspace	15	Pater-Schwartz-Gasse 11A	Alexander Salzmann	office@stockwerk.co.at	43 650 8800 575	http://www.stockwerk.co.at/	
Funkensprung			270							2,3,6			info@funkensprung.com	43 (0)1 295 52 95	http://www.funkensprung.com/	
Cospace		25	260						Netzwerk von Spaces	6,7,15	Gumpendorfer Str 65	Georg Demmer	hello@co-space.net	43 15355005	http://www.co-space.net/	
Das Kommod			235	1	2		136 m²				Esterházygasse 11A		office@daskommod.at		http://www.daskommod.at/office/	
Impact Hub	3,5		250			150	1200 m²	2010	Network	7	Lindengasse 56			(0) 1 522 71 43	http://vienna.impacthub.net/	6
Schraubenfabrik			275			50	1000 m²	2002	Foodcoop	2	Lilienbrunnengasse 18	Thomas Meindl	office@schraubenfabrik.at	43 650 2837235	http://www.schraubenfabrik.at/	14
Rochuspark			270			50	1000 m²	2007		3	Erdbergstrasse 10	Stefan Leitner-Sidl	office@rochuspark.at	3 664 332 70 56	http://www.rochuspark.at/	9
Talentflow	2,5		200			80		2015		2	Weintraubengasse 22	Isabelle Richard	community@talentflow.at	(0) 676 77 65 655	http://talentflow.at/	1
Sektor5		15	170						Community, Events	5	Siebenbrunnengasse 44		office@sektor5.at	43 1 8902980	http://www.sektor5.at/	
Zur goldenen Forelle			300							14	Goldschlagstraße				http://zurgoldenenforelle.at/	
Business Center			220							19	Heiligenstädter Lände 29		office@businesscenter.at	01 361 44 1000	http://www.businesscenter.at/	
Paradocks								2016		3	Marxergasse 24/2		info@paradocks.at	0680 2317 624	http://www.paradocks.at/	
Treibhaus 1010								2016		1	Eschenbachgasse 11					
Schreygasse			300		2 MM					2	Schreygasse 9		desk@schreygasse9.at	0699 11 604 101	http://schreygasse9.at/	
Durchschnitt	3 €	23 €	242 €	2,4	1,75	40	425 m²	5								

* Monatsmieten

** Monate