

Shared Spaces

1 Management Summary
2 Positionierung
3 USP für Zielgruppen
4 Kundensegmente
5 Geschäftsmodell

6 Katalog
7 Umsetzungsbeispiel
8 Raumprogramm
9 Betriebsorganisation
10 FAQ für Investoren



MANUEKT

«Manufakt» Mieter suchen Geschäftsräume mit einem überdurchschnittlichen PreisLeistungsverhältnis. «Manufakt» erfüllt dieses Bedürfnis durch kompakte Mietflächen und dem vielfältigen Angebot an Shared Spaces. Dadurch erhalten «Manufakt»-Mieter ein umfassendes Zusatzangebot, das nur nach Bedarf genutzt und bezahlt wird. «Manufakt» führt das „Space-as-a-Service“ Angebot für preiswerte Gewerbeliegenschaften ein.

«Manufakt» erfüllt die Preisleistungsführerschaft indem es, anders als bisherige Gewerbehäuser, die eigentlichen Mietflächen kompakt bemessen vermietet und den Mietern im Gegenzug ein hochwertiges Raumangebot an geteilten und nur nach Bedarf nutzbaren Sitzungszimmern, Flex Offices, egegnungszonen und Verpflegungsmöglichkeiten in Selbstbedienung anbietet. Damit sinken die direkten Raumkosten, die Betriebskosten für die Zusatzflächen werden durch einen hohen Automatisierungsgrad auf Marktniveau gehalten und durch die Nutzung nach Bedarf steigt die Flexibilität für den Mieter. Die Eigentümer erhöhen durch das breitere und vielfältigere Mietangebot ihre Vermarktungschancen und gewinnen neue Ertragspotenziale.

Durch veränderte Ansprüche an die Arbeitsräume, verändert sich auch die Nachfrage nach Gewerbeflächen. «Manufakt» nimmt diese neue und wachsende Nachfrage auf.

«Manufakt» ist das preisleistungsführende Gewerbehaus. Durch die drei Leistungsdimensionen kompakte Mietflächen, Shared Spaces und Dienstleistungen in Selbstbedienung kann das Markenversprechen erfüllt werden.

«Manufakt» ist sorgfältig gestaltet, bietet ein überdurchschnittliches Angebot an Shared Spaces und ein Grundangebot an Dienstleistungen zu einer Marktmiete. «Manufakt» bietet das beste PreisLeistungsverhältnis für Gewerbemieter.

Techno- und Scienceparks bieten im Unterschied zum «Manufakt» mehr Beratung und Dienstleistungen an. Mieter können in einem Technopark nicht oder nur in geringem Umfang ihre Mieträume genau nach ihren Bedürfnissen auswählen und ausbauen. Weiter sind die Flächen bei langjähriger Mietdauer deutlich teurer als die Miete im „Manufakt“. «Manufakt» ist für Unternehmen, die in Science- und Technoparks an ihre Grenzen stoßen (Wachstum, spezifische Mieterausbauten, keine Beratungsleistungen nutzen) eine attraktive FolgeLösung. Daher sind auch mit den Betreibern von Science- und Technoparks Partnerschaften möglich.

„Manufakt“ fördert die spontane Begegnung der Menschen im Haus durch attraktive Allgemeinräume, Gemeinschaftsflächen, spielerischen Interventionen und digitalen Tools z.B. Mieter-App und Website zur Buchung von Räumen und der Vernetzung der Mieter.

«Manufakt» ist Preisleistungsführer [price/performance leader]

«Manufakt» ist die Marke für Gewerbehäuser mit dem besten PreisLeistungsverhältnis im jeweiligen Einzugsgebiet. Die Markenwerte mutig, einfach vernetzt erlebt der Mieter, seine Kunden und Gäste durch preiswerte, einfachste Materialisierung, kompakte, effiziente Grundrisse und gemeinsam genutzte Sitzungs-, Pausen- und Begegnungsräume [Shared Spaces].

Vorteile der Positionierung als Preisleistungsführer

1. Differenzierungsfaktor:

Das Preis-Leistungsverhältnis ist der wichtigste Differenzierungsfaktor in der Vermarktung von Gewerbeflächen. Gewerbeflächenmieter sind aufgrund des grösseren Flächenbedarfs pro Mitarbeiter – standortunabhängig – viel Preissensibler als Büroflächenmieter.

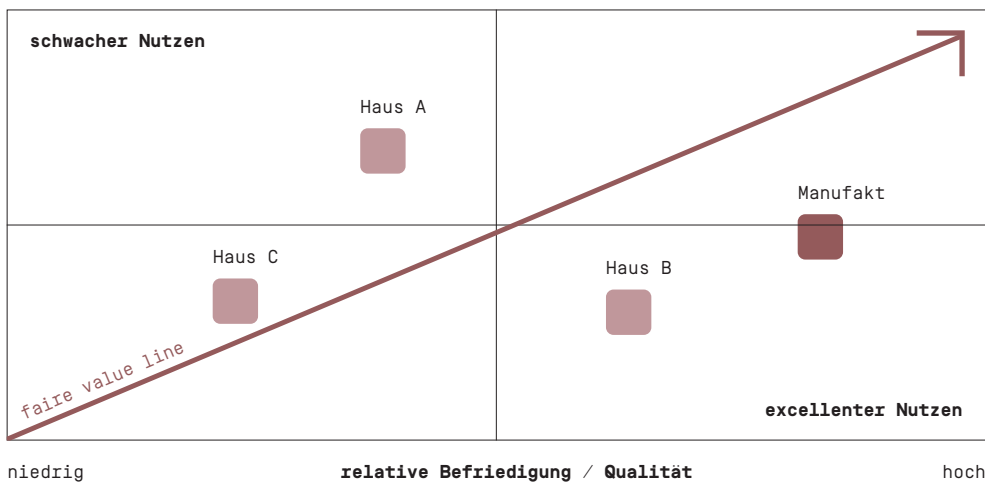
2. Fokus auf ein neues Marktsegment:

«Manufakt» schafft eine neue Art von Gewerbeliegenschaften. Durch einen klaren Fokus auf wenige Hauptleistungen – kompakte,

kleine Mietflächen – und einem neuartigen, überdurchschnittlichen Angebot an Nebenräumen zu einem fairen Preis. Damit schafft «Manufakt» ein neues Marktsegment.

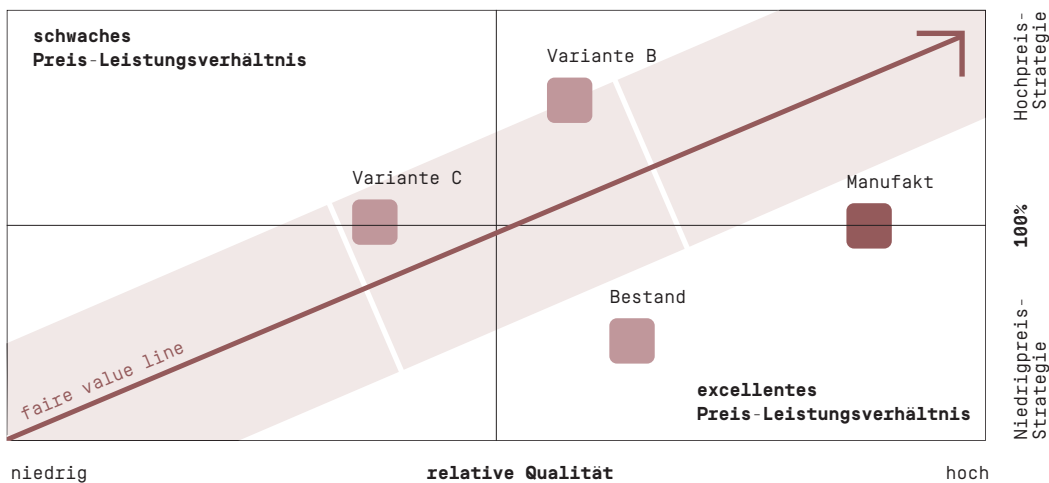
3. Investitionen:

«Manufakt» fokussiert die Investitionen auf die für Mieter wichtigsten Faktoren: effiziente, kompakte Grundrisse (tiefe Fixkosten) im für den Mieter akzeptablen Ausbau (Wettbewerb) und nützliche, geschätzte Nebenleistungen (Mieterberatung, Shared Spaces, Dienstleistungen) zur Differenzierung.



Welche Leistung schätzt der Kunde als hochwertig ein?

Wie kann diese Leistung zu tiefen Kosten erbracht werden?



Welche Leistung schätzt der Kunde als hochwertig ein?

«Manufakt» spricht preisleistungs-
bewusste Mieter an,
die nebst effizienten, hoch-
funktionalen Mietflächen in
einfacher Materialisierung
(Kernleistung) auch die zahl-
reichen Zusatzräume und
Dienstleistungen in Selbst-
bedienung (Differenzierung)
schätzen.

«Manufakt» bietet moderne, effiziente und moderne Gewerbe- und Büroräume zu moderaten Mieten an. Die geteilt nutzbaren Räume helfen den Mietflächenbedarf zu reduzieren, senken damit die festen Mietkosten und tragen zur wirtschaftlichen Stärkung der Mieter bei. Weiter fördern die Shared Spaces die Vernetzung der Mieter im Hause und steigern die Chancen zu Kooperationen und das Wohlbefinden der Nutzer im «Manufakt». Durch den hohen Selbstbedienungs- und Automatisierungsgrad können die Betriebskosten tief gehalten werden.

Durch das drei Zonenkonzept bietet «Manufakt» den Mietern und Besuchern ein attraktives [Arbeits-] Umfeld an. Die öffentlichen Zonen sind prominent platziert, einfach erreichbar und bieten eine überdurchschnittliche Aufenthaltsqualität. «Manufakt» hebt sich für die Zielgruppe von anderen Liegenschaften klar ab. «Manufakt» übertrifft die Erwartungen der Mieter und Gäste durch für Gewerbebauten neuartige Dienstleistungen.

«Manufakt» Mieter sind kompetitive, zukunftsgeradte Unternehmerinnen und Unternehmer, die ihre Mitarbeiter und Kunden eine hohe Wertschätzung entgegenbringen. Um bestehende MitarbeiterInnen zu halten und Neue zu gewinnen, suchen diese Unternehmen auch qualitativ hochstehende Arbeitsräume. Räume, welche die hohen Anforderungen an Gebäudetechnik, an Effizienz, Flexibilität und Funktionalität sowie die strukturelle Einfachheit gezielt erfüllen.

«Manufakt» Mieter setzen die Transformation von der analogen zur digitalen Wertschöpfung um. Die Unternehmen sind in wachsenden Branchen im 2. und 3. Sektor tätig. Sie zählen vorwiegend zu den wissensintensiven, High-Tech Branchen und sind teilweise Gazellen-Unternehmen. «Manufakt» richtet sich primär an innovative, progressive KMU, an Mieter und Nutzer mit der Ambition, ihre Leistungen in einem vernetzenden Business-Ecosystem zu erbringen.

Das können Hightech-Startups sein, die prototypische Anwendungen vor Ort erarbeiten, sei es aus der Industrie, der Produktion oder Technologiebranche. Das können aber auch Gewerbebetriebe sein, die traditionelles Handwerk mit neuen Technologien weiterentwickeln wollen. Diese Bedürfnisse spiegeln sich in Trends wie Urban Manufacturing, Kollaboration, Business Ecosystems, Sharing Value und Smart City.

«Manufakt» Mieter suchen eine ausgeprägte Nähe zu Kunden und Geschäftspartnern, mit denen sie einen aktiven Austausch pflegen. Die Community und die digitale Vernetzung sind ausgesprochen wichtig für diese Unternehmen – sie sind überzeugt und inspiriert vom gegenseitigen Profitieren und Lernen. «Manufakt» bietet dazu ein Raum- und Dienstleistungsprogramm an, das nebst der Mietfläche Raum für die Vernetzung mit den Mit-Mietern, den Partnern und Kunden ausserhalb der eigenen Mietfläche offeriert. Die Mieter können die Räume nach Bedarf – kostenlos oder bezahlt – in Selbstbedienung nutzen.

Das Geschäftsmodell «Manufakt» wird auf Basis des Business Model Canvas (BMC) dargestellt. Mit dem BMC können die wichtigsten Leistungsbereiche des Geschäfts identifiziert werden. Insbesondere zeigt es auf, für welche Kundengruppen welches Wertangebot (Value Proposition) geleistet wird, wie dieses Angebot erbracht wird, neue Kunden gewonnen und bestehende Kundenbeziehungen gepflegt werden.

Mit der Grafik auf der nächsten Seite ist das Geschäftsmodell für «Manufakt» heute dargestellt, auf der Folgeseite werden die drei wichtige Bausteine kurz erläutert und auf der übernächsten Seite werden die Innovationspotenziale für die Weiterentwicklung des «Manufakt» in Stichworten beschrieben. Die übrigen Geschäftsmodellbausteine, wie beispielsweise der Baustein Kundensegmente, sind bereits in den übrigen Unterkapiteln beschrieben.

Geschäftsmodell Kerntätigkeiten

1. Value Proposition

Die «Manufakt» Value Proposition wird in den vorhergehenden Kapiteln Positionierung, USP und Kundensegmente vertieft. In der Zusammenfassung umfasst das Wertangebot für den «Manufakt» Mieter die folgenden Leistungsdimensionen.

A. Nutzflächen in drei Zonen

Die inneren Räume eines «Manufakt» sind in drei Kreise aufgeteilt. Der erste Kreis der öffentlichen Nutzung von Mietern, Kunden und Gästen. Der zweite Kreis von halb-öffentlich geteilter Nutzung unterschiedlicher Mieter und deren Partnern (zeitgleich oder zeitversetzt). Der dritte Kreis der privaten (Kern-) Räume des Mieters zur alleinigen Nutzung.

B. Kompakte & preiswerte Mietflächen im Grundausbau

Die Mietflächen sind kompakt geschnitten und sollen die Mieter zur Anmietung von kleinen Flächen motivieren, da sie ihre Bedürfnisse nach Büro- und Meetingflächen in den geteilt genutzten Räumen nach Bedarf abdecken können. Die Mietflächen sind im Vergleich mit dem Wettbewerb unter- bis durchschnittlich ausgebaut und materialisiert, damit kann «Manufakt» das durchschnittliche Marktpreisniveau erreichen.

C. Attraktive Shared Spaces in Selbstbedienung an bester Lage im Objekt

«Manufakt» Shared Spaces sind die hochwertigsten Räume im Objekt. Das überdurchschnittliche Leistungsversprechen der Marke «Manufakt» erleben Mieter und Gäste, in diesen Räumen, Nebenräumen und den dazugehörigen Services.

D. Digitale Erschliessung und Empfang sowie ein Verpflegungsangebot in Selbstbedienung

E. Buchungsplattform für die Buchung von Räumen und Dienstleistungen

F. Mieterberatung zur Mietflächenoptimierung, Innenausbau und der Vernetzung mit Mit-Mietern

2. Kundenbeziehung und Mieterbindung

Mieter und Sitzungszimmergäste buchen auf der «Manufakt» Website [App] Sitzungszimmer und alle anderen Shared Spaces. Die Website bildet das Zentrum der Mieterkommunikation.

3. Vermarktung und Mieterbindung

«Manufakt» wird auf zwei Ebenen vermarktet. Auf der Markenebene kontinuierlich und auf der Ebene des Projekts im Zeitrahmen der Erstvermietung. Die kontinuierliche Vermarktung des «Manufakt» erfolgt idealerweise über eine für alle Standorte gemeinsame Kommunikationsplattform (Website, Kampagne, Zielgruppenpflege), welche die Marke stärkt und dadurch – in Unterscheidung zu herkömmlichen Projektvermarktungen – auch ein Instrument für die Vorvermarktung und die fortlaufende Vermietung der Mietflächen und der Shared Spaces. Die Adressaten sind

- Die «Manufakt»-Zielgruppen als potenzielle Mieter von Gewerbeflächen
- die «Manufakt»-Mieter als Mieter von Shared Spaces (Sitzungszimmer, etc.)
- die «Manufakt»-Gäste als Externe von Shared Spaces (Sitzungszimmer, etc.)
- Multiplikatoren

Dadurch kann «Manufakt» die Zielgruppen und Mieter entlang der Customer Journey mit relevanten Inhalten und Botschaften erreichen. Die «Manufakt»-Objekte bearbeiten ihren regionalen und lokalen Mietermarkt im Rahmen der Vorvermarktung und Erstvermietung ausschliesslich als Manufakt. Dabei steht die «Manufakt» – Website im Zentrum.

«Manufakt» – Geschäftsmodell mit Innovationspotential

Das Manufakt ist, das zeitgemässe Gewerbehaus für preisleistungs-
bewusste Mieter in wachstumsstarken Branchen.

<p>Schlüsselpartner</p> <p>Eigentümer Vermarktung Bewirtschaftung FM-Provider Wirtschaftsförderung</p> <p>Innovationspotenziale</p> <p>a) Lokale und regionale Dienstleister</p>	<p>Schlüsseltätigkeiten</p> <p>Vermarktung & Marketing Bewirtschaftung Betriebssupport für Selbstbedienung Management Dienstleistungen</p> <p>Schlüsselressourcen</p> <p>a) Raumprogramm b) Grundangebot [BASIC] an Shared Spaces. c) Buchungs- und Mieterplattform</p> <p>Innovationspotenziale</p> <p>a) Marke «Manufakt» b) Mieterplattform</p>	<p>Value Proposition</p> <p>effizientes Gewerbehaus mit Services zum besten Preis.</p> <p>a) kompakte & preiswerte Mietflächen im Grundausbau b) attraktive Shared Spaces in Selbstbedienung an bester Lage im Objekt c) digitale Erschließung, Empfangsdienst und Verpflegungsangebot in Selbstbedienung d) Mieterplattform für die Buchung von Räumen und Dienstleistungen e) Umfassende Mieterberatung zur Mietflächenoptimierung, Ausbau und Vernetzung mit Mit-Mieter.</p> <p>Innovationspotenziale</p> <p>a) Umfassende Mieterberatung zur Mietflächenoptimierung, Ausbau und Vernetzung mit Mit-Mieter. e) Mieterplattform ist offen für externe Dienstleister und digitale Plattformen</p>	<p>Kundenbeziehung & Mieterbindung</p> <p>a) Interessenten finden auf Website alles, um in Selbstbedienung Mietflächen zu finden b) virtuelle Besichtigung c) virtuelle und physische Beratung [persönlich]</p> <p>Vermarktung & Vermietung</p> <p>Website Direktmarketing Events Tage der offenen Türe / Baustelle ...</p>	<p>Kundensegmente</p> <p>a) Unternehmen in den wissensintensiven und High-Tech Branchen in der Region, bis 250 MA b) Wachsende Kleinunternehmen aus der Region, ab 10 MA c) Gewerbliche KMU's aus der Region, ab 10 MA d) Unternehmen aller Branchen am Standort als Mieter</p> <p>Innovationspotenziale</p> <p>a) Lieferanten und Partner der «Manufakt»-Mieter als Mieter von Projekträumen und Flex Office-Flächen.</p>
<p>Investition</p> <p>Ausbau, Innenausbau, HLK, Schliesstechnik, Buchungsplattform, Möblierung, Ausstattung, Medien-/Konferenztechnik, Honorare Gestalter</p>	<p>Betriebskosten</p> <p>Bewirtschaftung, Vermarktung, Marketing, On-/Offline Werbung, Verkaufsförderung On-/Offsite, Kaffeezone, Drucker, Internet, Reinigung, etc.</p>	<p>Erträge</p> <p>Mieterträge Mietflächen Nutzungsgebühren Shared Spaces Dienstleistungserträge</p>		

Der Shared Spaces Katalog fasst die für ein «Manufakt» möglichen Shared Spaces zusammen und stellt den Raum in einem Kurzprofil vor.

Der Katalog ordnet die Räume wie folgt: a) Art: öffentlich, halb-öffentlich, privat b) Kategorie (Nutzungsgruppe): Empfang, Einkaufen, Verpflegung, Meeting, Services, Gesundheit, Outdoor, Mobilität, Infrastruktur c) Leistungsumfang: Basic, Standard und Plus

Infrastrukturräume in Ergänzung zum Shared Spaces Katalog

Zur Kategorie Infrastruktur zählen wir die folgenden Räume, in nicht abschliessender Aufzählung:

- Kundentoilettenanlage für Gäste des Hauses, Nutzer der Meeting-, Sozial- und Pausenräume.
- Reinigungs-, Entsorgungs- und Technikräume, wie z.B. Stuhllager für Konferenzräume
- Toilettenanlage auf Geschoss
- Veloraum
- Recyclingstationen in Pausenräumen und auf Geschoss
- Raucherzonen im Freien
- Schwerlastregal / Lagerflächen
- Anlieferung, Lastenkran
- Garderoben mit Duschen
- Raucherzone draussen
- Elektroladestation für Autos, E-Bikes
- Carsharing
- Bikesharing – Station
- Paketanlage und Pick-up Station

Das Shared Spaces Raumprogramm umfasst ausschliesslich die Haupträume ohne Erschliessungsflächen und ohne Infrastrukturräume. Dies ist in der Planung zu berücksichtigen. Der Flächenbedarf ist mit dem Bedarf an Infrastrukturräumen des Gesamtprojekts abzustimmen um möglichst wenig Fläche zu verbrauchen.

Empfang

In der Empfangszone finden sich die folgenden Module / Räume als erster Orientierungspunkt für jeden Nutzer des „Manufakt«. Die Module sind als Ensemble für einen gemeinsamen Auftritt zu gestalten.

**01.10 Empfang**

A öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Basic 1 m² / Standard 1 m² / Plus 1 m²

Digitaler Frontdesk

Der digitale Frontdesk ist ein multifunktionelles Informationstool. Er dient zur Anmeldung als Gast bei Mieter, zur Wegfindung im Hause, zur Registrierung und Buchung von Meetingräumen, Mieterverzeichnis, etc.

Vorteile

Eine einfache Bedienung und Orientierung durch neueste Technologie ohne Personalaufwand.

Ausstattung

Touchscreen, Halterung

Facts

Lage:	Eingangszone, Lobby / auf Geschoss
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	++
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	gratis
Aroma Raummodul:	-

**01.20 Empfang**

A öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Basic 6 m² / Standard 8 m² / Plus 8 m²

Lounge im Eingangsbereich

Eine Lounge im Eingangsbereich ist der erste Eindruck und ihr kommt daher ihr kommt daher viel Bedeutung zu. Sie ist durch ein einzigartiges Setting eine attraktive Visitenkarte und unterstreicht den Auftritt des „Manufakt“. Platziert wird sie direkt angrenzend an die Pinwand (Signaletik-Konzept Aroma)

Vorteile

Flexibel einsetzbar, identitätsstiftend, ästhetisches und einladendes Angebot für Mieter und Besucher. Fördert Gemeinschaft, Vernetzung und dient als Visitenkarte.

Ausstattung

Offene Sitzgruppe, Lounge-Möbel, Beistelltisch, Licht.
Für 4 – 6 Personen.

Facts

Lage:	Eingangszone, Lobby / auf Geschoss
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	gratis
Aroma Raummodul:	-

**01.30 Empfang**

A öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Basic – / Standard – / Plus –

Pinwand

Boards für die Kommunikation untereinander. Um die Mieter untereinander zu vernetzen, aktuelle Angebote oder Anlässe zu kommunizieren, sind partizipative Formate in jedem «Manufakt» Treppenhaus vorgesehen.
Hier können sich Mieterinnen und Mieter gegenseitig informieren; z.B. über Firmenanlässe, Sportangebote, Kinoabende, Konzerte.

Vorteile

Mit den Boards wird einfache Kommunikation und Interaktion innerhalb der Mieterschaft gefördert und Mehrwert generiert.

Ausstattung

Gemäss Konzept Aroma

Facts

Lage:	Eingangszone, Lobby / auf Geschoss, Treppenhaus
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	gratis
Aroma Raummodul:	Pinwand, Seite 26



01.40 Empfang

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Basic 6-10 m² / Standard 6-10 m² / Plus 6-10 m²

Workbench

Ein multifunktionaler Arbeitstisch, die sogenannte Workbench, unterstützt Mitarbeiter und Gäste, ihre [Warte-]Zeit produktiv zu nutzen. Sie vereinfacht den Alltag durch ein sympathisches, unkompliziertes und einladendes Angebot.

Vorteile

Flexibel um- und einsetzbar, identitätsstiftend, einfaches, zeitgemässes Angebot für Mieter und Besucher.
Fördert Gemeinschaft, Vernetzung und ist multifunktionell.

Ausstattung

Grosser Büro-Arbeitstisch mit Stromversorgung, [Büro-]Stühle für längeres Sitzen, Tages- und Kunstlicht, WLAN, Dekoration.
Für 8 Personen.

Facts

Lage:	Empfangszone, Lobby/auf Geschoss
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	gratis
Aroma Raummodul:	-



01.50 Empfang	B halb-öffentliche Zone Flächenbedarf:	Plus ab 20 m ²
----------------------	---	---------------------------

Empfang bedient

Der bediente Empfang ist eine Visitenkarte für «Manufakt» und in Ergänzung zum automatisierten Empfang. Er lässt «Manufakt» noch sympathischer und lebendiger erleben. Er kommt nur in besonders grossen Geschäftshäusern zum Einsatz (ab 20'000 m² Mietfläche) oder in «Manufakt» mit wenigen Grossmietern als Ort für den zentralen Empfang.

Vorteile	Mieter, Besucher & Gäste können sich einfach und persönlich informieren.
-----------------	--

Ausstattung	Empfangstheke, IT-Infrastruktur, Bildschirm, Telefon, Stuhl
--------------------	---

Facts	Lage:	Empfangszone
	Zielgruppe:	Mieter
	Bedeutung für «Manufakt»:	+
	Investition	++
	Betriebskosten	+++
	Selbstbedienung:	nein
	Preis für Benutzung:	gratis
	Aroma Raummodul:	-

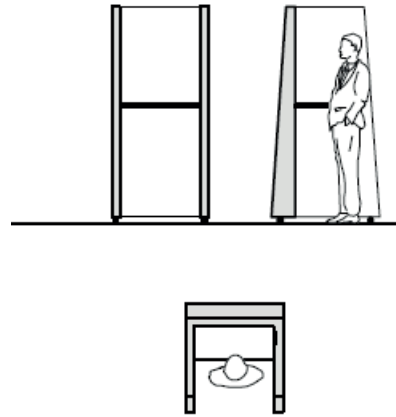
Meeting

Die Meeting-, Konferenz- und Workshopräume sind das wichtigste Raumangebot der „Manufakt« Shared Spaces. Die Ausstattung der Räume sind nach Zielgruppe und Marktumfeld am Projektstandort auszurichten.

So kann je nach Projektgrösse/-Standort ein XL-Raum als Veranstaltungsraum geplant werden. Der Raum ist daher entsprechend prominent platziert, weist eine überdurchschnittliche Raumhöhe auf und ist mit entsprechender Medientechnik ausgestattet. Der identische Raum kann auch als Workshopraum oder Sitzungsraum möbliert und genutzt werden. Soweit passend sind die Räume nach Flächenbedarf geordnet.

Begegnungszonen

Die Begegnungszonen sind ein Ort für informelle und kurze Treffen. Daher finden sich diese Orte in und bei Ein- und Aufgängen, Treppen, Fluren, Durchgängen, Nischen, Zwischenräumen und an Knotenpunkten der Fusswege der Nutzer. Diesen Zonen sind keine Flächen zugewiesen, sondern aus dem Projekt zu entwickeln. Die ad-hoc Begegnungszonen laden zum Verweilen, Austauschen und Entspannen ein. Schlicht gehalten, mit einem gewissen «Etwas», unterstreichen sie die Marke «Manufakt».

**02.11 Meeting**

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf pro Booth:

Basic 3 m² / Standard 3 m² / Plus 3 m²

Phonebooth

Die Phonebooth ermöglicht diskretes ruhiges Telefonieren in einem geschlossenem Raummodul.

Freistehende Standardprodukte benötigen ca. 1,5 – 2 m²,
fest eingebaute, geschlossene Zellen sind mit 3 – 5 m² grösser.

Vorteile

Klein, platzsparend, praktisch und unabdingbar.

Ausstattung

Steh Tisch, 3fach Steckdose, optional Wireless Charging in Tischplatte.

Facts

Lage:	1/2 im Erdgeschoss, die restlichen verteilt auf die Geschosse, pro Geschoss jedoch mindestens 2 Phonebooth
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
Aroma Raummodul:	Phonebooth Seite 20



02.12/13 Meeting	B halb-öffentliche Zone Flächenbedarf pro Raum:	Basic 3-10 m ² / Standard 3-10 m ² / Plus 3-10 m ²
-------------------------	--	---

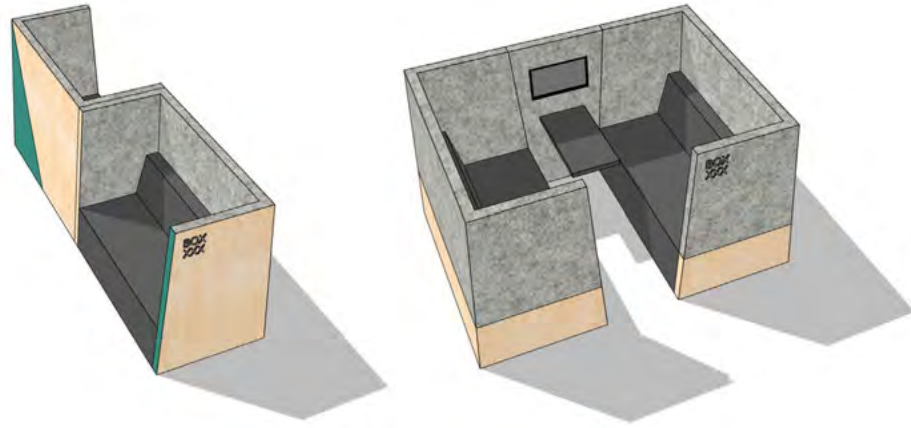
Meeting S / Videoconferences S

Meetingräume «small» sind in geschlossenen Räumen, einladend und professionell ausgestattet für 1 – 4 Personen Von der Eingangszone her schnell und direkt zugänglich. Der Raum «small» ist für Online-Meetings und Video-Calls nutzbar, der Schallschutz erlaubt auch diskretes und ablenkungsfreies arbeiten alleine.

Vorteile	Schneller, direkter Zugang von der Eingangszone her sowie die umfangreiche Ausstattung machen ein Meeting bequem und einfach.
-----------------	---

Ausstattung	<p>Videoconference: Raummodul geschlossen/freistehend, Schallschutz, evtl. mobil. Hochstuhl oder Lounge-Sessel, Beistelltisch, Screen (HDMI-Anschluss), Videokonferenz in Soundbar (Poly Studio, Logitech MeetUp).</p> <p>Meeting: Runder Tisch, Screen mit Soundbar, Kamera und Mikrofon, AppleTV, Chromecast, (Barco optional).</p>
--------------------	---

Facts	Lage:	Erdgeschoss, nahe Eingangszone und Lounge pro Mietergeschoss nahe Treppenhaus/Lift
	Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
	Bedeutung für «Manufakt»:	+++
	Investition	++
	Betriebskosten	+
	Selbstbedienung:	ja
	Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
	Aroma Raummodul:	Seite 17, 21-26, Bene M

**02.20/21 Meeting**

B halb-öffentliche Zone
 Flächenbedarf pro Box:

Basic 4-6 m² / Standard 4-6 m² / Plus 4-6 m²

American Diner S/M

Die offenen Sitzboxen ermöglichen durch den Schallschutz ein unkompliziertes ruhiges Arbeiten und informelles Treffen.

Vorteile

Die Boxen sind multifunktional einsetzbar:
 Meetings, Einzelarbeit, Telefongespräche, Ausruhen.

Ausstattung

Tisch, halbhohle Rückenlehnen, evtl. überdacht [Schallschutz/Wohlbefinden erhöhen].
 Pro Box 1 – 2 Personen.

Facts

Lage:	Eingangszone, Mietergeschoss nahe Lift/Treppenhaus
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	gratis
Aroma Raummodul:	MM Office-Box Single, Seite 21-23

**02.33/34 Meeting**

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf pro Raum:

Standard 25-50 m² / Plus 25-50 m²

Meeting M-XL

Schneller, direkter Zugang von der Eingangszone her sowie die umfangreiche Ausstattung machen ein Meeting multifunktionell, bequem und einfach. Die multifunktionelle Ausstattung ermöglicht eine vielseitige Raumnutzung: Meetings, Events, Apéros.

Vorteile

Schneller, direkter Zugang von der Eingangszone her sowie die umfangreiche Ausstattung machen ein Meeting bequem und einfach.

Ausstattung

Konferenztische, klappbar, rechteckig/rund, Screen mit Soundbar, Kamera und Mikrofon, AppleTV, Chromecast, [Barco optional]. Raum für 12-16 Personen.
Als Workshopraum mit flexibler Bestuhlung, kleine Tische, Flipcharts, Whiteboard, Moderatoren-Wagen, Screen, Workshopmaterial.

Facts

Lage:	Erdgeschoss, nahe Eingangszone und Lounge
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
Aroma Raummodul:	-

**02.50 Meeting**

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf pro Raum:

Plus 30 m²

Innovationsraum

Der Innovation-Raum ist ein Workshop-Raum für Kreativmeetings. Hier sind der Kreativität bei Brainstormings, Innovation-Meetings, Strategietagungen und Sitzungen keine Grenzen gesetzt.

Vorteile

Dieser Raum unterstützt die neusten Kreativ-Techniken, welche die New Work Themen & Methoden wie Design Thinking, Scrum, Storytelling, Journey Map, Business Modelling Canvas und vieles mehr fördert. Mit diesem Raum kann sich „Manufakt« stark abheben.

Ausstattung

flexible Möbel (Hocker, kleine Tische), Kreativmaterial, Flipcharts, Legos, Bauklötze, Schreibutensilien, etc.

Facts

Lage:	-
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
Aroma Raummodul:	-



02.60 Meeting	B halb-öffentliche Zone Flächenbedarf pro Raum:	Plus 50 m ²
----------------------	--	------------------------

Laube

Die Outdoor Meeting-Laube ist bestens geeignet für adhoc-meetings und als Alternative zu den Innen-Meetingräumen in den Sommermonaten.

Vorteile	Als spontane abwechslungsreiche Sitzungs-Nutzung bei schönem, warmem Wetter.
-----------------	--

Ausstattung	Tisch, Stühle, Laube/Bedachung. Für 4 – 6 Personen.
--------------------	--

Facts	Lage:	–
	Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
	Bedeutung für «Manufakt»:	+
	Investition	++
	Betriebskosten	++
	Selbstbedienung:	ja
	Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
	Aroma Raummodul:	–

**01.50 Empfang**

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Plus ab 50 m²

Pavillon

Der Pavillon lädt zum Verweilen und Begegnen ein.
Die natürliche Umgebung wirkt entspannend und inspirierend.

Vorteile

Ab an die frische Luft: Schneller, direkter Zugang zu attraktivem Aussenraum

Ausstattung

Holzkörper zum Sitzen, Bepflanzung, wetterfeste Sitzkissen,
Sonnenschutz [Segel, Sonnenschirme]

Facts

Lage:	Dachgeschoss
Zielgruppe:	Mieter, Gäste , Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+
Investition	+++
Betriebskosten	+++
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
Aroma Raummodul:	-

Verpflegung

«Manufakt» bietet Mietern und Gästen ein Angebot an Verpflegungs- und Einkaufsmöglichkeiten, je nach Servicelevel und Standort ist das Angebot umfassender. Das Grundangebot ermöglicht den Nutzern den ganzen Arbeitstag im «Manufakt» zu verbringen.

**03.10 Einkaufen**

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Basic 6 m² / Standard 10 m² / Plus 10 m²

Verpflegungsstationen

Verpflegungsstationen als vernetzender Freiraum, ein Ort der Begegnung. Ein Kiosk mit einem gesunden und abwechslungsreichen Angebot soll den kleinen Hunger und Durst stillen und alltägliche Dinge werden den Alltag vereinfachen. Das Angebot soll verblüffen, laufend wechseln und gluschtig machen.

Vorteile

Einfaches und vielseitiges Angebot für Jedermann, schnell und einfach in der Bedienung. Ob am Foodautomaten oder der Verpflegungsstation: Diese Orte sind auch immer als vernetzender Freiraum zu verstehen, wo sich unterschiedliche Mieter und Nutzer geplant oder spontan treffen und austauschen.

Ausstattung

2 - 3 Verpflegungsautomaten mit süßen und salzigen Snacks, Früchten, Sandwich, Getränken und Kaffeestation sowie Artikel des täglichen Gebrauchs (Zahnbürste, Taschentücher, Hygieneartikel, etc.). Foodtruck: Es ist denkbar, dass ein Foodtruck mit täglich wechselndem Menü auf dem Areal steht.

Facts

Lage:	Eingangszone
Zielgruppe:	Mieter, Gäste, Besucher
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
Aroma Raummodul:	Verpflegungsstationen Seite 44



03.20 Verpflegung	B halb-öffentliche Zone Flächenbedarf:	Basic 35 m ² / Standard 70 m ² / Plus 70 m ²
--------------------------	---	---

Pausenraum

Der Pausenraum mit seiner originellen Ausstattung verblüfft und lädt zum Verweilen, Entspannen, Abschalten und Auftanken ein.

Vorteile	Die vielseitige Möblierung lässt den Besucher für kurze Zeit abtauchen und erholen.
-----------------	---

Ausstattung	Lounge, Tische, Liege, Schaukel, Dartscheibe, Töggelikasten, Magazine, etc.
--------------------	---

Facts	Lage:	-
	Zielgruppe:	Mieter
	Bedeutung für «Manufakt»:	+++
	Investition	++
	Betriebskosten	++
	Selbstbedienung:	ja
	Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
	Aroma Raummodul:	-

**03.30 Verpflegung**

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Standard 40 m² / Plus 40 m²

Gemeinschaftsküche

Die Gemeinschaftsküche steht für Begegnung & Genuss. Team-Events, Gemeinschaft, Erlebnis, Austausch und alltägliches eigenes Kochen kann hier stattfinden. Ein Mehrwert in jedem «Manufakt»

Vorteile

Die Gemeinschaftsküche ist multifunktionell einsetzbar und einfach nutzbar. Das Angebot kann mit Erlebnisgastronomie (Teamevents, Durchführung durch Externe) erweitert werden.

Ausstattung

Komplett ausgestattete Küche mit diversen Küchengeräten: Kühlschrank, Backofen, Mikrowelle, Geschirrspüler, Steamer, etc. Mobiliar wie Stehtisch, Barhocker, Tisch sowie Küchenutensilien aller Art (Besteck, Geschirr, etc.)

Facts

Lage:	-
Zielgruppe:	Mieter
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	++
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
Aroma Raummodul:	-

**03.40 Verpflegung**

C öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Plus nach Projekt

Gastronomie bedient

Der einzigartige Inhouse-Gastrobetrieb steht für Kulinarik, Komfort & Genuss – ein Ort für Mieter, Gäste und Besucher. Und Catering-Angebote für Gruppen, Meetings & Events runden das Angebot ab.

Vorteile

Mieter, Besucher & Gäste können sich bequem und gesund in der Nähe der Büroräume, Eventräume oder Meetings verpflegen.

Ausstattung

Gastroküche, Gastromöblierung (Tische, Stühle, Bar, Hocker, Lounge), Beleuchtung, Wein- & Getränkeschränke, externe Office-Stationen für Event-Betrieb

Facts

Lage:	-
Zielgruppe:	Mieter
Bedeutung für «Manufakt»:	+
Investition	+++
Betriebskosten	++
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
Aroma Raummodul:	-



03.50 Verpflegung C öffentliche Zone

Foodtruck

Ein Foodtruck mit täglich wechselndem Menü steht exklusiv für Mieter auf dem Areal. Durch die Plattform FOODTRUCKS SCHWEIZ kann das Angebot extern kuratiert werden.

Vorteile Der Foodtruck wird ein Ort der Begegnung, wo sich unterschiedliche Mieter geplant oder spontan treffen und austauschen.

Ausstattung Aussenparkplätze für 2 - 3 Foodtrucks
(abhängig von Gesamtnutzfläche bzw. Anzahl Mitarbeiter).

Facts	Lage:	Outdoor Areal, in der Nähe zu gedeckten Aussensitzplätzen
	Zielgruppe:	Mieter,
	Bedeutung für «Manufakt»:	+
	Investition	+
	Betriebskosten	++
	Selbstbedienung:	ja
	Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
	Aroma Raummodul:	-

Services

«Manufakt» Services sind primär ein Angebot an Zusatzräumen zur Steigerung der Produktivität, des Wohlbefindens und der Gesundheit. «Manufakt» Flex Offices verbreitern das Mietangebot um kleine Mietflächen und stärken damit die Positionierung bei den «Manufakt» Kernzielgruppen.



04.10 Services

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Basic 300 m² / Standard 500 m² / Plus 500 m²

Flex Office

«Manufakt» Mieter mieten hier kurzfristig verfügbare und vollausgestattete Einzel- und Teambüros als dauerhaftes Büro oder für eine begrenzte Dauer. Die Flex Office verbessern das Mietangebot jedes «Manufakt» um moderne Arbeitsräume für die Kernzielgruppe KMU's.

Vorteile

Attraktives Angebot an ausgebauten und ausgestatteten Büros reduziert den Investitionsbedarf der Mieter und erhöht das Ertragspotenzial für die Eigentümer. Durch die Vermietung und Nutzung in Selbstbedienung können die Betriebskosten tief gehalten werden.

Ausstattung

Vollständig ausgebaute, ausgestattet und möblierte Einzel- und Teambüros.

Facts

Lage:	nahe Meetingzone
Zielgruppe:	«Manufakt»-Gewerbemieter, Partner, KMU
Bedeutung für «Manufakt»:	+++
Investition	++
Betriebskosten	+
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
Aroma Raummodul:	n/a



04.20 Services B halb-öffentliche Zone

Schliessfächer/Lockers

Damit Mieter und Besucher die Möglichkeit haben, persönliche Gegenstände während ihres Aufenthaltes sicher zu verwahren, stehen Schliessfächer zur Verfügung.

Vorteile Tolles Angebot für Mieter & Besucher, platzsparend.

Ausstattung Lockers nummeriert, abschliessbar (mit Badge/oder CHF).
Anzahl nach Projektgrösse.

Facts	Lage:	Eingangszone
	Zielgruppe:	Mieter
	Bedeutung für «Manufakt»:	+++
	Investition	++
	Betriebskosten	+
	Selbstbedienung:	ja
	Preis für Benutzung:	kostenpflichtig
	Aroma Raummodul:	-

**04.30 Services**

B halb-öffentliche Zone
Flächenbedarf:

Plus 25 m²

Ruhe- & Achtsamkeits-Raum

Eine Ruheoase schenkt Energie, Erholung und lässt die Mieter sich wie «zu Hause» fühlen.

Vorteile

Ein Ruheraum schafft Vertrauen – die Einrichtung, Atmosphäre ist das A+0.

Ausstattung

Liegen, Hängematte, Schaukel, Lounge, Deko, Kissen, Decken

Facts

Lage:	-
Zielgruppe:	Mieter
Bedeutung für «Manufakt»:	+
Investition	++
Betriebskosten	++
Selbstbedienung:	ja
Preis für Benutzung:	gratis
Aroma Raummodul:	-

Fitnessraum 60m²

Gesundheitsförderung der Mieter durch einen Fitnessraum und Fitness-Gruppenangebot

Makerspace/Werkstatt

Der einzigartige Makerspace ist eine Dienstleistung der besonderen Art: Maschinen wie 3-D-Drucker, Plotter, etc. stehen den Mietern zur Verfügung. Für den Makerspace wird ein Mieter als Betreiber gesucht.

Showroom

Der Showroom dient als einzigartige Werbe-Plattform vor Ort: Jeder Mieter kann sein Angebot für seine Kunden und Gäste inszenieren und präsentieren. Konventionell empfangen Mieter ihre Kunden in den Mieträumlichkeiten in den Obergeschossen, mit den zentralen Showrooms wird das EG belebt und die Leistungen der diversen Mieter werden – im realen Raum – sichtbar gemacht.

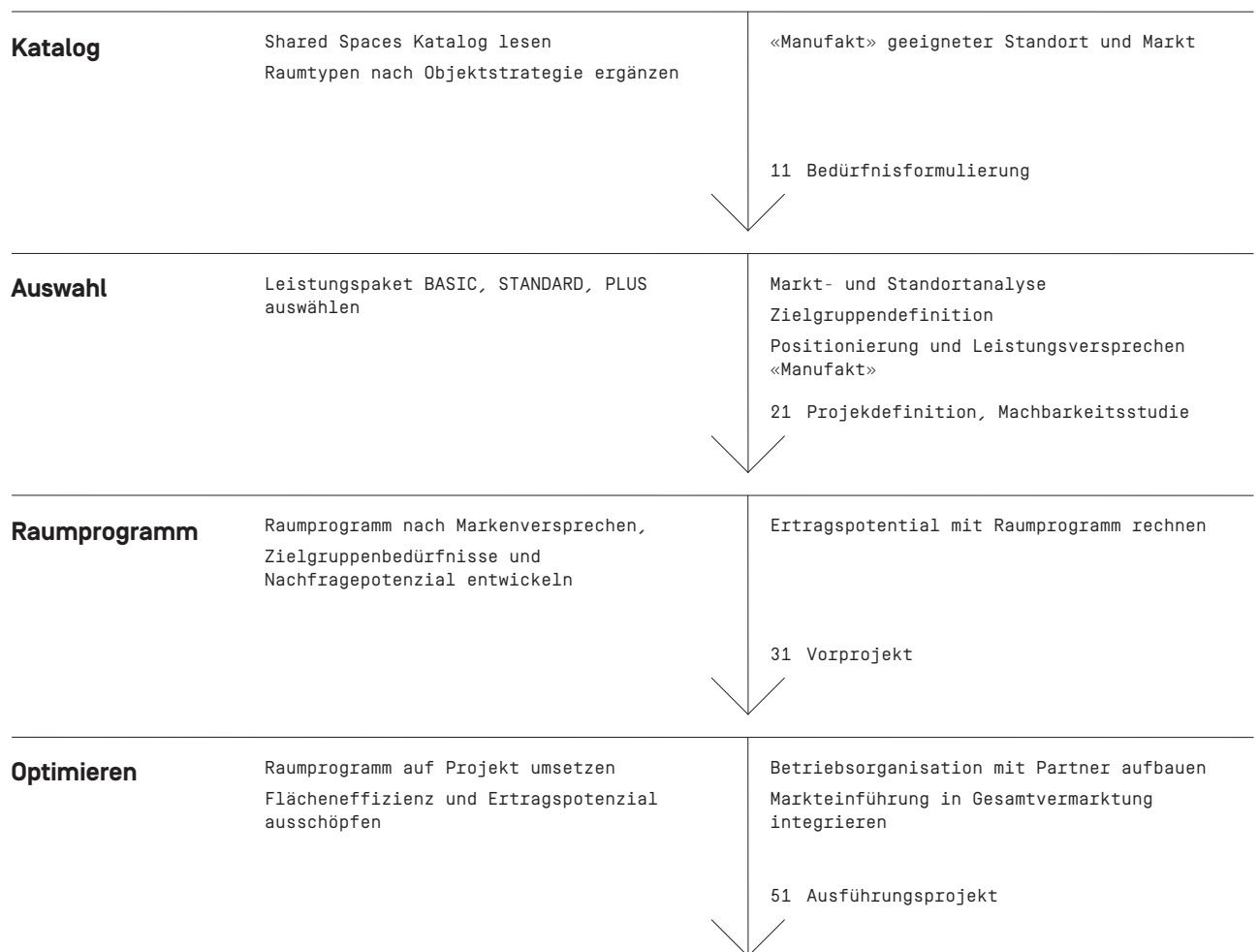
Home Cinema 40m²

Entertainment nach Feierabend, Teambuilding, Gästeangebot – das Homekino bietet Abwechslung und Unterhaltung und kann auch als Ort für Präsentationen unkompliziert genutzt werden.

Umsetzungsschritte

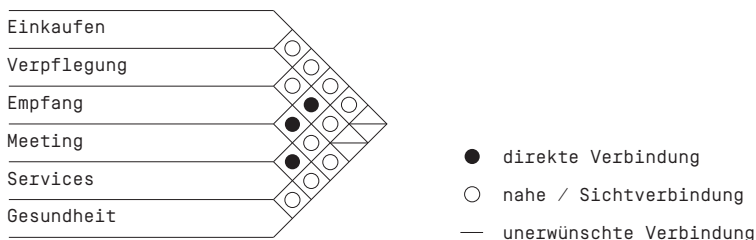
Für die Entwicklung eines Shared Spaces Angebots pro Projekt sind die folgenden Arbeitsschritte erforderlich.

Um die Umsetzung beispielhaft aufzuzeigen, wird für «Manufakt» Wädenswil ein Raumprogramm und das Ertragspotenzial für ein Standard Leistungspaket entwickelt.

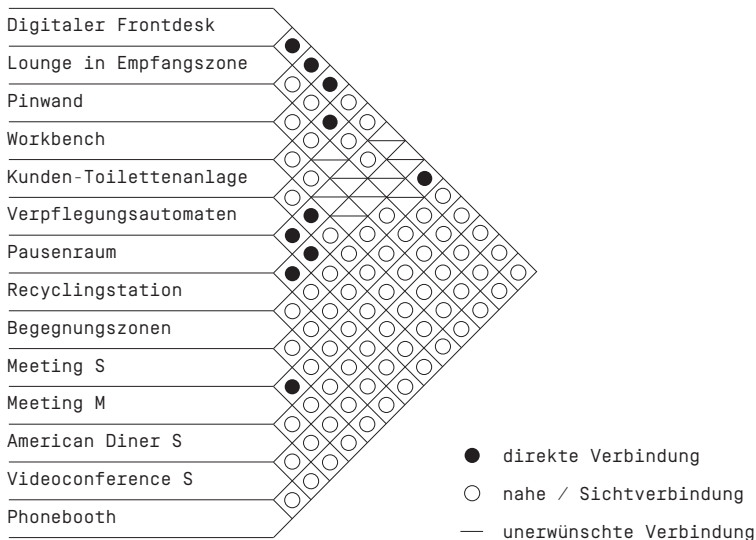


Shared Spaces Raumkategorien

Das folgende Schema illustriert die Räume [Kategorien] in direkter Nachbarschaft mit einem gefüllten Kreis, die naheliegenden bzw. die Räume in Sichtweite mit einem leeren Kreis und unerwünschte Verbindungen mit einem Strich. Ist die Verbindung neutral bleibt das Feld leer.



Jeder Raum hat einen Schnittpunkt zu einem anderen Raum. So befinden sich, als Lesebeispiel, der Empfang und die Meetingräume in unmittelbarer Nachbarschaft.



Entwicklung des Shared Spaces Raumprogramms

Die Gestaltung des Raumprogramms ist durch drei Leitgedanken geprägt.

1. Öffentlichkeitsgrad der Nutzung

«Manufakt» bietet Räume in drei Stufen der geteilten Nutzung an.

- öffentliche Räume wie z.B. Cafeteria, Eingangshalle
- halb-öffentliche Räume wie z.B. Sitzungszimmer, Shared Office
- private Räume (Mietfläche zur alleinigen Nutzung)

Damit «Manufakt» das Versprechen eines überdurchschnittlichen PreisLeistungsverhältnis einlösen kann, werden den Mietern kompakte Mietflächen angeboten und flexibel zumietbare Meetingräume und Einzel- und Teambüros.

2. Lagequalität

Je öffentlicher die Nutzung eines Raumes ist, desto näher beim (Haupt-) Eingang befindet sich der Raum und befindet sich an der besten Lage im Gebäude (Aussicht, Tageslicht, Raumhöhe).

3. Nutzungsgruppe

Die geteilt genutzten Räume (Shared Spaces) sind so gruppiert, dass sie sich bestärken und komplementieren.

Aus dem Flächenpotenzial von knapp 10'000 m² NF ergibt sich ein Potenzial von 350–450 Arbeitsplätzen. Daraus leiten wir für das «STANDARD» Raumprogramm die folgenden Flächen für die Shared Spaces ab:

#	Leistung	#	m ² /Einheit	Total m ²	Bedeutung für «Manufakt»	Preis	Investition	Betriebskosten	Selbstbedienung
1.10	Digitaler Frontdesk	1.0	6.0	6.0	+++	gratis	++	++	Ja
1.20	Lounge in Empfangszone	1.0	8.0	8.0	+++	gratis	++	+	Ja
1.30	Pinwand	1.0	2.0	2.0	++	gratis	++	+	Ja
1.40	Workbench	1.0	6.0	6.0	++	gratis	+	+	Ja
2.10	Begegnungszonen	5.0	0.0	0.0	+++	gratis	++	+	Ja
2.11	Phonebooth	8.0	3.0	24.0	+++	bezahlt	++	+	Ja
2.12	Meeting S	4.0	10.0	40.0	+++	bezahlt	++	+	Ja
2.13	Videoconference S	3.0	4.0	12.0	++	bezahlt	++	+	Ja
2.20	American Dinner S	3.0	4.0	12.0	+++	gratis	++	+	Ja
2.21	American Dinner M	2.0	6.0	12.0	+++	gratis	++	+	Ja
2.30	Meeting M	3.0	18.0	54.0	+++	bezahlt	++	+	Ja
2.31	Workshopraum M	1.0	35.0	35.0	+++	bezahlt	++	++	Ja
2.32	Videoconference M	2.0	18.0	36.0	++	bezahlt	++	++	Ja
2.33	Meeting L	1.0	25.0	25.0	+++	bezahlt	++	++	Ja
2.34	Workshopraum L	1.0	50.0	50.0	+++	bezahlt	++	++	Ja
2.36	Meeting XL	1.0	35.0	35.0	+++	bezahlt	++	++	Ja
2.39	Veranstaltungsraum L-20-30 PAX	1.0	50.0	50.0	++	bezahlt	++	++	Ja
2.60	Outdoor-Meetingraum/ Laube	0.0	0.0	0.0	+	gratis	++	++	Ja
2.61	Pavilion	1.0	50.0	50.0	++	bezahlt	+++	++	Ja
3.10	Verpflegungstationen	1.0	8.0	8.0	+++	bezahlt	++	+	Ja
3.11	Kiosk/Mini-Market	1.0	15.0	15.0	+++	bezahlt	++	+	Ja
3.20	Pausenraum	1.0	70.0	70.0	+++	gratis	++	++	Ja
3.30	Gemeinschaftsküche	1.0	40.0	40.0	+++	bezahlt	++	++	Ja
3.50	Foodtruck	1.0	0.0	0.0	+	gratis	+	++	Ja
4.10	Flex Office	1.0	500.0	500.0	+++	bezahlt	++	++	Ja
4.20	Schliessfächer	1.0	10.0	10.0	+++	bezahlt	++	+	Ja
4.32	Fitnessraum	1.0	60.0	60.0	++	bezahlt	++	++	Ja
	Total	48.0		1160.0					

Angebotspreise Meetingräume «Manufakt 8888»

Preis- kalkulation	An- zahl	Miet- fläche	PAX	CHF/Stunde [extern]	CHF/Stunde [intern]
Meeting 1	1	10.00	4	25.00 CHF	15.00 CHF
Meeting 2	1	10.00	4	25.00 CHF	15.00 CHF
Meeting 3	1	10.00	4	25.00 CHF	15.00 CHF
Meeting 4	1	10.00	4	25.00 CHF	15.00 CHF
Meeting 5	1	18.00	6	45.00 CHF	25.00 CHF
Meeting 6	1	18.00	6	45.00 CHF	25.00 CHF
Meeting 7	1	18.00	6	45.00 CHF	25.00 CHF
Meeting 8	1	25.00	15	70.00 CHF	35.00 CHF
Meeting 9	1	35.00	20	120.00 CHF	50.00 CHF
Meeting 10	1	4.00	1	15.00 CHF	5.00 CHF
Meeting 11	1	4.00	1	15.00 CHF	5.00 CHF
Meeting 12	1	4.00	1	15.00 CHF	5.00 CHF
Meeting 13	1	18.00	6	50.00 CHF	25.00 CHF
Meeting 14	1	18.00	6	50.00 CHF	25.00 CHF
Meeting 15	1	35.00	20	120.00 CHF	60.00 CHF
Meeting 16	1	50.00	30	150.00 CHF	90.00 CHF
Meeting 17	1	50.00	30	180.00 CHF	120.00 CHF

Angebotspreise Einzel- und Teambüros «Manufakt 8888»

Space	AP/pro Raum	Anzahl	Miet- fläche m ² /Raum	Arbeits- plätze	CHF/Monat TEAMBÜRO
Flex Offices		27		74	
1er Büros	1	5	10.00	50.00	580.00 CHF
2er Büros	2	10	14.00	140.00	780.00 CHF
3er Büros	3	5	18.00	90.00	980.00 CHF
4er Büros	4	5	24.00	120.00	1'280.00 CHF
6er Büros	6	1	40.00	40.00	1'880.00 CHF
8er Büros	8	1	55.00	55.00	2'480.00 CHF
Subtotal					
Team Office		27		495	74

Ertragspotenzial Shared Spaces «Manufakt8888»			1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr
Auslastung Office in %			51%	75%	90%	96%	100%
Auslastung Sitzungszimmer in %			18%	30%	30%	35%	35%
	Flächenanteil	Mietfläche					
Erlöse Office	59%	495 m ²	160'200	238'680	284'520	303'480	316'320
Erlöse Sitzungszimmer	41%	337 m ²	218'592	364'320	364'320	417'600	417'600
nicht vermietbare Fläche	0%	0 m ²					
Total Erträge		832 m ²	378'792	603'000	648'840	721'080	733'920
Raum- und Infrastrukturaufwand	Mietfläche	CHF/m ² [ø]					
Mietaufwand	832 m ²	290.00	241'280	241'280	241'280	241'280	241'280
Nebenkosten akonto	832 m ²	35.00	29'120	29'120	29'120	29'120	29'120
	Bruttomiete		270'400	270'400	270'400	270'400	270'400
Total Raumaufwand	Cash-flow Eigentümer I		270'400	270'400	270'400	270'400	270'400
Bruttoerfolg			108'392	332'600	378'440	450'680	463'520
Aufwände Betrieb	Bezugsfläche	Monatskoten	CHF/m ²				
Betriebskosten [ICT, Vers., Admin, Verwaltung]	832.00	2'773	40.00	33'280	33'613	33'949	34'288
Grundreinigung Office, Meeting, Bibliothek, Pausenraum, etc.	832.00	2'451	35.00	29'120	29'411	29'705	30'002
Marketing & Werbung				0	30'000	30'000	30'000
Product Management				24'000	24'000	24'000	0
Unvorhergesehenes				10'000	10'000	10'000	0
Betriebskosten				96'400	127'024	127'654	94'291
Total laufende Aufwände				366'800	397'424	398'054	364'691
	Gesamtaufwand, in % Umsatz			97%	66%	61%	51%
Erfolg [EBITA]				11'992	205'576	250'786	356'389
	EBITA CHF/m ²			14	247	301	428
	EBITA, in % Umsatz			3%	34%	39%	49%
Eigentümer Cash-flow II [Miete, Amortisation & EBITA]				253'272	446'856	492'066	597'669
Monitoring				1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr
Cash-flow Liegenschaft [Miete, Nebenkosten, Amortisation]				299'520	299'520	299'520	299'520
Bruttomiete	Eigentümer Bruttomiete	Eigentümer CHF/m²		304	537	591	718
EBITA				11'992	205'576	250'786	356'389
EBITA, in % Umsatz		EBITA, in % Umsatz		3%	34%	39%	49%

Die Betriebsorganisation für alle «Manufakt» ermöglicht die Vermietung und Nutzung von Shared Spaces in Selbstbedienung. Die Aufgaben sind in zwei Bereiche aufgeteilt, in Asset- und Property Managementaufgaben und in kaufmännische und infrastrukturelle Facility-Managementaufgaben. Alle Aufgaben können durch den Eigentümer an externe Dienstleister im Auftragsverhältnis delegiert werden.

Aufgabenbereiche Asset- und Property Management und Dienstleister

Asset / Property Management

Mietangebote und Preise entwickeln und optimieren
 Qualitätssicherung operativer Betrieb [SLA's]
 Setup und Administration Buchungsplattform



Servicedienstleister

WLAN-Betrieb
 Reinigung
 Kaffee- / Snackzone
 Kopier- und Druckerzentrum
 Mobiliar [Kauf/Miete]
 Büroausstattung

Vermarktung Shared Spaces

Management Buchungsplattform mit Inkasso

«Manufakt» vermietet die Hauptmietflächen mit herkömmlichen Mietverträgen und die Shared Spaces als Dienstleistungen nach Nutzung. Die Shared Spaces werden in Selbstbedienung, vollständig automatisiert, vermietet und genutzt. So sind beispielsweise alle Sitzungszimmer online buchbar und das Inkasso erfolgt im Voraus automatisiert.

Die Betriebsorganisation ist im Rahmen eines Projekts auszuarbeiten. Nur im Kontext eines konkreten Projekts und unter Berücksichtigung der Eigentümerstruktur und der FM- und Bewirtschaftungspartner können massgeschneiderte Lösungen für eine Betriebsorganisation in Selbstbedienung und ohne Management- und Betreiberverträge entwickelt werden. Die nachfolgenden Grobkonzepte bilden die Grundlage für eine konkrete Umsetzung in einem Objekt.

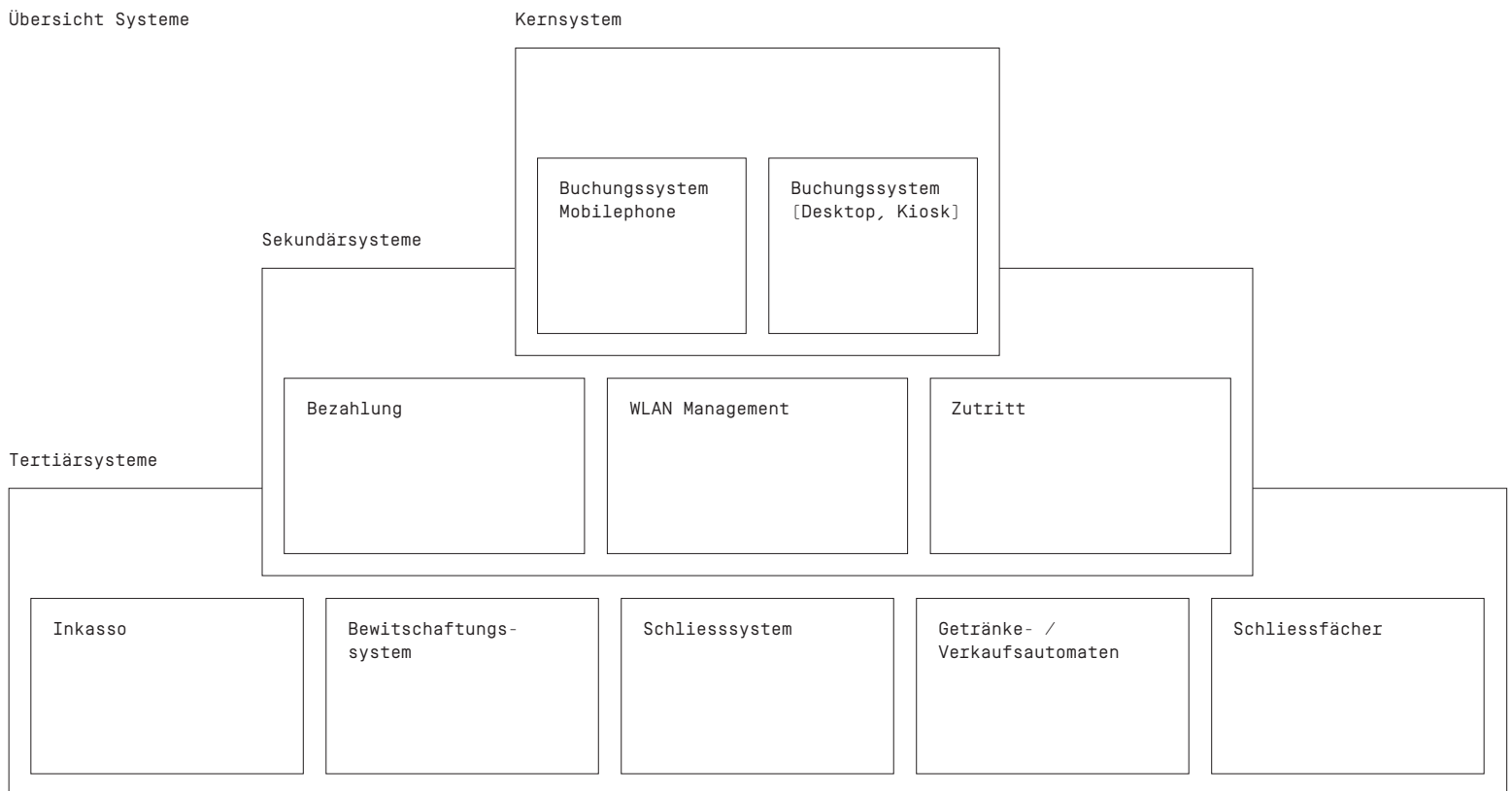
Zielsetzung

Die Vermietung und Nutzung aller geteilt genutzten Räume wie Sitzungszimmer, Einzel- und Teambüros, Fitnessraum und andere Services erfolgt automatisiert und entlang der Mieter Customer-Journey.

Marktbearbeitung	Miete	Zutritt	Nutzung
Miete ab 6 Monaten			
<ul style="list-style-type: none"> - Vermietung Teambüros möbliert/unmöbliert - Homegate - Website - Telefon/E-Mail - Direktkontakte 	<p>Besichtigung Mietangebot Mietvertrag</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Objektübergabe - Schlüssel - WLAN 	<ul style="list-style-type: none"> - Login Sitzungszimmer Kalender - Webformular für Fragen - Kaffeezone [Bargeldlos] Betrieb durch externen Dienstleister
Miete unter 6 Monaten			
<ul style="list-style-type: none"> - Kurzfristige Nutzung - Website - Plattformen [optional] 	<p>Büro & Sitzung auswählen kostenpflichtig buchen [Kreditkarte, Klarna, Paypal]</p>	<p>«digitales Schloss»</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Login Sitzungszimmer Kalender - Webformular für Fragen - Kaffeezone [Bargeldlos] Betrieb durch externen Dienstleister

Systemlandschaft

Das Kernsystem der Shared Spaces ist das zentrale Buchungssystem. Im Buchungssystem sind alle vermietbaren Räume, Ressourcen und Produkte erfasst, die Nutzeradministration und die interne Nutzerkommunikation (Memberdashboard) sind ebenfalls Teil dieses Systems.



Für den automatisierten Betrieb ist die vollständige Integration der Sekundärsysteme [Zutritts- bzw. Schliesssystems, WLAN-Management und Onlinebezahlung] erfolgsentscheidend. In geringerem Umfang sind auch die Tertiärsysteme - soweit technisch möglich und wirtschaftlich sinnvoll - mit der Buchungsplattform zu integrieren.

Anforderungen an das Schliesssystem

Räume sind für unterschiedliche Nutzergruppen leicht erreichbar, rasch zugänglich und gleichzeitig sicher abgeschlossen. Das Schliesssystem gewährleistet den Zutritt vom Hauseingang durch alle auf dem Weg liegenden Türen bis zum reservierten Raum, sowie den Zugang zu allen Nebenräumen (Garderoben, Toiletten, Kaffeeküche), die innerhalb des Angebots genutzt werden dürfen. Der Zugang ist selbsterklärend und kann in Selbstbedienung genutzt werden; es versteht sich als Teil eines Gesamtkonzepts mit weiteren Dienstleistungen.

		Spontane Mieter		Dauermieter		
		Kunde	Gast	Kunde	Mitarbeitende	Gast
Registrierung	keine		■			■
	kurz	■				
	ausführlich			■	■	
Plattform	Webportal			■	■	
	App auf Mobile			■	■	
Zahlung	sofort	■		■		
	monatlich			■		
Funktion	Digitaler Zugang [Code, Bluetooth, RFID] auf Mobile	■	■	■	■	■
	Gäste in gebuchte Räume einladen	■		■	■	
	Zutritt aus der Ferne mit individuellen Rechten für Dritte erstellen			■	■	

Die Freischaltung von Schlössern geschieht anhand von Rollen, die zentral festgelegt werden. Jede Art der Gebäude- und Raumnutzung ist so hinterlegt und kann den Nutzern der Liegenschaft, resp. ihrem gebuchten Angebot zugeordnet werden. Die Nutzer identifizieren sich bei den Türen ausschliesslich mithilfe ihres Mobiltelefons.

Die Vermietung von durch mehrere Mieter genutzte Räume, wie Sitzungszimmer und Veranstaltungsräume, ist seit vielen Jahren in Geschäftshäusern etabliert. Die meisten Angebote weisen folgende Eigenschaften auf:

- Die Nutzung richtet sich fast ausschliesslich an interne Nutzer/Mieter und die Vermietung an externe Nutzer ist aus organisatorischen (Vermarktung, Bereitstellung, Vertragswesen) und technischen Gründen (Zutritt, Sicherheit) schwierig.
- Die Auslastung der Räume ist sehr tief
- Die erzielbaren Mietpreise sind tief
- Die Investitionen in den Ausbau und Ausstattung sind oft hoch.
- Die Betriebskosten für Vermietung, Bereitstellung, Gastgeber und Reinigung sind hoch.

Das Interesse von Investoren einen substantiellen Anteil der Ertragsflächen für Shared Workspaces zu verwenden und die Betreiber- und Leerstandsrisiken selber zu tragen sind daher gering. Diese Risiken können jedoch durch eine möglichst vollständige Automatisierung der Nutzung und einer digitalen Vermietung wesentlich reduziert werden. Durch die Automatisierung entfallen die Personalkosten für die Vermietung und Bereitstellung. Die digitale Vermietung erhöht die Auslastung durch interne und externe Nutzer und ermöglicht einen einfachen, sicheren Zutritt für externe Mieter.

Die folgenden Antworten auf häufige Fragen von Investoren zeigen die Vorzüge und Herausforderungen eines betreiberfreien Angebots auf.

1. Was ist das Ertragspotenzial eines «betreiberfreien Manufakt» Angebots im Vergleich zu einer Betreiberlösung?

Das Ertragspotenzial eines Angebots ist im Wesentlichen von drei Faktoren abhängig: Dem Standort, der Flächeneffizienz des Konzepts (Arbeitsplätze oder Sitzungszimmerplätze pro m²) und dem Auslastungsgrad des Angebots.

«Manufakt» Neubauten befinden sich an peripheren Standorten und die Mieter und Sitzungszimmerkunden sind gezielt für das «Manufakt» zu gewinnen. Darauf konzentrieren sich die Betreiber von Coworking- und Flex Office-Angeboten auch an ihren Standorten. Diese können durch die höheren Marketing- und Betriebsanstrengungen auch höhere Auslastungsquoten erzielen als Konzept ohne Betreiber. Betreiber schöpfen den Mehrwert der höheren Auslastung jedoch meist vollständig ab.

«Manufakt» schafft durch die starke eigene Markenpositionierung, die Integration der Vermarktung und automatisierten Vermietung und Nutzung Erträge zu erzielen, die gleich oder höher sind als in einer Betreiberlösung. Durch das Anbieten aller Leistungen in Selbstbedienung fallen auch keine (hohen) Personalkosten an. So sind die wenigen personalintensiven Teilleistungen, wie beispielsweise die Raumreinigung, in konventionelle FM-Dienstleistungsverträge ausgelagert, was gesamthaft zu tieferen Betriebskosten als in Betreibermodellen führt. In der Modellrechnung für «Manufakt8888» wurde dies berücksichtigt.

Weiter sind die «Manufakt» Raumgrößen für Sitzungszimmer, Flex Offices und die anderen Shared Spaces kompakt geschnitten, um eine hohe Flächeneffizienz zu erzielen.

2. Wer führt die verschiedenen Dienstleistungspartner?

Wie im Kapitel Betriebsorganisation «Manufakt» einleitend beschrieben, führt der Eigentümer den Property- und Facility Manager im Rahmen konventioneller Dienstleistungsverträge. Die Lasten- und Pflichtenhefte werden um die spezifischen Aufgaben für die Shared Spaces ergänzt. Initial sind die Prozesse und Schnittstellen im Rahmen des «Manufakt» Neubauprojekts zu definieren und umzusetzen. Der Eigentümer überwacht im Tagesbetrieb die Auslastung und bestimmt die Konditionen der Shared Spaces im Rahmen seiner regulären Eigentümeraufgaben. Das Buchungssystem bietet dem Property- und Facilitymanager die für das periodische und aperiodische Reporting erforderlichen Kennzahlen und Berichte an.

3. Wer ist für das Inkasso zuständig?

Wie für die konventionellen Mietflächen ist auch für die Shared Spaces das kaufmännische Facility oder Property Management für das Inkasso verantwortlich. Initial werden dazu die Online-Inkassolösungen für Kreditkarte, Twint, Paypal und Klara (vorschüssige Zahlung) oder Monatsrechnung für Mieter (nachschüssige Zahlung) mit den Bankverbindungen des Eigentümers oder Property Managers verbunden.

Auf eine vollständige Integration in das ERP-System des Property Managers (Vertragslaufzeiten, Mahnwesen, Zahlungsläufe, etc.) ist zu verzichten, da diese Systeme für konventionelle Mietverträge geeignet sind. Diese sind jedoch nicht für die kurzfristige Vermietung (Stunden- /Tagesweise) von Einzelräumen und aperiodischen (fixen) Preisen geeignet.

4. Was passiert wenn Nutzer den Raum in Unordnung oder schmutzig hinterlassen?

Bei der Nutzung von gemeinsam genutzten Räumen sind die unterschiedlichen Ansprüche und Einhaltung an Ordnung (Stühle ordentlich platzieren, Whiteboard reinigen, etc.) und Sauberkeit (Kaffeeteller wegräumen, Flipchartblätter entsorgen, etc.) unterschiedlich. Klare Benutzungsregeln sind die Grundlage für Einhaltung, Abmahnung und Verrechnung von Schäden und Sonderreinigungskosten. Durch die Buchungsplattform können die Vorbenutzer eindeutig identifiziert und bei Bedarf verursachergerecht belangt werden.

Die Mängelmeldung über die Buchungsplattform / Mieter-App und die periodischen Sichtkontrollen sind weitere Instrumente, damit die Nutzung für alle attraktiv ist und die Betriebskosten tief sind.

Steiner AG
Hagenholzstrasse 56
CH-8050 Zürich
www.steiner.ch

IMPRESSUM

Entwicklung und Redaktion:
Immobilienentwicklung Steiner AG
Peter Herzog, Zora Müller
Hagenholzstrasse 56
8050 Zürich

Kuration und Design:
schneiterpartner AG
Rämistrasse 35
8001 Zürich

Beitrag von:
immodea-Coworking Solutions
c/o PopUp Work Aarau
Ober Vorstadt 37
5000 Aarau