

ISCTE  **Business School**
University Institute of Lisbon

METHODS TO CREATE BETTER COWORKING SPACES

Subtitle:

How work environment can increase satisfaction
with the coworking space and performance of individual workers

Josefine Charlotte Benedikt

Dissertation submitted as partial requirement for the conferral of

Master in Human Resources Management and Organizational Consulting

Supervisor:

Prof. Aristides I. Ferreira, ISCTE Business School, Department of Human Resources and
Organizational Behavior

March 2019

TITLE OF THESIS
Josefine Charlotte Benedikt

Abstract

This thesis aims to explore which aspects of a coworking space play an important role for people working there, especially, what characteristics lead to satisfaction with the coworking space and in what environment can workers perform best. The study focuses on the German city Berlin. The research design adopts mixed-methods. A quantitative questionnaire was filled in by people working in coworking spaces in Berlin. Besides that, coworking space managers were interviewed, which adds qualitative information. Quantitative results were analyzed by descriptive statistics and simple moderation analysis. Qualitative outcomes were analyzed by content analysis. The main findings are that there is a high correlation between satisfaction with the coworking space and performance in situations of low external networking. Besides that, it was revealed that performance has a positive influence on feelings of job insecurity when job crafting can be deployed. Qualitative results show the importance of community and networking in coworking spaces and look into environmental aspects. Limitations of the study are a small sample size and a questionnaire which was translated two times, which leads to loss of information. This work raises the understanding of the functioning of coworking spaces.

Keywords: coworking spaces, community, work environment, performance

JEL classifications: Y4 Dissertations, M13 New Firms, Start-ups

Resumo

Esta tese tem como objetivo explorar os diferentes métodos de um espaço de coworking que tomam um papel importante para as pessoas que lá trabalham. Nomeadamente, quais são os aspetos que levam à satisfação com o espaço de coworking e em que ambiente os trabalhadores obtém o melhor desempenho. Relativamente ao desenho da investigação foram usados métodos mistos. Um questionário quantitativo foi preenchido por trabalhadores que utilizam espaços de coworking. Além disso, os gerentes de espaços coworking foram entrevistados, acrescentando assim informação qualitativa. Os resultados quantitativos foram analisados com estatística descritiva e análises de moderação simples. Os resultados qualitativos foram analisados por análises de conteúdo. As principais conclusões são que existe uma correlação elevada entre satisfação com o espaço de coworking e desempenho em situações de reduzido networking externo. A par disso, foi revelado que o desempenho tem uma influência positiva no sentimento de insegurança no trabalho quando a elaboração do trabalho pode ser desenvolvida. Os resultados qualitativos mostram a importância da comunidade e do trabalho em rede nos espaços de coworking e examinam os aspectos ambientais destes. As limitações do estudo são o tamanho reduzido da amostra e a tradução dupla do questionário que pode levar à perda de informação. Esta dissertação desenvolve o entendimento do modo de funcionamento de espaços de coworking.

Palavras-chave: espaços de coworking, comunidade, ambiente de trabalho, desempenho

JEL classificação: Y4 Dissertações, M13 Novas empresas, Start-ups

Index

- List of Tables..... III
- List of Figures III
- List of Abbreviations..... IV
- INTRODUCTION 1**
- 1. THEORY AND HYPOTHESES 4**
 - 1.1. THE CHANGING WORKPLACE 4
 - 1.2. COWORKING SPACES..... 5
 - 1.3. THE ATTRACTIVENESS OF COWORKING SPACES 6
 - 1.4. EXTERNAL AND INTERNAL NETWORKING 9
 - 1.5. PERFORMANCE 12
 - 1.6. JOB INSECURITY..... 14
 - 1.7. JOB CRAFTING..... 15
 - 1.8. HYPOTHESES 18
- 2. METHODOLOGY..... 20**
 - 2.1. PROCEDURE 20
 - 2.2. COWORKING ECOSYSTEM BERLIN 22
 - 2.3. QUANTITATIVE SURVEY 24
 - 2.3.1. *Sample* 24
 - 2.3.2. *Instruments*..... 24
 - 2.3.3. *Measures* 27
 - 2.4. QUALITATIVE INTERVIEWS 27
 - 2.4.1. *Sample* 28
 - 2.4.2. *Measures* 29
- 3. RESULTS 31**
 - 3.1. QUANTITATIVE RESULTS 31
 - 3.2. QUALITATIVE RESULTS..... 36
- 4. DISCUSSION..... 41**
 - 4.1. THEORETICAL CONSIDERATIONS 42
 - 4.2. PRACTICAL IMPLICATIONS 48
 - 4.3. LIMITATIONS OF THE STUDY 50

| | |
|---|-----------|
| CONCLUSION AND FUTURE RESEARCH..... | 53 |
| BIBLIOGRAPHY | 55 |
| APPENDIX..... | 63 |
| APPENDIX A: PICTURES OF COWORKING SPACES IN BERLIN..... | 64 |
| APPENDIX B: LIST OF ALL SPACES IN BERLIN | 69 |
| APPENDIX C: FLYER WITH QR-CODE | 75 |
| APPENDIX D: MAP OF COWORKING ECOSYSTEM BERLIN | 76 |
| APPENDIX E: QUESTIONNAIRE..... | 77 |
| APPENDIX F: DESCRIPTIVE STATISTICS | 83 |
| APPENDIX G: INSTRUMENTS WITH ALL ITEMS | 87 |
| APPENDIX H: RELIABILITY STATISTICS..... | 89 |
| APPENDIX I: QUALITATIVE INTERVIEW – QUESTIONS | 95 |
| APPENDIX J: RULES FOR TRANSLITERATION | 97 |
| APPENDIX K: CODING SYSTEM..... | 98 |
| APPENDIX L: RESULTS QUANTITATIVE DATA | 113 |
| APPENDIX M: RESULTS QUALITATIVE INTERVIEWS | 118 |
| APPENDIX N: FEEDBACK ON QUESTIONNAIRE..... | 120 |
| APPENDIX O: INTERVIEWS TRANSLITERATED..... | 122 |

List of Tables

| | |
|--|----|
| Table 1: Distribution of printed questionnaires..... | 21 |
| Table 2: Psychometric characteristics of the instruments | 26 |
| Table 3: Interviews..... | 29 |
| Table 4: Means, standard deviation and correlations of study variables | 31 |
| Table 5: Moderation 1 with X: Job insecurity, Y: Performance, W: Job crafting | 33 |
| Table 6: Moderation 2 with X: Performance, Y: Satisfaction with the space, W: External networking..... | 34 |
| Table 7: Overview of the results | 50 |
| Table 8: List of all contacted coworking spaces in Berlin | 69 |

List of Figures

| | |
|---|----|
| Figure 1: Number of coworking spaces by year | 5 |
| Figure 2: Model for simple moderation of Hypothesis 1 | 18 |
| Figure 3: Model for simple moderation of Hypothesis 2 | 19 |
| Figure 4: Coworking Spaces Berlin | 23 |
| Figure 5: Model of simple moderation 1 | 34 |
| Figure 6: Model of simple moderation 2..... | 35 |
| Figure 7: Meaning unit Community | 36 |
| Figure 8: Meaning unit Networking..... | 38 |
| Figure 9: Meaning unit Environment..... | 40 |

List of Abbreviations

| | |
|------|-----------------|
| DNX | Digital nomads |
| e.g. | for example |
| etc. | et cetera |
| HR | Human Resources |
| s. | see |
| U.S. | United States |

Introduction

Due to today's fast changing (technical) environment new ways of working and business strategies are developed frequently (Toffler, 1980). An intensive trend is working independently. This independence in the workplace happens in two forms, either choosing a flexible work place as an employee, which means the workers are not tied to the stationary office but can work from home or from other places (Spinuzzi, 2012). The second form is to start an independent business, meaning to work self-employed. This can range from being a freelancer and only doing business on one's own or to founding a business, a start-up¹. Self-starting businesses usually involve more than one person in the grounding process (Gandini, 2015).

The numbers of people working independently speak for themselves. Specifically, in Europe "7% of the total adult workforce" are freelancers, which totals 11 million people (Bernès, 2018, p. 1). In the past ten years the number of freelancers grew by 45%. Another interesting outcome is that more than two-thirds "became independent workers by choice" (Bernès, 2018, p. 1). Looking at the U.S. the numbers are even more incredible. An estimated 40-50% of America's workforce will not have a regular, or traditional, employment relationship in 2020 (Leclercq-Vandelannoitte & Isaac, 2016; Marzloff, 2013; Nielsen, 2016). In 2018 about 35% of America's workforce works independently (Upwork & Freelancers Union, 2018). These developments of a flexible and self-regulated workforce led to the growth of coworking spaces.

Coworking spaces were first developed in 2005. It took a few years until they really became a widely-utilized concept (Spinuzzi, 2012). Between 2009 and 2011 coworking spaces started to grow and reached an excessive growth until now (Statista, 2018). Today there are about 21.000 coworking spaces globally with an ongoing growth-rate (GCUC, 2017). A coworking space is a personally created workplace for individual workers or teams where desks are available for rent. These kinds of workplaces offer a lot of flexibility and autonomy as they mostly offer different areas to work in. For example, people can choose between a desk in an open-plan room with several independent workers or alternatively there are often team rooms with two or more desks to book for a little bit more isolated work (Spinuzzi, 2012).

¹ Start-up: A startup describes a recently founded company with an innovative business idea and high growth potential (Gründerszene, n.d.-b)

Most important, coworking spaces offer social interaction with other workers. In other words, the main advantage is the opportunity to belong to a community when working independently. Prior to coworking spaces, freelancers were often sitting alone in public places when doing their job and did not have many social interactions on a professional level. Coworking spaces brought the solution for this issue. While people can work effectively and individually on their task they have the possibility to interact with other professionals, which gives a feeling of belonging to a community (Spinuzzi, 2012). “Coworking spaces can therefore be regarded as a new form of urban social infrastructure enabling contacts and collaborations between people, ideas and connecting places” (Merkel, 2015, p. 121).

With the excessive growth coworking spaces are experiencing, there are many strategies and approaches to create “perfect” work environments for independent workers. This study aims to examine essential aspects for successful coworking spaces. Literature has uncovered relevant methods to pay attention to when studying the world of coworking. In addition to literature outcomes, some gaps could be identified that offer points of action for this study, described in the following paragraphs.

Bouncken and Reuschl (2016) propose future research in the field of communication and collaboration, which can be addressed by looking into the relevance of networking in coworking spaces. Also, they suggest research about possible mechanisms in the spaces considering job performance. Furthermore, they propose to look into opportunities and threats of coworking for example, issues of job insecurity when working in a coworking space. The knowledge about what leads to satisfaction with the workplace plays an important role when choosing where to work or where to pay for the desk in the case of coworking spaces (Garrett et al., 2017). Meaning, different professionals have different needs to successfully do their job. When choosing a coworking space to pay for a desk to work there, people visit the places to find out if the workplace fulfills their needs. Only then can satisfaction with the coworking space can be reached.

Gerdenitsch et al. (2016) propose future research on different forms of social interaction like how collaboration could have an effect on productivity or in other words, performance. It is essential to know how people can reach best performance when working in a coworking space. What social aspects are important for it and what environmental as well as atmospheric characteristics play a role? By utilizing quantitative research different aspects of coworking can be analyzed, compared, and their connection between each other can be examined.

Another important way to improve performance is the method of job crafting. This technique allows the worker to change the job task within specific task boundaries. It helps to adjust the tasks according to the physical and psychological environment (Wrzesniewski & Dutton, 2001). Especially, in coworking spaces it is important to be able to create an atmosphere that supports job crafting. The challenge is, that in most coworking spaces many different kinds of people with various employment backgrounds are working. This means the environment should be created in a way to meet different needs to support working techniques such as job crafting.

Venezia et al. (2008) give insight into the needs of people who work in a coworking space and how to create a good working environment. By using qualitative research methods important environmental aspects are discovered. In this study, expert interviews are conducted with coworking space managers and owners to find out, what works best for their coworking members. There is plenty of research on working behavior in different coworking spaces all over the world or in other words, in various cultures. The thesis focuses on the ecosystem of coworking spaces in Berlin, Germany.

When looking at the current gaps in the literature mentioned above, the following research questions can be developed. The main question is, how can coworking space owners create a better and more performance-driven environment in a coworking space? This leads to further research questions: What helps people working in a coworking space to be more satisfied with the coworking space and their performance, and how could networking support this? Furthermore, what can workers do who feel job insecurity and how can job crafting help in such circumstances? Also, how can job crafting add value to a coworking space and increase personal performance?

The thesis will be structured as following: first, there will be information on the theoretical background of the most important parameters that are analyzed in this study. Secondly, the methodology section explains in detail what research methods were used and how data were collected. Thirdly, the next chapter will present the outcomes of the data analysis. Fourthly, the discussion part helps to better understand the results and demonstrates practical implications and the limitations of the study. Finally, the conclusion will suggest future prospects.

1. Theory and Hypotheses

At first an overview of the basic theory behind coworking is elaborated. With many changes of work and workplace design in the last couple of years, new trends have emerged. The flexibility of when and where to work plays an important role. Therefore, this chapter aims to give an overview of the theory relevant for the thesis. At first, the development of workplace changes is described, then some characteristics of coworking spaces are explained and the question why workers use coworking spaces is examined. Afterwards, new trends of work relationships as well as new forms of working are considered.

1.1. The changing workplace

When looking at the development of work trends over the past years there have been different learnings and progresses. Spinuzzi (2012) mentions several different developments due to workplace changes. It mainly started with the option to have a computer and thereby be able to work from home. As described by Toffler (1980) the rise in technology brought this new opportunity and a rethinking of being tied to the workplace in the office. People started using their home offices and thereby experiencing new ways of working. Soon there were more developments as the technology changed fast and offered more alternatives for where and how to work.

The trend “teleworking” is described by numerous authors: Gurstein (2002, p. 3) for example says “Telework, [is] typified as work performed with the help of information and communication technologies, often located at a distance from a main office site”. This new mobility of information technology changed the workplace and work environment immensely. People not working in their firms’ stationary office became “mobile workers” (Venezia, et al., 2008, p. 61). There were almost no boundaries anymore shaping where, when, and how to work. Individual workers as well as organizations started to change the work arrangements to be able to follow the trends and offer a better place to work.

In the event of all these changes, innovations like coworking or nomadic work were developed. The approach of nomadic working is one of the more extreme forms of a flexible work arrangement. It is the possibility to change work location as often as wanted or necessary to reach best results as a freelancer as well as an employee. This means the person is able to travel while working, living a nomadic life style (Mark & Su, 2010; 2008). The more common and increasing way of flexible work environments is coworking. It offers an alternative to stationary

offices, public places and home office as place to work from. The focus of this work is to find out how coworking spaces can be improved. Therefore, the next part aims to provide an understanding of coworking spaces and their significance in the business world nowadays. The next sections pay attention to what coworking spaces are exactly, and to examine why such work places became so popular.

1.2. Coworking Spaces

Venezia et al. (2008) already mentioned that, not only the ability to use mobile devices for work is essential, but also the environment plays an important role for being successful and satisfied when working. As a result of such studies, coworking spaces were developed and seem to be the perfect solution. Coworking spaces are offices which can be used by everyone who pays for it. Mostly they offer not only a desk with internet connection but also a telephone, printer, communal areas, a kitchen or café and sometimes even sleeping rooms or childcare (Gandini, 2015; Venezia et al., 2008). Nowadays there is plenty of research on the term of coworking, because the reasons why people pay “only” for a desk or the functioning of this kind of working ‘individually together’ is very interesting and apparently rather relevant not only for freelancers.

To get a deeper understanding of this new work arrangement it is examined extensively. The very first coworking spaces were introduced in 2005, but it really started growing by 2011 (s. Figure 1). In the first years after it became more popular it had a growth rate of almost 90%. In 2017 there were about 15.500 spaces all over the world and more expansion is anticipated. The expected growth rate from 2017 to 2018 is about 21% (Foertsch, 2016; Statista, 2018).

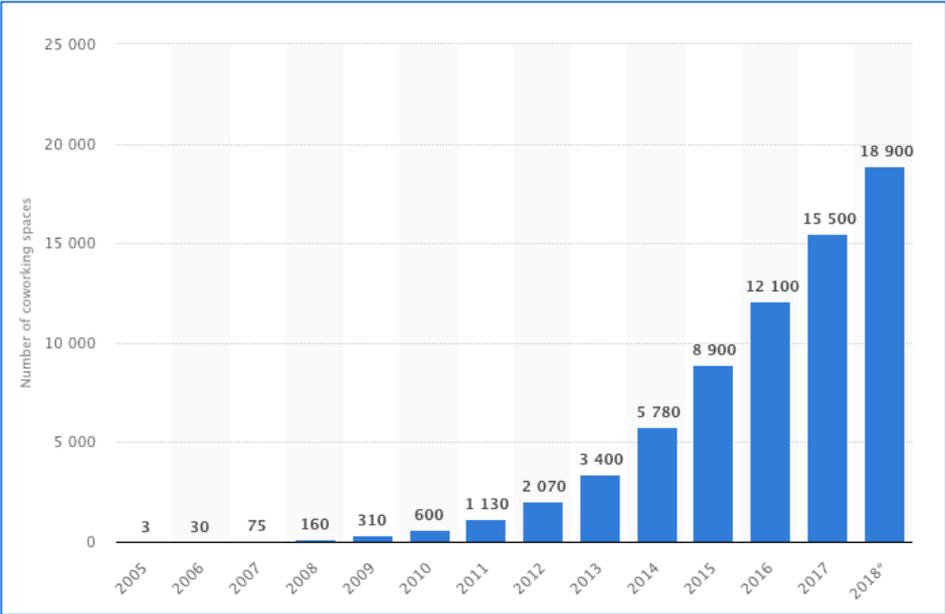


Figure 1: Number of coworking spaces by year (Statista, 2018)

In other words, about 1.74 million people globally are regularly working in a coworking space and this number is expected to become three times bigger in the next four years (Foertsch, 2018a; GCUC, 2017). All these numbers show the popularity of coworking spaces. With this increasing recognition, coworking spaces are under pressure to offer more places for customers. A customer in this case is a person working there, which means the one who pays for a desk in the coworking space. This leads to the next essential question: What exactly is a coworking space? Gandini (2015, p. 194) describes coworking spaces as

“[...] shared workplaces utilised by different sorts of knowledge professionals, mostly freelancers, working in various degrees of specialisation in the vast domain of the knowledge industry”.

Basically, coworking spaces are places where workers can rent office facilities to be able to follow their daily tasks without being bound to one office, and without the need to search for a place in public or to be home alone. As shown in plenty of literature many different kinds of people are working there. The majority would be self-employed persons or freelancer (GCUC, 2017) but also many companies are using the opportunity of coworking spaces to save money on real estate for their own office (Venezia et al., 2008).

1.3. The attractiveness of coworking spaces

As the number of coworking spaces is increasing very fast, the reasons for this development get a lot of attention. Research shows that in Berlin alone more than 120 Coworking Spaces were open in Summer 2018 (Tobies, 2018). Many researchers are examining what aspects of coworking spaces are satisfying the individuals working there. What makes a worker choose to work there and not somewhere else? Bouncken & Reuschl (2018) examined these aspects considering social and environmental factors of coworking spaces. What are the advantages a coworker² has from this workplace instead of another one? The following section gives insights about some of the advantages coworking spaces offer as well as the reasons to work there.

² Every time the word “coworker” is used it refers to people working in a coworking space, without focusing on one gender. Women and men are equally meant in the whole thesis (also for words like worker and people).

Different authors have explanations why coworking became so attractive. A simple one would be that coworking space operators have discovered niches to develop an office environment for a specific target group. These target groups would be for example women, spaces with childcare offers, people with particular jobs that need a special environment like a Biolab or makers labs (Tobies, 2018). These niche spaces are also becoming more popular nowadays as the number of coworking spaces is very high and people running a space want to differentiate their coworking space from all the others (Foertsch, 2018a). But not only workers in specific fields or life situations recognize the advantages of such work spaces. Digitalization, globalization and the new ways of working led to a fast-growing industry of coworking spaces (Waters-Lynch & Potts, 2016). Consequently, a whole new era of office environment arose, which experiences a very high demand as can be seen in Figure 1. Not only self-employed individuals but also whole firms are renting desks or office rooms in such spaces (Nagy & Lindsay, 2018).

As mentioned before, the need for a stationary workplace is declining, and coworking spaces are offering “an alternative office space” (Spinuzzi, 2012, p. 416) which makes them very attractive to freelancers and employees working flexible. Even though people want to leave stationary or home offices they still prefer to not work alone but as part of some kind of community. Besides that, many people prefer to have a place to go to do their work. Because such a place helps to live a more structured lifestyle, for example, the coworker will get dressed and not stay in pajamas all day, which is a reason for some to choose the coworking environment (Garrett et al., 2017). Meaning, if one pays a monthly fee for a desk to work at it is rather used than not, which signifies for the worker to get dressed and go to ‘work’. Further, it is easier to know where to go, because to desk is rented instead of looking every day for another free place in public to work.

One main characteristic of coworking spaces is the individualistic interior design. Spinuzzi (2012) indicates that the owner of a coworking space shapes and furnishes it according to his/her understanding of coworking. One unique selling position of a coworking space, then, is how it looks. The flair and atmosphere to expect in the space are also often represented by its look. For example, some of the spaces are more rustic, others are very modern, and others again are rather simple with the focus on a concentrated work environment (s. Pictures in appendix A). Often the coworking space manager tries to fulfill the wishes of the customers. This means, in the space of your choice as a coworker you probably have everything you want. But also, because one can choose between so many different working environments, which makes it easier to find the coworking space that best fit the needs (Spinuzzi, 2012).

For people working as freelancer without a stationary office there are more reasons to book a table in a coworking space. Many people worked either from home or from cafés before switching their workplace with a coworking space. Working from home or public places is in many cases not satisfying because the people experienced “distractions, self-motivation problems, and feelings of isolation” (Spinuzzi, 2012, p. 421). This shows that the decision to work from a coworking space brings the advantages of having an office environment where people can follow their daily business (e.g. make phone calls) without being interrupted in public spaces. Studies have shown that workers are more focused and concentrated on their projects when working in a coworking space. Two thirds of a survey about efficiency in a coworking space responded to be more productive and feel healthier than working on a normal “office routine” (Design Offices, 2016b).

People that decide to work in a coworking space become part of a community which decreases the feeling of isolation. People search for different things when it comes to office spaces, which brings another advantage of coworking spaces. Many spaces are differently from another, enabling coworkers to find their “perfect fit” or almost perfect fit out of interior design, flexibility, community style, etc. (Spinuzzi, 2012). Coworking spaces create places for various minds from different branches. This means in the spaces everyone gets the opportunity to cowork or network with specialists of diverse fields, which might help to improve ones’ business. This is another reason why coworking spaces became popular (Design Offices, 2016b). Also, it gives workers the opportunity to connect with like-minded people as well as people from completely different fields. This opportunity let coworkers grow and enhance their knowledge (Cagnol, 2013). Furthermore, the owners of the spaces often choose different kinds of target groups for their work place or would favor individuals with specific characteristics. For example, one proprietor for example might prefer customers with IT background while another might favor customers coming from startups. When having a similar background or characteristics it might be easier for coworkers to connect. Moreover it gives the possibility to support each other due to specialist knowledge in the same field of work (Spinuzzi, 2012).

Another reason why coworking spaces are working so well is that nowadays companies give employees the flexibility to not be tied to an office anymore. Rather, due to globalization and digitalization, companies offer their employees the opportunity to work from places they can choose. This strategy gives organizations the chance to save money on workspaces. Money that does not need to be invested in real estate infrastructure can thereby be reinvested in the desire

for more flexibility of today's mobile workers (Cagnol, 2013). An example for this approach is Microsoft. In summer 2016 Microsoft moved into its new headquarters in Munich where a new style of working was launched. The organization follows the approach of "smart workspaces"; here, the employees and their needs are in focus. This means, everyone can freely choose where, how and with whom he/she wants to work. One goal of this method is to support networking and inter-departmental exchange between colleagues. To realize this goal, Microsoft implemented different areas within the office: they have rooms for silent and concentrated work or alternatively there are areas where employees can work more interactively (Design Offices, 2016a).

Another big change is the number of workspaces Microsoft's new office has. The headquarter offers room for only about fifty percent of all employees. That is because many employees make use of flexible work places, which means they can not only choose wherever in the office they want to sit but also if they want to work from home or for example from another working space. Markus Köhler, Head of HR at Microsoft, expects team- and project work to get more effective, and to also have a better interconnectedness within the whole company crucial to its success in the future. He also underlines the importance of managers being coaches close to the employees instead of being only a supervisory authority. This shows how companies are following the new trend of coworking by building their own coworking spaces in their offices. Also, by giving the employees freedom to choose where and when to work (Design Offices, 2016a).

To sum up, according to the literature, satisfaction about working in one space derives from the services a coworking space is offering, as well as the individual flair of all the different places and environments a worker can choose from. Along with the flair and the interior design, another important consideration is the community of the coworking space. Community gives the opportunity for networking and supports the feeling of being part of something. That also plays an important role for feeling satisfied in the chosen coworking space. This leads to the next point about networking in the coworking environment.

1.4. External and Internal Networking

The next part is considering the networking behavior of people working in a coworking space. Networking is an essential part of the new work trend coworking because you can find professional networks as well as independent networks in most spaces (Gandini, 2015;

Gerdenitsch, et al., 2016; King, 2017; Spinuzzi, 2012). To gain a deeper understanding, first the meaning of networking is explained.

Described as a proactive behavior, networking behaviors are attempts to develop and maintain relationships with others for the purpose of mutual benefit in their work or career. [...] Behaviors such as exchanging information and ideas, participating in professional associations, or alumni groups, volunteering for organizational task forces, and engaging in community initiatives are representative of various types of networking behaviors (McCallum, et al., 2014, p. 596).

Basically, it is the interest of workers to communicate with colleagues and to develop relationships in their work environment. This kind of communication helps to initiate trust among each other. Furthermore, it can have an effect on one's commitment and motivation for work (Forret & Dougherty, 2001; McCallum et al., 2014). The way of networking is always influenced by the personality, the type of organization, as well as the occupation (Forret & Dougherty, 2001). Organizations in this case are the different coworking spaces, where different networking cultures are practiced. Networking can appear in different directions; therefore, it is differentiated between internal and external networking. This might lead to confusion within coworking spaces, as most workers are from different firms.

Michael and Yukl (1993) described external networking as relationships to outsiders of the organization like vendors, suppliers, customers, friends or similar parties (stakeholders). Conversely, internal networking is considered to take place with the members of the organization on the workers' hierarchical level. For this thesis it is important to differentiate between internal and external networking more precisely. Who belongs to the external and who belongs to the internal network when looking at a person in a coworking space? To distinguish this more clearly, we have to challenge McCallum's et al. (2014, p. 597) statement that "external contacts can provide individuals with knowledge about other organizations, job opportunities, and their value on the job market." Furthermore, they say that "internal contacts can provide information and advice on issues such as the organization's culture, how to get work accomplished [...] and support within the organization" (McCallum et al., 2014, p. 597). Basically, when looking at coworking spaces all this can be applied to the environment there. This leads to the examination of the separation of internal and external networking within coworking spaces.

Many coworking spaces are designed to support people to start networking with each other, simply said, to support a ‘culture of encounters’ (Jakonen et al., 2017). Due to the open space areas a first sense of community arises just because coworkers can see each other and know they are not alone. Thereby a feeling of belonging to some kind of community develops. Also, the connections between the coworkers are similar to internal networks in firms, once they got to know each other, people talk about daily issues on a more personal level (Jakonen et al., 2017). Venezia et al. (2008) state that nowadays flexible workers need their networks, internally as well as externally to create social and professional value during work. Social value in this context means to develop not only business networks but also more personal relationships to the other coworkers. Coworking spaces are proven to be an optimal solution to build networks together with finding people to build alliances with (van den Broek, 2013). Young members of the coworking community are especially pleased with the opportunity to grow networks given by the work environment they are working in (Seo et al., 2017). This means, by starting internal networking within one coworking space people begin supporting each other and the relationship changes from being more external to a more informal way of communication.

To summarize, following the theories about internal and external networking there is a thin line distinguishing the two forms in coworking spaces. Basically, workers in a space are independent from each other, they do not pursue the same goals. They could be each other’s clients as well as competitors. But research states that a major characteristic of coworking spaces is that people support each other (Gerdenitsch et al., 2016). Thus, at the point when people start considering themselves to be part of the community of the space, the way of communication, social support or in general, networking might change from formal to informal. In other words, at first everyone belongs to each other’s external network, but as the people are sharing one workspace and start conversations like in internal networks it comes to a point that the coworking community of the space suddenly belongs to one’s internal network. As a matter of fact, every worker still has his/her external network (supplier, vendor, clients, etc.) which leads to the desire of not only having this external network but also develop an internal network (colleagues) in the workplace (Lando, 2018).

When looking at the mentioned aspects it can be stated that “creating an informational environment that helps employees solve increasingly complex and often ambiguous problems holds significant performance implications” (Venezia et al., 2008, p. 63) which might lead to higher satisfaction with one’s performance as well as with the chosen workplace. Another

important part to examine is how networking can support performance in a coworking space. Networking is an essential part of coworking spaces; therefore, it also influences productivity as well as the success of the people. By building alliances, coworkers are likely to be more efficient or reach improved goals.

1.5. Performance

People who are working try to reach a specific quality of work which will satisfy their expectations towards themselves. Only if the single parts of their daily tasks meet a good or excellent level, they might be satisfied with their overall performance. Basically, a worker always thrives to improve quality by growing standards and by focusing on economic benefits (Royuela & Suriñach, 2013). To support this goal, coworking spaces create a flexible work environment with a motivational and cooperative atmosphere (Bueno et al., 2018). The quality of work is directly related to productivity; one can only be satisfied if the total performance is satisfactory (Royuela & Suriñach, 2013).

When it comes to the description of performance several aspects have to be taken into account because it is a multidimensional construct (Motowildo et al., 1997; Pradhan & Jena, 2017). It has to be considered from different angles: by job, by employment and by the worker him-/herself. Relevant constructs are firstly the quantity of work, which is represented by the productivity in a specific time frame (Royuela & Suriñach, 2013). Next to the amount of work a single worker can cope with, the precision with which a person is working on tasks plays a role. Furthermore, an essential part to reach high performance is to be able to provide customer service. For some people it is also very important to be innovative and to improve procedures. All these aspects are assessed differently depending on the worker (Choi & Ha, 2018).

According to Motowildo et al. (1997) performance can be described as the outcome of an individual's tasks and thereby the added value to the overall organization during one time frame. Basically, literature distinguishes between task and conceptual performance (Motowildo et al., 1997; Pradhan & Jena, 2017). Task performance relates to two forms: operational as well as strategic tasks. The more operational ones are the "activities that transform raw materials into the goods and services that are the organization's products" (Motowildo et al., 1997, p. 75). The second dimension relates to the planning activities that are necessary to have an ongoing production with enough employees, in other words, have a functioning organization (Motowildo et al., 1997). Contextual performance looks into environmental aspects relevant for the organization. "It includes activities that promote the viability of the social and

organizational network and enhance the psychological climate” (Motowildo et al., 1997, p. 76). This shows, contextual performance refers more to the social aspect one contributes to the organizational success.

When looking at workers who are self-employed it is important to consider that they face a multi-organizational structure in their daily business. In other words, they have one job of similar tasks but they mostly work for different firms which means, self-employed individuals meet different structures regularly and have to be able to perform well in all settings (Huckman & Pisano, 2006; Shane & Nicolaou, 2013). Spanjer & van Witteloostuijn (2017) state that individual workers who already gained a broader experience when working with many different firms, reach higher performance in most cases. Working in a coworking space with the opportunity to persistently network with several other organizations might help freelancers to enlarge their experiences. Simply put, it can be stated that performance, especially when working independently, is contingent upon the personality of the coworker (Bakker, Tims, & Derks, 2012; Barrick & Mount, 1991; Spanjer & van Witteloostuijn, 2017).

For the people who are not working in a stationary office but decided to work in a coworking space there are different environmental aspects to consider. The atmosphere and environment in a coworking space is often very unique. Many spaces try to create a specific atmosphere by how they furnish or design the space. This gives coworkers the opportunity to choose the working atmosphere and environment where they can be most productive. By this autonomy of work environment, one can find the place to work where he/she can reach the highest productivity or can perform best (Bueno et al., 2018; Spinuzzi, 2012).

In summary, all the items that attempt to describe performance vary depending on the workplace the worker can choose from and the personality. Depending on the place a person can feel comfortable or more one-self than in other places (Gruen, 2017). Also, the definition of the items depends on personal perceptions and estimation. This reveals the importance of examining the situation on how performance can be accomplished in coworking spaces (Venezia et al., 2008).

The next part gives insight to further relevant aspects of working in coworking spaces. The issues of job insecurity and job crafting are examined. First job insecurity, as a normal risk most people come across during their professional career, is explained in more detail. Afterwards the approach of job crafting as a way to adjust one’s job is explored.

1.6. Job insecurity

Job insecurity is a threat that every worker is facing, some more actively others more indirectly. Many people working in a coworking space belong to young, smaller firms³ (e.g. start-ups) or are self-employed without long-term employment contracts (Spinuzzi, 2012). Basically, without a long-term employment contract workers automatically feel anxiety or stress in regards to their occupation after their contract ends (Ashford et al., 1989). Furthermore, anxiety or stress can lead to other, serious health problems and will effect one's job performance (Sverke et al., 2002). Research states that the feelings of job insecurity are a relevant issue in highly competitive businesses, because it leads to pressure on every worker. Apart from that, changes in organizations, like staff cuts or mergers, lead to the feeling of threat of the employees' job (Ashford et al., 1989).

Greenhalgh and Rosenblatt (1984) proposed a conceptual model for the process of job insecurity. They analyze different features of an individual's job that might get threatened by situations in the organization. Thereby feelings of job insecurity can be examined. They differentiate between objective, subjective and individual risks to one's job. When looking at the kind of employees working in a coworking space the threats might be from other sources. Foertsch (2018b) explains that the main target group of coworking spaces in Germany (and globally) are individual workers, followed by small enterprises with less than ten employees. Firms with a number of employees between ten and one hundred are very rare in German coworking spaces, whereas firms with more than one hundred employees are also part of the target group, because big firms also start to rent desks in coworking spaces for single teams. This means some workers who belong to big companies but work in coworking spaces are experiencing job threats from their employer, because feelings of job insecurity often result from the situations in their organization. Big companies for example often have a more stressful work environment, corporate culture and employees feel more uncertainty in their jobs. These factors lead to feelings of job insecurity (Piccoli et al., 2017). Other workers, freelancers for instance, experience the risks from their clients for example. Most people working in a coworking space belong to contingent employees. Contingent employment is described by mainly part-time or temporary contracts. "Today, an increasingly large percentage of part-time and temporary workers are self-employed" (Feldman, 2006, p. 29). Furthermore, these workers

³ According to the European Commission micro, small and medium-sized firms exist. Micro firms have less than ten employees, small firms less than fifty and medium-sized firms less than 250 (European Commission, 2016). In this case small firms describe start-ups, which have on average twelve employees (Kollmann et al., 2016).

are working in positions for highly skilled people. Feldman (2006) also states, that contingent workers are nowadays mainly working flexible regarding their place and time of work. All of this can be applied to people working in a coworking space.

Hundley (2001) states that people working self-employed are experiencing lower job insecurity. They are working on their own and are dependent on their customers, which means the risk of a lack of alternative jobs is higher for people employed by an organization. If freelancers lose one customer, they are still confident in finding an alternative selling position and do not need to find an alternative job/employment. This lower job insecurity also results in higher job satisfaction. “In particular, it can be argued that temporary and self-employed workers may feel less threatened by the lack of contractual protection if they have more personal resources and believe themselves to be more employable” (Chiesa et al., 2018, p. 7). By the mutual support in coworking spaces people are supported to believe in themselves and in alternative employment opportunities. Furthermore, they might even get jobs due to their networks with other coworkers. This is supported by the fact, that self-employed workers can choose more freely for whom they want to work and what projects they want to work on (Feldman, 2006). Consequently, on average, people in a coworking space working self-employed or on a temporary contract face less job insecurity than persons who are under a long-term contract from a rather big firm.

In the situation that people face job insecurity they might get support through networking in a coworking space or would use job crafting to change the problem. This leads to the next point to examine the method of job crafting.

1.7. Job crafting

Every job is defined by specific tasks to do, collaboration areas with others and boundaries to another job. The characteristics of a single job can be used by the employee to shape it individually at least inside the contract boundaries. Job crafting is defined “as the physical and cognitive changes individuals make in the task or relational boundaries of their work” (Wrzesniewski & Dutton, 2001, p. 179). By the altering of one’s job, individuals can reach a better personal fit with the job. Furthermore, they can adapt their understanding and thereby the meaning of their work. These actions lead to a better identification with one’s job (Niessen et al., 2016). A typical job crafting behavior would be for example a worker actively changing the own work environment to be able to better fulfill the tasks (Bakker et al., 2012).

Researchers pay attention to why and how people craft their jobs. Bakker et al. (2016) refer to different forms of job crafting. It depends either on “physical [or] cognitive changes” (Bakker et al., 2016, p. 170) to one’s job. This means employees could change the amount of work they have to do, alternatively there is the possibility to alter the collaboration and relationships with others. Wrzesniewski & Dutton (2001) describe three different practices of job crafting: Changing of task boundaries, cognitive task boundaries and relational boundaries. When looking at the first one (task boundaries) they refer to an adjustment of the number and type of job tasks. The second one (cognitive task) explores the altering of the view of one’s work “as [either] discrete tasks or [as] whole” (Wrzesniewski & Dutton, 2001, p. 182). This opinion is challenged by Tims & Bakker (2010) who state that cognitive changes of one’s job might just be individual avoidance behavior. Indeed, cognitive task changes are not real changes of the job but a modification of one’s mindset regarding parts of the job that does not fit with the individual beliefs. Relational boundaries discuss the change of whom to interact with and “the nature of interactions at work” (Wrzesniewski & Dutton, 2001, p. 182). Basically, the change of task boundaries leads to an adjusted “design of the job” whereas changes within relational boundaries effect the “social environment at work” (Wrzesniewski & Dutton, 2001, p. 182). Especially people who already gained some work experience are able to successfully craft their jobs (Niessen et al., 2016).

But why crafting the job? Several reasons can be found in the literature, e.g. being able to alter the daily tasks gives people a feeling of freedom and self-determination. Employees experience more flexibility and a feeling of autonomy which is a motivational factor (Wrzesniewski & Dutton, 2001). Furthermore, it fulfills different needs, like the possibility to have control over the own work. Also, social interactions are a basic human need which can be directed by shaping the job. This again motivates people to take influence on their daily life, steer tasks in a direction to meet personal needs (Niessen et al., 2016). Ashford & Black (1996) state that personal control also has an effect on networking and information sharing. As analyzed before, networking and information sharing play an important role in coworking spaces. This is supported by Niessen et al. (2016, p. 1292) saying that the “[d]esire for control [is] also related to seeking out and building new relationships at work.” Another reason why people use job crafting, especially in coworking spaces where people do not know each other very well, could be the importance to uphold a positive image (Niessen et al., 2016).

Besides why and how job crafting is done it is important to examine how job crafting effects performance and engagement. Weseler & Niessen (2016) found out that changing the task boundaries leads to better performance. This means, that if an individual alters the job within the task boundaries to better meet personal needs, a higher performance can be established. Next to the effect on better performance, job crafting can also influence the engagement of coworkers. Bakker et al. (2016, p. 173) analyzed the implications of job crafting on work engagement, “job crafting will also influence the job crafting of others in one’s work environment, and indirectly others’ work engagement”. This theory might be applied on coworking spaces because people working in a space share the same work environment and thereby could one’s job crafting influence another one’s work engagement. The authors found out that if one of the workers starts to craft the job colleagues will start by imitating this approach. This leads to higher work engagement and influences the level of dedication and absorption in the job (Bakker et al., 2016). If workers actively shape their work environment and daily tasks they will experience a positive effect on their work engagement as well as on their performance (Bakker et al., 2012).

Consequently, job crafting has plenty of positive effects. It is to analyze if it might also be advantageous in an event of job insecurity. By job crafting employees reach a higher fit of their personality to their job. It is stated that engaged workers that experience job insecurity feel the need to change their job and work environment according to their personal needs. Thereby uncertainty should decrease and they are able to increase their person-job fit by job crafting (Lu et al., 2014). Relational job crafting is positively connected with work engagement and in an event of high job insecurity this relationship gets stronger. This means, a highly engaged worker should be able to strengthen his/her job relationship by crafting the job. Following the reasoning, it gets clear, that employees try to avoid or decrease job insecurity by crafting their job (Lu et al., 2014). The question to propose here is, whether job crafting can moderate one’s performance in the situation of job insecurity.

The fields and considerations that are analyzed in the foregoing theory part lead to two hypotheses which are tested. The following section introduces these hypotheses and the models that belong to it.

1.8. Hypotheses

In the following part, each hypothesis with its model of simple moderation is presented. Figure 2 shows the model of hypothesis one and figure 3 presents the model of hypothesis two.

Looking at various studies mentioned before it could be found that feelings of job insecurity have an impact on one's performance. But this relationship might vary under different circumstances. Consequently, after analyzing the current literature it is suggested that the approach of job crafting can moderate the relationship between job insecurity and performance. Hence, hypothesis one proposes that the influence job insecurity has on a workers performance is moderated by job crafting. All of it in the environment of coworking spaces. Figure 2 shows the interference of the three variables. Job crafting influences the effect job insecurity has on performance as the moderator (W) in this model.

Hypothesis 1 – The relationship between job insecurity and performance from people working in a coworking space is moderated by job crafting. Thus, individuals that experience job insecurity can raise their performance if they approach the use of job crafting.

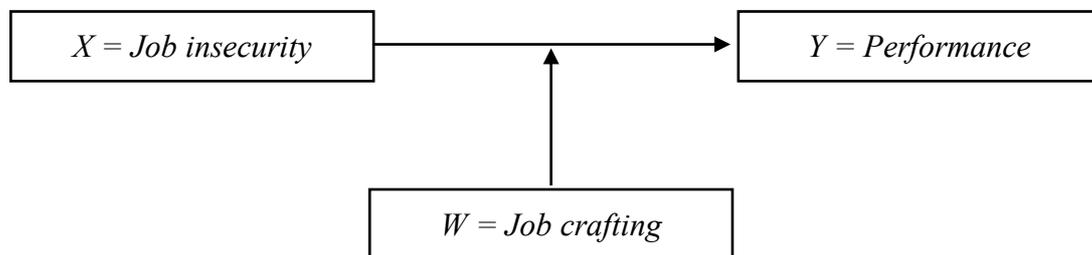


Figure 2: Model for simple moderation of Hypothesis 1 (own figure)

When looking at the mentioned aspects regarding one's performance at work and thereby satisfaction with the working environment it leads to the second hypothesis. It can be stated that the right environment might help workers to overcome problems which supports higher performance at work (Venezia et al., 2008). This might lead to higher satisfaction with one's performance as well as with the chosen workplace. This analysis, combining all of the so far mentioned theoretical aspects that are essential for a successful coworking space, leads to the second hypothesis. It is proposed that networking can moderate the relationship between performance and satisfaction with the coworking space. Hypothesis two is stated as follows.

Hypothesis 2 – The satisfaction with the coworking space is influenced by the coworker’s performance but moderated by external networking. Thus, the satisfaction with the coworking space can be raised when the performance is combined with external networking in the coworking space.

Figure 3 shows the model of the moderation. It gives insight how the three variables are related to each other and how they influence each other. In this case, external networking functions as the moderator (W) on the effect performance has on satisfaction with the coworking space. Meaning that the amount of external networking can have influence on the coworkers satisfaction in the coworking space. Networking is an essential part of community in coworking spaces but here people favor internal networking. So, the moderator might have a negative impact on the satisfaction and should be decreased to thereby increase internal networking.

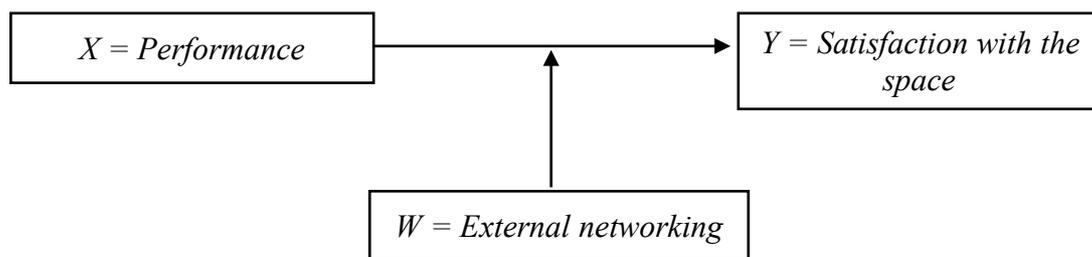


Figure 3: Model for simple moderation of Hypothesis 2 (own figure)

After the literature review and the explanation of the hypotheses the following part of the thesis focuses on the analyses as well as the results and the discussion of the findings. The next chapter gives insight on how the hypotheses were tested, in detail it explains what methods and procedures were used and how the samples and instruments can be described.

2. Methodology

The method for this project is a quantitative and qualitative data analysis. The data collection took place focusing on the area of Berlin. As an innovative hub in Germany there are many coworking spaces in Berlin (Tobies, 2018; Virgin, 2014). To find support of the proposed hypotheses the approach of mixed methods was used. Mixed methods is one of the major research techniques and helps to get a broader set of results. It combines the use of quantitative as well as qualitative data collection (Johnson et al., 2007). For the quantitative approach a questionnaire was used to collect data. This technique focuses on statistical measurements and numerical analyses. The collected data is mainly numerical but complemented by open questions which result in string variables. In addition to the quantitative survey, the research was enhanced by qualitative interviews. These were conducted with coworking space managers, meaning these were expert interviews. The interviews followed a guide of open questions and can be described as “typical survey interviews” (Neuman, 1997, p. 371). This chapter provides more details on the methods used, the samples, instruments and measures. The following section describes the procedure of data collection and informs about the coworking situation in Berlin.

2.1. Procedure

The process of data collection consists of the qualitative and the quantitative approach. Both methods were conducted simultaneously, as the questionnaire is to be filled in by people working in the coworking space and the interviews were held with the owner or manager of each space. The questionnaire for the quantitative survey was designed by the research team for the coworking studies of ISCTE’s department of Human Resources and Organizational Behavior. The English version of it was used for this dissertation. The first step was to translate the questionnaire to German. The translation was reviewed by Prof. Timo Braun (part of the research group). The same process was used for the interview guide, which was also developed by the research team. When the translations were finished the data collection started. The data gathering took place from July 19th, 2018 until October 15th, 2018.

To ensure broader success different ways of reaching out to the coworking spaces and the coworkers were used. First of all, a list with all coworking spaces in Berlin was created (s. appendix B). This list was updated during the survey, because information could be gained about newly opened or nonexistent coworking spaces. Thereby, some listed ones could be deleted, as they turned out to be shared offices or something similar but not real coworking

spaces. Also, new ones could be added to the list. The next step was to contact all coworking spaces. An email-address was created only for the purpose of the research and used to reach out to all places on the list. A first email was sent out to all spaces on July 19th, 2018. The message sent contained basic information about the project and the question to find participants for the questionnaire as well as for the interviews. This first approach was not very successful: of 81 emails sent the number of helpful replies was four. The link to the questionnaire was sent to the four respondents and interviews were scheduled. To reach more people/spaces the next idea was to create a leaflet (s. appendix C) with the link to the questionnaire in form of a QR-Code on it. There was a German and an English version of the flyer, with a separate QR-Code to the German and to the English questionnaire. The flyer was taken to the spaces that scheduled an interview or that were personally visited to initiate contact. After the limited success of the online distribution the next method was to hand out questionnaires printed. To motivate people to fill in the questionnaire, a little bag with sweets was attached to every questionnaire. In most cases the printed version was left at the coworking spaces for about two weeks to give the participants enough time to fill it in. Afterwards the coworking spaces were visited again to collect the documents. Table 1 shows how many printed questionnaires were distributed and how many were filled in.

Table 1: Distribution of printed questionnaires

| Date | Space | Handed out | Collected |
|-----------------------|---------------------|-------------------|------------------|
| Aug 10 th | Tuesday | 10 | 4 |
| Aug 10 th | Boho | 10 | 2 |
| Aug 10 th | Motion.Lab | 10 | 0 |
| Aug 10 th | Origin | 10 | 3 |
| Aug 10 th | Blogfabrik | 10 | 0 |
| Aug 13 th | Happy Pigeons | 10 | 2 |
| Aug 13 th | Buerow | 10 | 0 |
| Aug 13 th | Wonder | 10 | 1 |
| Aug 13 th | Ahoy | 4 | 4 |
| Aug 13 th | Early Bird | 4 | 3 |
| Sept 14 th | Juggle Hub | 10 | 2 |
| Sept 21 st | RedBok | 10 | 2 |
| Sept 21 st | Coworking Deluxe | 10 | 0 |
| | Total: | 118 | 23 |

When looking at the response rate of the printed questionnaire the exact result is 19,49%. Thus, it appears that twenty percent of the 118 printed and distributed questionnaires were filled in. The total amount of participants is 30. This means, seven respondents participated using the QR-code from the flyer or got the link from space distributed for example via newsletters.

For the expert interview, in most cases it was possible to schedule a time and date via email. When meeting the manager or the owner of the space, printed questionnaires were always taken to hand them out to people working in the coworking space.

To sum up, the procedure shows that there were different approaches to reach enough participants as well as several follow-ups. Reminding contributors to fill in the questions helps to increase the number of respondents (Nardi, 2018). In the end the number of participants of the quantitative survey is 30 people. The next step is to give more details about the ‘coworking ecosystem’ in Berlin and the sample itself.

2.2. Coworking Ecosystem Berlin

For this study the geographical area of Berlin was in the focus, as the coworking ecosystem there being rather big. In a first research about one hundred coworking spaces were found. After that, the real coworking spaces had to be validated, which was done either by a personal visit, by more detailed research or by contacting the space to find out what the business of it is. The meaning of ecosystem in this context is how many coworking spaces and work places of the spaces does Berlin offer, where are the spaces and who is using them.

Figure 4 shows a section of the created map of coworking spaces in Berlin. To have a more detailed view of the city a closer perspective was chosen than the one showing all spaces that were found in Berlin. Appendix D includes more details as well as the link to enter the whole map. The spaces are marked with either a blue or purple pin. The purple ones indicate the coworking spaces that participated in the survey. The blue ones show the location of other coworking spaces that were found and listed.

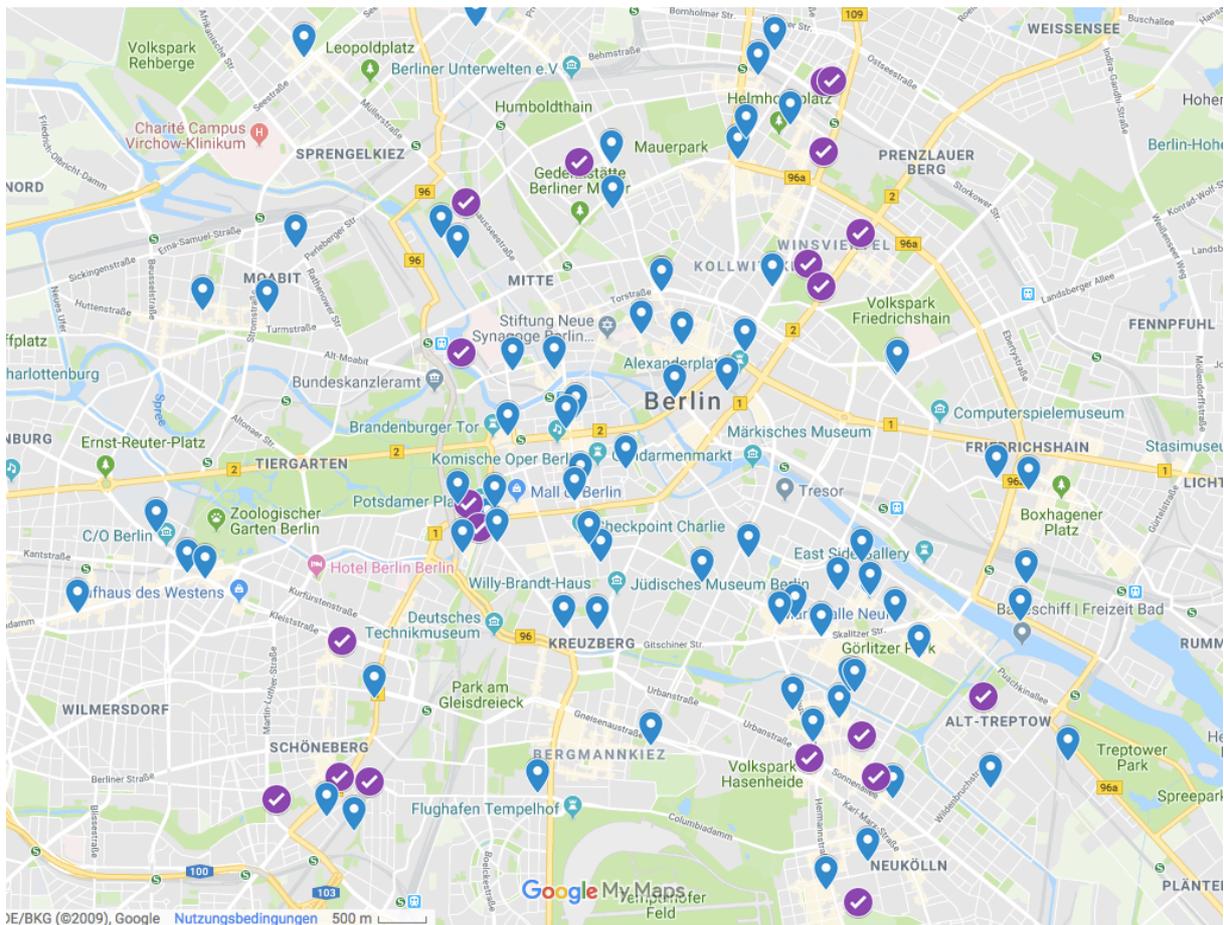


Figure 4: Coworking Spaces Berlin (own figure)

The map shows that Berlin has plenty of coworking spaces; the total number of places in the map is 96. Also, it can be seen that there are slightly more spaces in the western part of the city. Deskmag (2018) describes in its survey, that on average a German coworking spaces has 76 work places to offer. After the personal examination of some spaces in Berlin it can be said that on average coworking spaces in Berlin offer less work places. An average of twenty places per space is estimated, with some offices as small as ten desks and some as large as one hundred desks.

The conducted survey shows that 56,7% of people working in a coworking space are freelancers and 43,3% are in a contractual relationship with a company. The next step is to explain more detailed the quantitative survey, starting with the description of the participants.

2.3. Quantitative Survey

2.3.1. Sample

To describe the sample of the survey descriptive statistics were used. The sample consists of 37,9% female and 62,1% male participants. The total amount of 30 participants is between the age of 21 years and 57 years. This means the mean age is 32 years and the standard deviation is at 6,97. At the time of the survey all participants were living in or around Berlin. When looking at education it can be seen that 50% of the participants have a bachelor's degree and 40% have a master's degree. This shows that coworking spaces seem to be used frequently by people with higher education. The sector of activity varies widely, but there is a majority of software developers. They describe 16,7% of all mentioned job functions. As mentioned before, the people are almost half self-employed and half in a contractual relationship to a company. The participants have varying levels of experience, some are working for several years already, others just started. The years of experience range from one to thirty with 58,6% of all participants working for five years or less. The mean of work experience is 10,86 and the standard deviation is at 9,52. Next to work experience it was asked whether they are working with colleagues from the same employer in the coworking space. Half of all participants are the only one from their company which makes sense as half of workers are freelancing (self-employed). Some of the contractual workers have one, two or three colleagues working in the same coworking space.

Thirteen different coworking spaces are represented by the contributors (s. Table 1). A list of all spaces (including the ones that participated) and the tables according to the descriptive statistics can be found in appendices B and F. The next step is to explain the instruments used for the data analysis. The following section gives insights on the instruments including the scales used to measure the answers.

2.3.2. Instruments

To have a broad range of results the questionnaire includes several instruments to measure different aspects of coworking. The whole questionnaire can be found in appendix E and the instruments in appendix G. This thesis concentrates on five of the instruments chosen for the questionnaire. The five are: Performance, job insecurity, job crafting, satisfaction with space and (external) networking. This part presents the items of each variable. Of each variable a new variable "mean score" was created which was used for further analyses. To proof the reliability of the instruments Cronbach alpha was measured. A trustful reliability alpha should be $\geq ,7$

(Tavakol & Dennick, 2011). Table 2 shows all Cronbach alphas for the instruments of the quantitative analysis. Furthermore, the table presents the values in percentage of the cumulated variances. A value of 70% means that the in the beginning listed principal components explain 70% of the total variance. Appendix H consists of tables for each instrument with the 'Item-Total Statistics' and the values of 'Total Variance Explained'. Also, a complete list of the instruments with all items can be found in appendix G.

Performance is based on eight items. The scores are indicated by the subjective feelings of the coworkers regarding their opinion on their performance. The items are measured with a five-point rating scale from 1 = *Needs much improvement* to 5 = *Excellent*. Cronbach alpha is at ,831, which confirms reliability of the instrument. Some of the items are:

- Quantity of work output
- Quality of work output
- Accuracy of work
- Coming up with innovative ideas
- Creating better processes and routines

Job insecurity only has three items. It was measured with a five-point rating scale. It ranges from 1 = *Strongly disagree* to 5 = *Strongly agree*. For this item the statistical analysis showed a Cronbach alpha of ,850 proofing internal consistency. The items are:

- It is possible that I won't be able to maintain my occupation
- I feel insecure regarding the future of my current occupation
- I am very insecure about whether I'll be able to maintain my professional situation in the near future

Job crafting has in total nine items. It is measured with a five-point rating scale that is represented by 1 = *Strongly disagree* to 5 = *Strongly agree*. Cronbach alpha of job crafting is ,75 As the value is higher than ,7 it shows a good internal consistency. These are some of the items used to measure job crafting:

- I try to work in places that identify with me
- I customize my workplace
- I try to make my location an extension of my home
- I change the workplace according to my personal characteristics
- I like having the flexibility to manage my schedules

Satisfaction with space consists out of 13 items that were measured with a seven-point rating scale from 1 = *Totally dissatisfied* to 6 = *Totally satisfied* and NA = *Not applicable*. The instrument has a Cronbach alpha of ,836 showing high reliability of this instrument. Some of the items are:

- Size of your organization's office space
- Maintenance of the overall building
- Community spirit
- Social events organized for the community
- Business events organized for the community

External Networking is described by 18 items using the five-point rating scale. The scale for all items is labeled as 1 = *Never/very seldom* to 5 = *Always*. This instrument has the highest Cronbach alpha ($\alpha = ,948$). This shows the instrument with the best internal consistency is networking. The following items are used to measure networking:

- In my company, I approach employees I know by sight and start a conversation
- I use company events to make new contacts
- If I want to meet a person who could be of professional importance to me I take the initiative and introduce myself

Table 2: Psychometric characteristics of the instruments

| Instrument | Cronbach alpha | Total variance explained* |
|-------------------------|-----------------------|----------------------------------|
| Satisfaction with space | ,836 | 68,146 |
| Performance | ,831 | 60,269 |
| External networking | ,948 | 77,510 |
| Job insecurity | ,850 | 79,691 |
| Job crafting | ,746 | 68,151 |

**Total variance explains are percentages and refer to the items with initial Eigenvalues > 1. See also appendix H.*

2.3.3. Measures

After analyzing the descriptive statistics of the survey, the next step is to look into reliability analyses and correlations. To check the reliability of the variables, Cronbach alpha was computed. To have a trustful reliability alpha should be $\geq ,7$ (Tavakol & Dennick, 2011). Afterwards the multi-item questions were computed into new variables the 'mean scores'. The mean score reflects the original items per variable summed by their means. Subsequently descriptive statistics (means, standard deviation) and associations among new variables were computed using bivariate correlation analyses.

To get a more insight view whether or not variables are related, mediation and moderation analyses were calculated. The question to pay attention to is if "there is evidence of association between some presumed causal antecedent X and some putative consequent or outcome Y" (Hayes, 2018, p. 6). Not only is the relationship important but the question about how one variable effects the other, or in other words when and in which circumstances associations appear. A simple moderation includes the predictor variable X and an outcome variable Y. X has influence on Y. In moderation a third variable W influences the relationship of X and Y. Meaning, X directly influences Y and this association is moderated by W (Hayes, 2018).

The simple moderation analyses is used when "the goal is to uncover the boundary conditions of an association between two variables" (Hayes, 2018, p. 8). The moderator variable W has an influence on the dimension of the effect of X in Y. This means the outcome Y is either stronger through the influence of W or it is smoothed. In summary, Y is influenced by the predictor X but the size of this influence is moderated by W (Hayes, 2018). The moderation analyses were run in SPSS using PROCESS.

2.4. Qualitative Interviews

In addition to the survey, qualitative interviews were conducted. For the most part, the interviews were scheduled in advance via email. Some coworking spaces were spontaneously visited and if one of the team members had time, the interview was conducted. In this way eleven interviews were recorded. For the interviews a script was created in advance by ISCTE's department of Human Resources and Organizational Behavior. The interview form consists out of a total of 32 open questions. The questions can be found in appendix I. The interviews were transliterated, and the results were analyzed to examine if the hypotheses are supported.

The method chosen to collect qualitative data is to do expert interviews. These are characterized by the target group of interviewees. In the case of expert interviews, the target group is a selected kind of people who have special knowledge about the object of research. They qualify themselves to be experts because they work for example in the field of research, or they gained a greater understanding of the field than other people due to their circumstances (Gläser & Laudel, 2010). The difficulty when choosing experts for the interviews is that it is never completely secure that the person expected to be an expert is really an expert. Therefore, it is helpful to keep the interview rather open with little structure (Atteslander et al., 2010).

The expert interviews were conducted with a script of questions in other words, guided interviews with a selected kind of persons were conducted. Guided interviews are suitable if more than one topic is discussed during the interview and if specific, exact definable information should be collected. The interview uses the script of questions as open structure during the interview. Thereby, the risk of missing topics is reduced and the interviewer can direct the conversation in different directions, depending on unanswered questions (Gläser & Laudel, 2010). The interviews were conducted in German and in English, depending on the preferred language of the interviewee.

As a list with all spaces in Berlin was developed in advance the selection of interview partners was easy. The goal was to interview the coworking space manager or owner, because these people would presumably have the expert knowledge and inside view of coworking spaces. This means, all people with whom an interview could be scheduled in first place, were interviewed. Afterwards it turned out that some interviewees who offered to participate were not expert enough. As a result, the experts and thereby the relevant interviews could be identified and analyzed. The next section gives an understanding of the group of experts that were interviewed.

2.4.1. Sample

The sample of the interviewees consists of 11 participants. Seven female interviewees and four male, which results in a 60-40 split in regards to gender. The sample is purposive, which means that the participants for the interview were selected in advance (Neuman, 1997). The target group for the interviews were people owning or managing a coworking space. There was no randomized choice of interviewees instead all possible specialists on this topic were asked to participate. The eleven experts represent the number of coworking space manager who replied

and where available to contribute. Table 3 shows the coworking spaces whose manager participated as well as the duration of the interview. Eight interviews could be recorded and then transliterated. Three of the eleven interviews (Cowos, Early Bird and Heart Space) were transliterated from written versions as these interviews were not recorded.

Table 3: Interviews

| # | Duration | Coworking Space |
|----|----------|-----------------|
| 1 | 00:25:07 | Ahoy |
| 2 | 00:18:59 | Blogfabrik |
| 3 | 00:10:53 | Boho |
| 4 | - | Cowos |
| 5 | - | Early Bird |
| 6 | - | Heart Space |
| 7 | 00:40:43 | Im.Puls |
| 8 | 00:24:06 | Origin |
| 9 | 00:13:58 | Red Bok |
| 10 | 00:26:15 | Tuesday |
| 11 | 00:17:16 | Wonder |

2.4.2. Measures

Each interview followed the same set of questions which can be found in appendix I. After conducting the interviews, all were recorded or written down and transliterated following the rules of Dresing & Pehl (2011). To improve readability the sentences were transformed into standard German / English, since in this case the content and not the linguistic expressiveness are of greater importance. The lines are counted and every time the speaker changes a new line starts. Detailed rules can be found in appendix J.

To be able to use the content of the interviews it is important to analyze the conversations accurately. “The objective in qualitative content analysis is to systematically transform a large amount of text into a highly organized and concise summary of key results” (Erlingsson & Brysiewicz, 2017, p. 94). Therefore, a coding system was created, including codes and sub codes. To be able to understand the content of the interviews it is essential to read the transcriptions several times. This makes it possible to examine different parts of the whole. Those parts are grouped by “meaning units” (Erlingsson & Brysiewicz, 2017, p. 94) which can

be labeled with different codes. Depending on the topic and the themes, the codes can be categorized into sub codes to deliver a more detailed analysis. Codes are labels for each meaning unit.

Mayring (2015) describes the goal of content analysis as the examination of information gained out of some kind of communication. Not only things said are taken into consideration, but also psychological aspects are reflected like breathing or non-verbal statements. The basic technique to analyze content is to check the frequency of specific information. Meaning, the first step is to read the protocols several times to gain a feeling and understanding of the essential parts. With this intention it is also necessary to find the meaning in information that does not show it clearly. Therefore, codes and subcodes are helpful. By doing this content analysis step by step a comprehensive table with all information and the related codes were developed. The table is structured by coworking space and can be seen in appendix K.

In summary, the outcomes of interviews are used to find support of the quantitative results. They also might be seminal for future research. The next section reports about the results of the data analyses in regard to the simple moderation model and the descriptive statistics of the instruments.

3. Results

In this chapter the results of the two investigations are presented. First, the data of the quantitative survey is examined in detail. Afterwards, the outcomes of the qualitative study, the interviews with coworking space managers, are evaluated.

3.1. Quantitative Results

The program SPSS version 25 was used for the data analysis. Important analyses were frequencies to find out more about Mean and Standard Deviation. Also, reliability analyses were an essential part, here the focus was to find out about Cronbach alpha and thereby if the variable is reliable. Thirdly, correlation analysis was conducted, to find out if variables were in a relationship with each other. This means, correlation analyses help to understand the relationships among the variables. Finally, the method of simple moderation analysis was used to test the hypotheses. For this testing, the program PROCESS was used within SPSS.

The first step was to look more closely at the descriptive statistics in this study. It aims to describe the data that was collected. One part is to describe the sample itself it is represented by variables like age, gender or occupation⁴. Next, it is important to describe the variables that measure the hypotheses. These five variables were analyzed in detail: Satisfaction with space, external networking, performance, job insecurity and job crafting.

Table 4: Means, standard deviation and correlations of study variables

| Variables | <i>Mean</i> | <i>SD</i> | <i>Cronbach α</i> | <i>1.</i> | <i>2.</i> | <i>3.</i> | <i>4.</i> |
|--------------------------------|-------------|-----------|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1. Satisfaction with the space | 5,19 | ,79 | ,836 | - | | | |
| 2. Performance | 3,60 | ,61 | ,831 | ,268 | - | | |
| 3. External networking | 3,22 | ,86 | ,948 | -,106 | ,213 | - | |
| 4. Job insecurity | 1,70 | ,88 | ,850 | ,131 | ,291 | ,181 | - |
| 5. Job crafting | 3,83 | ,56 | ,746 | -,240 | -,436* | ,166 | ,084 |

Correlation is significant at the 0,05 level ($p < 0,05$)

⁴ A detailed description of the sample can be found on page 24 within the methodology chapter in section 2.3.1. Sample or in appendix F.

Table 4 presents descriptive statistics of the variables used for the thesis. It includes means, standard deviation, Cronbach alpha and the correlations among the variables. It shows that networking and satisfaction are negatively correlated (Pearson $r = - ,106, p < 0,05$). There is also a negative correlation among satisfaction and job crafting ($r = - ,240, p < 0,05$). It shows a significant negative correlation between the variables performance and job crafting ($r = - ,436, p < 0,05$). Table 4 indicates that in total the variables have only little correlation amongst each other.

In general, Pearson coefficient measures the linear relationship between two variables. It results in a number between -1 and 1, where 0 indicates that there is no relationship. This means, if one variable changes it can not be predicted what the other one will do. Different effects appear if there is a positive or negative correlation. A positive relationship results in simultaneous changing, e.g. if one variable decreases the other one will also decrease. There is a contrary effect with negative relationships: the variables react in opposite directions. If variable one decreases, variable two will increase if there is a negative correlation. The correlations can also be identified by looking at the scatterplot graph in SPSS. Can a line be fitted in the ‘cloud of dots’, with most dots close or on the line a relationship can be recognized. If the line is from bottom left to top right it is a positive correlation. If the line is from bottom right to top left, there is a negative correlation. If $r = 0$ the line is horizontal in the diagram (Anderson, 1988; Evans & Basu, 2013).

As shown in table 4 most of our variables are close to zero, which indicates only small correlations. But even though statistical relationships may or may not exist there is always the possibility that changes in one variable did not happen because of the other variable (Evans & Basu, 2013). Therefore, it is important to do further statistical analysis to find out about other implications for relevant effects. To get more insight and to test the hypotheses simple moderation analysis was conducted.

The first hypothesis of this study proposes that job crafting can moderate the relationship of job insecurity and performance. Furthermore, it was hypothesized that the effect that performance has on satisfaction with the coworking space can be moderated by networking. Table 5 gives an overview of the outcomes of the simple moderation analysis of hypothesis one.

Table 5: Moderation 1 with X: Job insecurity, Y: Performance, W: Job crafting

| Moderation 1: X: Job insecurity, Y: Performance, W: Job crafting | | | | | | |
|---|--------------|-----------------------|------------|----------|------------------|-------------|
| | <i>R</i> | <i>R</i> ² | <i>MSE</i> | <i>F</i> | <i>df1/df2</i> | <i>p</i> |
| <i>Model Summary</i> | ,647 | ,419 | ,248 | 6,023 | 3,0000 / 25,0000 | ,003 |
| | <i>coeff</i> | <i>se</i> | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>LLCI</i> | <i>ULCI</i> |
| Constant | 9,077 | 1,838 | 4,938 | ,000 | 5,292 | 12,863 |
| Job insecurity | -2,798 | 1,323 | -2,114 | ,045 | -5,524 | -,072 |
| Job crafting | -1,534 | ,480 | -3,193 | ,004 | -2,523 | -,545 |
| Interaction | ,788 | ,343 | 2,295 | ,030 | ,081 | 1,496 |

For the moderation analysis the predictor (X) and the outcome variable (Y) are examined, as well as the moderating variable W. Basically, Y is always the dependent variable, hence, X is the independent variable of the analysis. In other words, Y is the variable of interest. The moderation helps to understand the relationship between the three variables (Hayes, 2018).

In the model summary of model 1 it is shown that the overall model is significant ($F_{(3,25)} = 6,023, p = ,003$ with $p < 0,05$). R^2 tells how much of the variance is explained, here we have about 42% explained. As the interaction effect of X on Y moderated by W is relevant, the value p of *Int_1* has to be checked. *Int_1* tests the interaction, it consists of the independent variable (X) and the moderator variable (W), in this study *Int_1*: job insecurity x job crafting. With $p = ,030, p < \alpha$, it can be stated that there is a significant interaction effect of X, Y and W.

Coeff explains the change in X or W. If there is a change of -1 point in the variable job insecurity, with the moderator (job crafting) constant at 0, there would be a decrease of job insecurity by -2,79. This logic can also be applied vice-versa. When looking at the ‘conditional effects of the focal predictor at values of the moderator’ there are three levels: 1 – mean minus standard deviation, 2 – mean, 3 – mean plus standard deviation. If the moderator stays at 0 (mean=3,875) there is an effect of ,256 on the predictor (X). If job crafting is at 4,556 (level 3 of conditional effects), there is an effect of ,793. This means, if job crafting increases, the interaction of X and W raises by ,793. To get a better understanding, figure 5 presents the moderation model of moderation 1 and Appendix L holds all numerical results in detail.

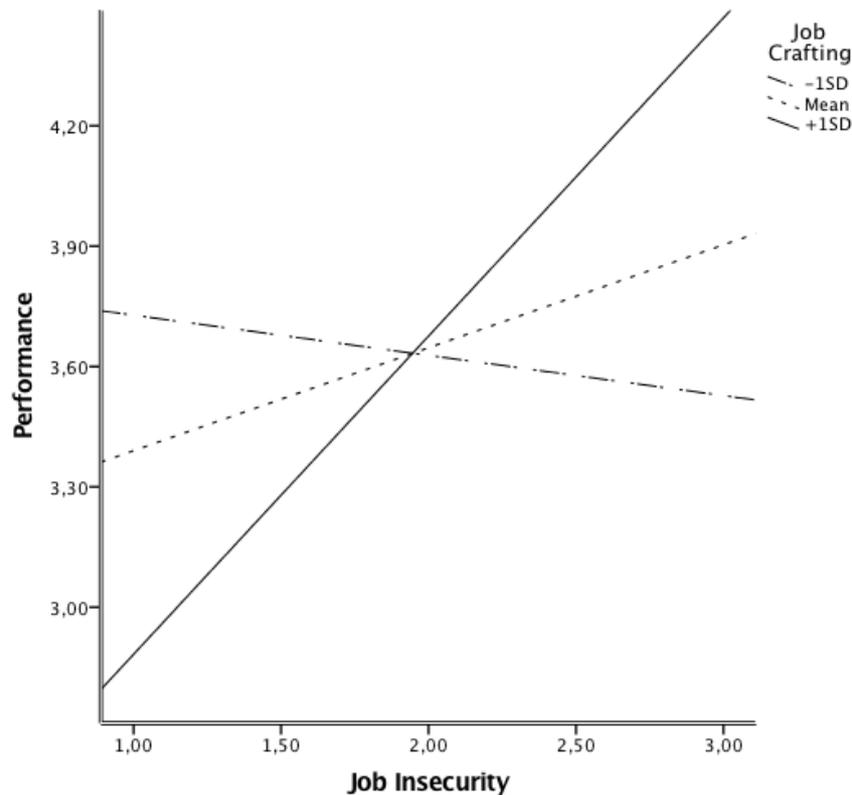


Figure 5: Model of simple moderation 1 (own figure, created in SPSS)

The figure and the numbers show that there is a significant interaction between the variables. This indicates that, job insecurity has an (by job crafting moderated) effect on performance. More job crafting effects less job insecurity and results in higher performance. If job crafting is reduced performances decreases subsequently. A high value of job insecurity describes a strong feeling of job insecurity, as 1 = *I strongly disagree with feeling insecure in my job* and 5 = *I strongly agree with feeling insecure in my job*.

Table 6: Moderation 2 with X: Performance, Y: Satisfaction with the space, W: External networking

| Moderation 2: X: Performance, Y: Satisfaction with the space, W: Ext. networking | | | | | | |
|---|--------------|----------------------|------------|----------|------------------|-------------|
| <i>Model Summary</i> | <i>R</i> | <i>R²</i> | <i>MSE</i> | <i>F</i> | <i>df1/df2</i> | <i>p</i> |
| | ,548 | ,300 | ,504 | 3,578 | 3,0000 / 25,0000 | ,028 |
| | <i>coeff</i> | <i>se</i> | <i>t</i> | <i>p</i> | <i>LLCI</i> | <i>ULCI</i> |
| Constant | -1,149 | 2,207 | -,521 | ,607 | -5,694 | 3,396 |
| Performance | 2,007 | ,641 | 3,128 | ,004 | ,685 | 3,328 |
| Ext. networking | 1,574 | ,666 | 2,364 | ,026 | ,203 | 2,945 |
| Interaction | -,507 | ,189 | -2,679 | ,013 | -,897 | -,117 |

In moderation 2 the variables performance, satisfaction with the space, and external networking were examined (s. Table 6). The model summary shows that the overall model is significant with $F_{(3,25)} = 3,578$, $p = ,028$ ($p < \alpha$). The variance explained by the model is at 30% ($R^2 = ,300$). Which means 30% of the variation of the model is explained by the independent variable (Performance). When looking at the interaction *Int_1* it shows proof of the statistical significance with $p = ,013$. Furthermore, the confidence interval is in the correct range ($LLCI = -,897$; $ULCI = -,117$). It is important that 0 is not included in the interval.

When looking at the ‘conditional effects of the focal predictor at values of the moderator’ there are three levels: 1 – mean minus standard deviation, 2 – mean, 3 – mean plus standard deviation. If the moderator stays at 0 (mean) there is an effect of ,399. If networking is at 2,311 (level 1 of conditional effects) there is an effect on the predictor (X) of ,834.

The graph (s. Figure 6) supports the numerical results discussed before. The significance of the model indicates that if external networking is increased it has a negative effect on performance and thereby it results in lower satisfaction. But if external networking can be decreased, there is a positive effect on performance which subsequently leads to higher satisfaction with the coworking space. Performance is described by a range from 5 = *Excellent* to 1 = *Needs much improvement*.

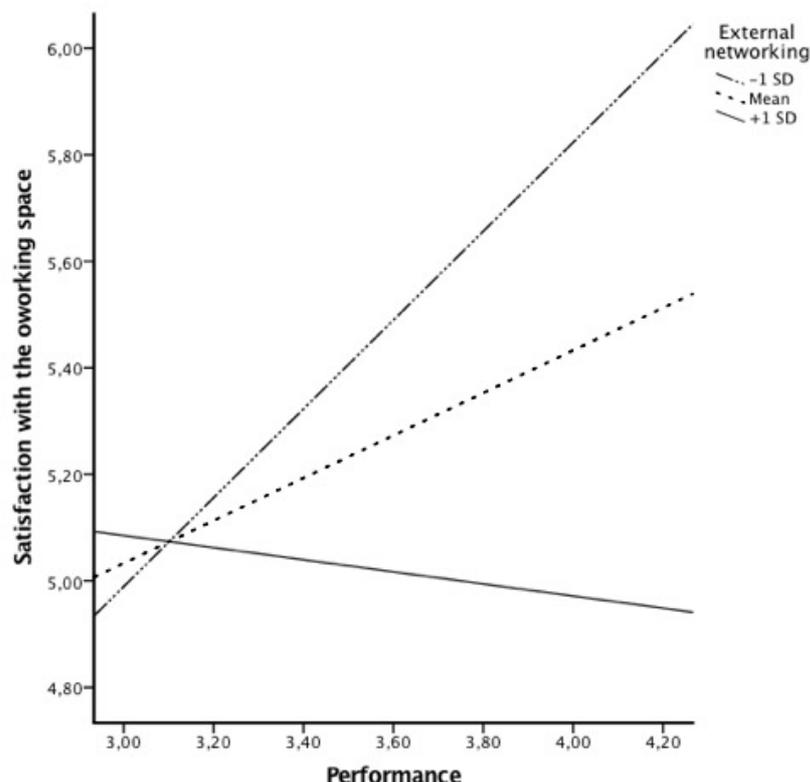


Figure 6: Model of simple moderation 2 (own figure, created in SPSS)

3.2. Qualitative Results

After the presentation of the quantitative results these are now complemented by the outcomes of the qualitative interviews. The coding system resulted in eight categories which were sorted into eight codes and 25 sub codes (s. Appendix K and M). As in our case the interviews aim to support the quantitative results, the content analysis focused on the variables discussed before. The eleven interviews followed a wide range of questions not only about the working style in each coworking space but also about the space itself and how it is managed. The answers that might give further insights on this study and its hypotheses are analyzed. In the following the interviews are cited by first naming the coworking space and then the line number within the interview, e.g. Ahoy:1.

In the coding system the interviews were divided into three meaning units: Community, Networking and Environment. Whereas environment refers to working-atmosphere and the design of the coworking space. Community merges statements about the behavior of the coworkers and the feelings as a group. Networking incorporates information about how networking is supported, and the challenges owners meet.

Figure 7 shows the meaning unit community with its four codes. Community can be described as gathering of the different people working in a coworking space. Also, it is about the effort that is taken to create a community, which means to create a group feeling or some sense of membership in this coworking space. Thereby, networking and collaboration as well as comfortableness in the space can be supported. The first important point the space managers talked about was community building. This is the step when the owner tries to develop some team spirit within the space. To build a community the manager first needs the willingness of

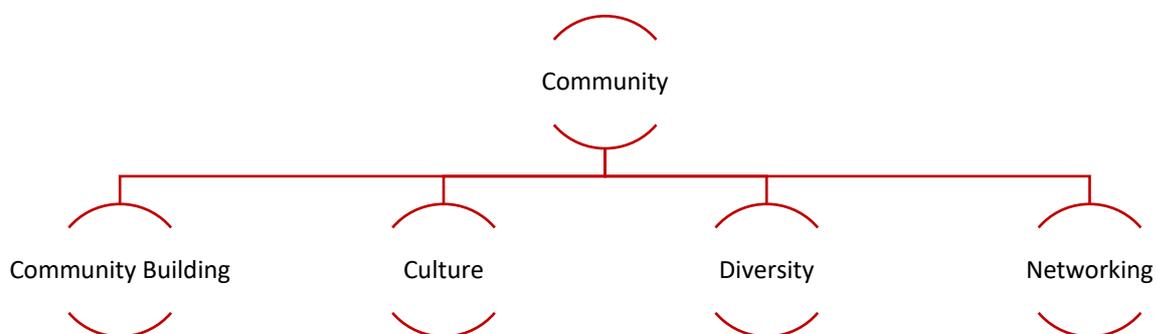


Figure 7: Meaning unit Community

the members to be part of the community. One manager for example, only allows coworkers that at least stay for a month because otherwise he says, it is too difficult to involve everyone and that all coworkers get to know each other well (Tuesday: 291-292).

One challenge as an example, are persons who do not want to be part of the community but just want to work in the coworking space. Firstly, there are many workers who do not want to be part of an artificially imposed community, in a sense like ‘because we are in a coworking space we need to be part of a community’. Secondly, some people are mainly looking for a place to focus on their work and get things done and not for a group of coworker-friends (Origin: 478-479). Further challenges arise if the coworking space is very big; it is hard to involve 400 people how the manager from Ahoy said (Ahoy: 60). They also face the challenge that they have many firms with more than five employees settled in the space. Which means some employees of bigger companies did not choose to work there but had to follow their boss. Thereby, on the one side they do not know what coworking stands for and on the other side do not want to be part of the coworking community because they are already part of their group of colleagues. Ahoy said “people should be aware what coworking is and are willing to join the community, to get involved and so on” (Ahoy: 45-46). The biggest company working in Ahoy has about one hundred employees, involving all of them in a coworking-space-internal spirit is very challenging (Ahoy: 66-67).

The next step when building a community is to create a sense of belonging together, which is very important for many coworking space manager (Tuesday: 358-361; Boho: 305-307; Blogfabrik: 310-311). This sense can be supported or developed by different events, for example weekly/monthly breakfasts or after work drinks (Ahoy: 191-192; Blogfabrik: 260-261; Im.Puls: 108-110; Red Bok: 61-62; Tuesday: 203). An alternative are events that pursue the goals of networking. Networking on one hand supports collaboration, which will be discussed on the following pages, and on the other hand helps to create a community. When developing a community diversity plays for many people an important role. If you have people working in different fields there is the opportunity for interesting information exchange and the opportunity to meet people from different backgrounds, which positively effects the community spirit (Ahoy: 42-44, 141; Origin: 138-140; Wonder: 145). As other organizations have a corporate culture, coworking spaces try to achieve a culture with their community as well. For some managers that means to have a good fit between the people and the vibe in the coworking space. Also, culture influences how people network with each other. There are coworking spaces that are “against” networking, this means they do not support an environment with community or

networking events. The managers in these spaces just let the members be and do what they want without offering specific events (Cowos: 14-15). Conversely, there are many spaces that want to have a culture of exchange and collaboration with a community spirit and thereby create a forum for the members (Blogfabrik: 22-23, 27-31). Red Bok has a welcoming method to directly integrate new members into the community (125-127).

The next section to look at is networking, another essential part when working in a coworking space. Networking is divided into the approach to support it, and into challenges to face when implementing/using it (s. Figure 8). First, options to support networking are explained. One basic part is – which also helps the community to grow – that the space manager is introducing the people to each other (Ahoy: 229). This means not only the people that just started working in the space but also people that might be able to build a business partnership or work together on a project (Boho: 254-255; Wonder: 290-291). Thereby the people feel recognized and get a feeling of belonging. Furthermore, it might help the coworkers to grow their business or implement new ideas (Im.Puls: 83-85). Another approach to help the community with networking is to support their businesses. That means if coworker have difficulties finding the right partner or do not know how to solve a specific topic some space manager are happy to help. The manager of Im.Puls for example provides contacts from people outside the space. Furthermore, she takes coworkers to firms where she knows they could offer support (Im.Puls: 376-377, 393-394).

The most important approach to support networking is to host events. And, as the focus on networking here is more in the general meaning and not on the community, these events are often public. The manager from Boho for example organizes events in his space for the DNX

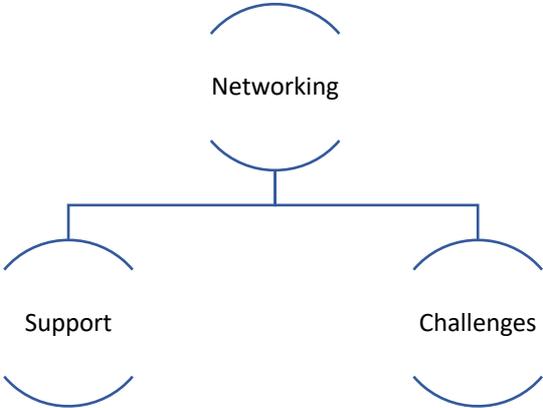


Figure 8: Meaning unit Networking

community of Berlin (Boho: 333-334). Origin is hosting meet-ups under certain topics (Origin: 117-118). Red Bok had a whole week of open coworking and networking events in the evening (Red Bok: 47-48). The main goal of these support methods is to create a base for external and internal networking, to support collaboration between the coworkers as well as other firms and individual workers. Here it is important to differentiate between internal and external networking. Internal refers to the one happening between the coworkers. But external networking refers to people outside the coworking space, for example, at such events. Inviting individual workers is also a useful method to find new members for the coworking space.

To reach a base for networking, either internal or external or both, there are also challenges a space owner has to face. First, if the owner decides that networking and community is important within the space, the challenge is to find the right people. It is necessary to have coworker who are interested in networking and who want to be part of some kind of community. As mentioned before, there are always people who only want a place to work from and prefer not to have all these kinds of events. Secondly, many coworkers have different opinions on how networking works and what is necessary to do to communicate with each other or to collaborate (Blogfabrik: 147-148). This reveals challenges in the shared daily work-life. Thirdly, a rather big challenge is, that people want to network but do not want to take the first step. They think if they work in a coworking space networking will happen all by itself. As identified, it is not that easy because the workers need to proactively engage with each other when it comes to networking and talking to other coworkers (Blogfabrik: 138-141).

To sum up, to integrate a networking culture it is essential to support the coworkers by hosting events or introducing the people to each other. Because the challenges are significant and most likely the managers need to become active to support the coworkers to overcome the challenges, which means to leave their holding back attitude. An important point is, it is possible to regularly host networking events for the public, this does not mean that the coworking space needs to be community focused. That is because there is a separation between internal and external networking. A community driven coworking space would give greater attention to internal networking meet-ups.

Following, the last unit about environment is examined. Here the codes satisfaction and reasons are considered (s. Figure 9). One part concentrates on areas and methods of the space that the members find satisfying. The second part, complementary, mentions specific reasons why

people choose to work in the space. An essential reason why people choose a specific coworking space is because of its uniqueness. Managers try to create an environment where people feel comfortable. This means the spaces might be for example rather cozy, or very stylish or just looking nicely. Thereby, the workers can find the perfect place to work, where they feel most comfortable and productive (Early Bird: 19-20; Origin: 10-11). Cowos has a completely individual interior design because they made everything out of real wood to fit perfectly only in their space (Cowos: 66). This shows, the uniqueness of each space is an important parameter for workers when deciding where to work. Another reason, which is greatly valued today is to have private offices. Red Bok told us that the market offers high demand for private offices where people can close the door but still belong to the coworking space (Red Bok: 295-296).

Next to the reasons, there are also parts of the space environment that lead to satisfaction, which is very important for the space owner to know. Because the main goal in such business should be to have satisfied customers. As the coworkers are the customers for the owner of the space and without customers a business cannot run. Boho also states, if the customers are happy they stay, otherwise they leave the space anyway (Boho: 165-166). Furthermore, for Early Bird and Ahoy it is very important that people feel comfortable to also have room to relax from their work (Ahoy: 61-62; see also picture in appendix A). HeartSpace states the importance of some basics like comfortable chairs, strong internet connection or that the space is run professionally (HeartSpace: 24-26). Another point regarding environment is the atmosphere. As mentioned before there are people who do not want any networking activities but rather have a working atmosphere (Cowos: 14-15). Some coworkers also arranged their workspace to meet their personal needs to have good work results (Im.Puls: 116). This approach supports job crafting, because the right atmosphere and shaping one’s workplace to reach better results help to adjust the job within its task boundaries. All of this is also supported by the statement from Origin

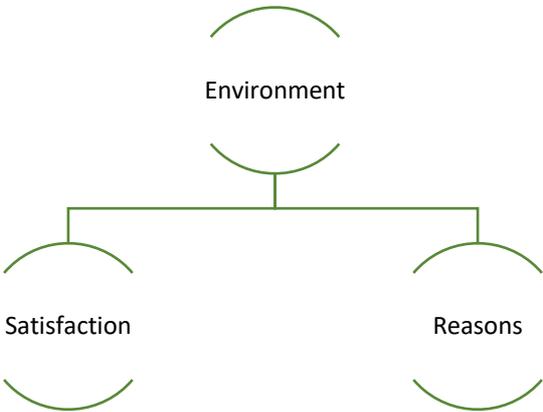


Figure 9: Meaning unit Environment

which said it is important to meet the coworker expectations to create an environment in which the majority can work well, and that fulfills different anticipations (Origin: 428-430). As the manager from Red Bok states, it is important to understand what the people are looking for and how a space can be created then (Red Bok: 211-214).

After presenting all the results of the interviews as well as the quantitative survey, the following step is to discuss the results. This means theoretical and practical implications revealed by the results are examined in the next chapter. Also, limitations of the study are discussed.

4. Discussion

This chapter aims to describe and interpret the relevant findings of the study. The discussion focusses thereby on what was already known and described in the theoretical section and on what could be identified through the statistical methods. First, there will be a brief summary of the results found. Subsequently the results are critically assessed in the light of relevant literature. In the next section, the results are discussed with focus on a practical, “real” environment.

To begin, a short summary of the results is given, the theoretical considerations and practical implications are assessed in detail. The results show that coworking space manager aim to meet the expectations of their customers who are the coworkers. To do so it is important to decide what kind of atmosphere should be in the space. There are either community-focused spaces, where people prefer to communicate, network and to be part of something bigger. Which means to escape the lonely style of working independently at home or in cafés (Spinuzzi, 2012). Alternatively, there are space managers who are proud of their space just functioning as a working place. In these cases, the atmosphere in the coworking space is not focused on community building but more on a “getting work done”-attitude. As every coworker is different, these two types of coworking spaces offer a choice between two basic models (Waters-Lynch & Potts, 2016). When it comes to networking most coworking spaces participate in this trend somehow. Either they have regular networking events for their community or if it is a space less community-driven they would still host events for external networking activity, such events are for the public and not only for the community. These events function as marketing for the coworking spaces. By hosting or offering networking occasions for the coworking community internal networking can be increased, which is important to

improve satisfaction with the coworking space. This leads to higher performance of coworkers and thereby to more satisfaction with the coworking space (Garrett et al., 2017).

Further results show, that the uniqueness of the coworking spaces help coworkers to feel comfortable and to find their personal “perfect” work environment. The place people work at also influences their well-being and their performance. If the workspace meets their needs, workers can craft their jobs. Job crafting positively influences feelings of job insecurity which leads to higher performance.

After giving a brief overview of the results described before, the outcomes are now examined considering current literature outcomes.

4.1. Theoretical considerations

First, the hard facts (or environmental aspects) of the coworking spaces will be discussed. The interviews helped to show that uniqueness and customer-focus play an important role for space managers. As mentioned, workers choose their workspace following their needs. This, the autonomy of selection, is one essential fact about coworking spaces. If the worker prefers not to follow community building or alternatively to collaborate with other coworkers every day, the environment of a coworking space offers this autonomy. For example, if the coworking space positions itself clearly pro or contra community-focus it becomes easier for the persons to choose the right one. Furthermore, the spaces offer the possibility to create a workspace how individuals want it, the worker can choose the work hours and who to talk to (Bouncken & Reuschl, 2018). In general, coworking spaces should give high flexibility to workers. The workplace should offer the opportunity to the coworker to be able to work when, how and where they want. This includes to have different areas within the coworking space: areas for focused individual work, areas for more relaxed work and areas for collaborative team work (Venezia et al., 2008). Cowos, for example, could fulfill those needs by their complete individual interior design which includes private offices, shared working areas and relaxed places.

When considering the hypotheses, they also give input for environmental aspects. For workers to craft their job it is important that they have the right atmosphere for it. That is because the worker aims to shape the job within task boundaries. If the environment does not offer the possibilities to shape the job a coworker works less effectively. Humphrey et al. (2007) for example, describe the importance of work characteristics, including physical or ergonomic demands, which can be influenced by the coworking space manager. Besides that, autonomy

plays an important role. People working as freelancer have high flexibility, which helps them to craft their job according to their needs as long as they find the right environment. Positive experiences with job crafting leads to higher performance. Which in result can increase the satisfaction of the individuals with the coworking space they chose to work in.

When looking at the interior design there are more aspects to give relevance to. Bortolot (2014) describes the importance of so called open-plan offices. These are workplaces that offer all kinds of flexibility to the workers. A big trend that is not only followed by coworking spaces but also by big companies that want to participate in the trend of new work. Figure 10 and 11 show how open-plan work areas are realized in the spaces Ahoy and Blogfabrik in Berlin. By such zones many people can find space to work within the same room. Furthermore, regarding interior design and infrastructure, the space owners all pay attention to similar aspects like plenty of plug-in space, nice design of the rooms for the coworkers to feel comfortable. Unfortunately, ergonomic aspects do not play a big role, yet.



Figure 10: Open space of Blogfabrik (Blogfabrik, 2018)



Figure 11: Open space of Ahoy (Coachimo, n.d.)

When it comes to infrastructure the interviews reveal that all have a specific set of services, for instance, wifi, printer, coffee machines or plug-ins and lamps for the tables. Also, coworking managers try to fulfill special needs or wishes about infrastructure or services. Some workers are essentially attracted by design and equipment which is offered by the space, like for example in Blogfabrik with its special photographer equipment. This method, to attract and find members is also explained by Bouncken & Reuschl (2018).

Lee (2018) describes environmental factors as motivators for work. According to her study design aspects play an important role for people working in the space. It helps them to be more productive and thereby more satisfied with their work and work place. This also supports the hypotheses of this study. Satisfaction with the coworking space influences performance. The right environment supports job crafting, which again increases performance.

Secondly, the social aspects (soft facts) are considered. In the interviews the topics of community and networking play the most important role when looking at the interpersonal issues. For many people it is important to be part of some kind of community when deciding to work in a coworking space. Therefore, space managers put a lot of effort into community building and the culture that can be developed in the space. Literature shows that the aspect of social interactions is an essential success factor of coworking spaces. Being part of a coworking community supports its members' social interactions in two ways: firstly, it helps the members to feel less isolated when working remotely. This means, working as freelancer often means to sit alone at home, in some café or a library and do not have a lot of contact to others besides the own clients and one's external network. Working in a coworking space gives the opportunity to indirectly have colleagues or in other words, to develop an internal network even though everyone works on different topics. Secondly, people also raise their social interactions from an individual point of view. As community members in the coworking spaces are not only business contacts, many coworkers could grow their personal networks by meeting people in the coworking spaces (King, 2017).

All the effort taken by coworking space owners shows how important the satisfaction with the space of the customers is. This means, satisfaction with the coworking space plays a very important role. Therefore, the positive correlation found out by the quantitative survey, between satisfaction with the coworking space and performance has to be explained. The mentioned correlation only appears very high in situations of low external networking. Looking at what people like most about coworking spaces, one aspect is the high amount of "freedom and independence" (Stiefel & Rief, 2014). This autonomy gives workers the possibility to work when they feel that they will be most productive which leads to higher performance than when being forced to work. Furthermore, what the authors mention, is the advantage of being able to not have to work from home, which offers the opportunity to separate private and business issues. The workers still have a "physical space" to go to, but they do not have to look after their children the same time they should be productive (Stiefel & Rief, 2014). Studies show that

the environment of the coworking space has an effect on one's productivity (Bueno et al., 2018). If a worker can reach high productivity it is another reason to be satisfied.

Other reasons show the impact on performance depending on the office design. This helps to understand how performance can lead to higher satisfaction with the coworking space. Researchers support the idea that office environment and thereby office design can have an impact on performance (Roelofsen, 2002). Döring (2010) describes the importance of a flexible work environment with the opportunity to decide when and how long to work. Besides that, literature shows the relevance of health as well as ergonomic aspects. The right facilities can have a positive influence on performance (Servaty et al., 2016). It was also examined how different dimensions of today's offices impact how a job can be done at ones best. Desk-sharing was discovered to improve communication, which in this case might be considered as the positive effect a coworker experiences for his/her internal network (De Croon et al., 2005).

Another possible explanation of the strong relationship between satisfaction with the coworking space and performance in situations of low external networking is that the motive of working in a coworking space is to not work alone anymore. This shows that one reason of the flexible workers is to belong to a social economy of other autonomous workers (Servaty et al., 2016). In other words, high external networking is not the situation coworkers favor because freelancers are looking for a community, for an internal network. They want to exchange ideas and plans about their business with such people and do not want to sell their product which they would do most likely with individuals of their external network. And finally, a social society within the coworking space might help to improve performance even more. Thereby, it can be stated that satisfaction with the coworking space is higher with low external networking.

Looking at community, Ahoy follows an interesting approach. Even though they have around 400 members Ahoy tries to build a community with at least a decent number of people joining it. One basic strategy of them is to have some kind of 'coaching culture'. This means, the coworkers help and teach each other, the members can learn from each other and solve problems more easily and in a collaborative way. Thereby another important social aspect for coworking spaces could be identified, which is learning as a value of coworking spaces. Waters-Lynch & Potts (2016) also discovered such characteristic (of helping each other) of the communities in coworking spaces. In coworking spaces social economies are developed, which include learning from each other; especially in situations of uncertainty. In such moments, diverse ideas from differently experienced people can help to solve problems. In other words,

this kind of collaboration could be declared as internal networking (in the coworking space), which leads to higher performance. Moreover, problem solving also leads to high performance. And finally, as suggested with hypothesis two, all of this leads to more satisfaction with the space. In sum, this shows that learning and helping each other is another essential part that makes people choose to work in a coworking space.

Other authors and places also observed aspects of learning within coworking spaces. In Cowos for example the space owner offers help for people founding their own firm. They teach the entrepreneurs what they need to do and what they should not do. With such activities, members can learn about daily business issues and challenges. As explained before, many people working in a coworking space do not belong to a big firm, this means they have to do all the administration of a company by themselves. Hence, in a coworking space people not only learn to be collaborative and to support each other, they also learn to solve managerial issues and gain an understanding how other people solve their problems, e.g. contestations (Butcher, 2018).

Thirdly, the job aspects when working into coworking spaces are discussed. The job aspects are the ones that influence daily tasks and responsibilities. More specific, the role of networking and job crafting within coworking. Research shows that, especially when working in teams job crafting can have positive effects on work outcome and engagement (Mäkikangas et al., 2016). In coworking spaces on the one side there are teams in the form of start-ups and on the other side in form of newly founded partnerships or alliances. Job crafting can have a positive effect on the motivations of team members. If every member can adjust their tasks that it better meets personal needs the quality of results and the engagement in the team performance can be increased (Mäkikangas et al., 2016). An interesting research approach in this context is the work of Bizzi (2017) who analyzes what role one's network plays for individual job crafting. As mentioned before, in coworking spaces there are several people working in teams but there are also plenty of individual workers. Due to the fact how things are in coworking spaces, there is a great approach of helping and supporting each other. Meaning, coworkers enjoy supporting each other. Basically, it is discovered that one's job is influenced by the social contacts at work as well as the design of the work environment. This supports the idea that job crafting exists in coworking spaces and that the aspect of networking within the community also effects the approach to job crafting.

Moreover, when looking at the hypothesis, it is important to discuss the positive correlation of performance and job insecurity in times of high job crafting. Meaning, if workers are able to craft their job in the environment of the coworking space the performance can be shaped. This means, crafting the job improves the performance of the worker in a way that feelings of job insecurity are reduced. Furthermore, the results show, that if job crafting is reduced performance decreases and job insecurity raises. Bakker et al. (2012) state that if workers can modify their workplace, meaning if they are able and have the possibilities to craft their job, they perform well and they are motivated during work. When looking at the aspect of job insecurity, literature states that employees who experienced job insecurity put more effort into their tasks (Selenko et al., 2013). This statement can be taken into account when looking at hypothesis one and considering the effect job insecurity has on performance. Basically, the authors mention that job insecurity has a negative effect on performance due to different reasons. First, it comes with negative energy as feelings of insecurity are a stressor. Secondly, they state that clarity about tasks and roles play an important role to perform well (Selenko et al., 2013). Task clarity is also essential to be able to effectively craft the job within its boundaries (Tims & Bakker, 2010). This supports the statement, when job crafting can be applied the performance is influenced and feelings of job insecurity are reduced.

Another aspect when looking at job insecurity and performance is the way of working in coworking spaces. It was discovered that individuals working in coworking spaces reach a higher level thriving at work than employees in traditional offices. One reason is, that people experience their work as more meaningful because especially freelancers can choose projects they care about (Spreitzer et al., 2015). Meaningful work results in higher performance and thereby less feelings of insecurity. Furthermore, when prioritizing tasks and projects job crafting can help to reach even more meaningfulness at work. Another important reason, which also supports less feelings of job insecurity is the diversity of people in a coworking space. More clearly, as most people work for different firms or clients there is less internal competition within the workplace (Spreitzer et al., 2015). Experiencing less competition at work, people feel less threat on their job. Finally, the authors mention that coworking spaces give workers the opportunity “to craft their work in ways that give them purpose and meaning” (Spreitzer et al., 2015).

Following the theoretical discussion, the next part gives insight to some practical implications the study reveals. Here, the focus is on presenting some ideas how coworking spaces could

improve their services and how the results could be used in the spaces or by the coworkers themselves.

4.2. Practical Implications

A few practical recommendations can be given to the space managers according to the study results. First of all, the design and interior of coworking spaces play an important role for the coworkers. Professionals are looking for a space that not only meet their basic needs to work but also for an environment they feel comfortable in and where they can get their job done successfully. This means, space managers should first think about characteristics they want to include in their space. That leads to the decision on the target group for the coworking space. When creating or designing the space it is essential to have the kind of people in mind that should be working in the space. As it was found out, there are different types of people who are working or who want to work in a coworking space. This leads to the consideration of how the space should be looking from the inside, should it rather be a cozy place where people can feel like being home or should it rather be a very clear place with clean furniture where concentration and work are at first priority.

Moreover, ergonomic aspects play an important role in today's work environment. Considering ergonomic aspects beforehand gives the opportunity to provide an environment for better performance. Not only can the right workplace improve performance it can also give space to craft the job within its task boundaries. Looking at hypothesis one, the following recommendation for coworking space manager can be formulated. By creating a workspace that gives workers the possibility to adapt it to their daily tasks and thereby to craft their jobs it helps to lower feelings of job insecurity whereat performance raises. A basic part to provide the right work environment is to meet technology needs of the target group. This is basically a place to use and to charge laptops, mobile phones and to have a strong internet connection to make sure they can interact with their clients and with each other (Venezia et al., 2008). Furthermore, it is to consider that people behave very differently in their jobs. Meaning, they have different needs to perform well. This leads to the next recommendation, to plan the coworking space more holistically to be able to offer the right space to different kind of professionals (Venezia et al., 2008). In such places, that meet individual needs, workers can thereby more easily craft their jobs according to their needs and thereby improve their performance (Spreitzer et al., 2015).

The next question is, to decide whether the space should be community-driven and if community and networking events should be an essential part of the daily business or if the place should focus more on functioning as workspace. Even though the coworking space decides to focus on workers who are not interested in community events, the place can still support external networking by hosting specific public events. Such events are advantageous for marketing anyway and are not focused on the target group of the coworking space. As mentioned in the interviews there are spaces that are favored by people because there are no community or networking activities going on. This positioning leads to basic directions of the culture in the coworking space. Culture helps people to identify with the workplace and in return this makes them feel more comfortable. Such sense of belonging and feeling good in the space helps people to be more satisfied with the coworking space. The recommendation resulting from the discussion of the hypothesis is to provide a space where coworkers can be themselves and follow their interests regarding the membership of a community. Thereby satisfaction with the coworking space can be positively influenced. In sum, satisfaction with the different aspects of the space lead subsequently to higher performance whereby people can reach their personal goals and have less feelings of job insecurity.

To sum up, a coworking space manager has a lot of power when creating and running the own coworking space. At the same time, it is essential to always have an open ear for the coworkers to be able to improve the service and to meet special needs. It is helpful for the managers if they know who the target group should be and under what conditions the coworking space should operate. Table 7 gives an overview of the discussed results. It includes the theoretical aspects behind the outcome, the task a coworking space manager could look into and following the contributions managers should consider or decide between.

Table 7: Overview of the results

| Theoretical | Task | Contribution for managers |
|--------------------|--|---|
| Strategy | Clearly position space | Community Strategy Work-driven Strategy |
| Environment | Interior design Performance aspects | Open plan Closed / separate offices Ergonomic places Meet technology needs |
| Community | Social interactions in the space | Grow internal network Culture of support Learning as value Host public networking events |
| Job aspects | Job crafting Job insecurity | Environment & Atmosphere that support job crafting Can be reduced when job crafting is supported |

Following, the limitations of the study are discussed to be able to get more insight in the future.

4.3. Limitations of the study

The study has some limitations. The following section gives an overview of these limitations which partially lead to suggestions for future research in the next chapter. To start, the sample size should be addressed. The sample size (n=30) of the study is much smaller than planned in the beginning. This could be discussed as the biggest weakness of the study as it leads to less representative results of the population. For quantitative research a big sample is a general goal, because larger samples describes in most cases higher representativeness (Neuman, 1997). The advantage of this limitation is on the other side, that this study is not only analyzed with the quantitative results but also complemented by qualitative research. With eleven conducted interviews relevant outcomes could be collected to support quantitative research.

There are some reasons why the sample size is so small. The following reasons are also limitations for the study and offer improvement for the field of research in the future. First of all, the questionnaire was spread from July to October, this time frame includes the summer

break of many workers (August). This means the average number of people working in the space was smaller than other times of the year which means, less people could be asked to fill in the questionnaire. This leads to the next point, the workers needed to be asked to fill in the questionnaire, but people are in coworking spaces to work. Which means they often had no time to answer the questionnaire. But the main reason for this was the length of the questionnaire. With a number of 38 questions in total or six pages printed the coworker could not take enough time to shortly fill it in during work. After receiving some feedback about the questionnaire, it can be stated that if the questionnaire would have been shorter, for example consisted of only one page it would have been easier to motivate people to fill it in. Some feedback which was sent by email regarding the questionnaire can be found in Appendix N.

Regarding the questionnaire design, there are some more limitations that offer improvement in the future. Next to the high number of questions there were also several different answer formats like open and closed questions, 6-point rating scale including NA, 5-point rating scale without NA and a 3-point rating scale. The mix of formats makes it more difficult to analyze the data and have it comparable. Additionally, many questions did not include the offer to give no answer or did not include the perspective from people working self-employed. Which most of the coworkers who answered the questionnaire were. This resulted in questions that were left blank. And thereby did not give input for the study. Another aspect which also leads to unanswered questions is that some respondents perceived some of the questions irrelevant or too sensitive to share. This shows one more limitation which is the cross-sectional nature of the data. Meaning, that the used methods lead to the collection of data about diverse fields within the subject of coworking. It was supported by the various individuals who participated as well as the different organizations. Thereby it is more difficult to recognize the most important data.

Besides the limitations due to the questionnaire design there happen to be a big challenge regarding the content of the questionnaire as well as the interview script. Originally the content was created in Portuguese and was then translated to English. Based on the English version the questionnaire and the script were translated to German. This leads to the risk of losing information and thereby risking reliability and validity. Hence, it is important to consider this aspect when working in different languages. Haas (2009) discusses this problem in her paper and mentions the relevance of cultural and national differences when doing research.

Finally, there is one more limitation that helps to understand the small sample size. Berlin is a city with over one hundred coworking spaces and a lot of students. During the data collection

for this study many space managers told about the high number of researchers in the field of coworking. It is a rather new and very relevant trend in the world of working and contributes to the trends of 'New Work' (Design Offices, 2016a; Gründerszene, n.d.; Waters-Lynch & Potts, 2016). Due to that fact there are lots of approaches to the coworking spaces from scientists who want to collect data it was difficult to also collect data because the coworking spaces were not open for researchers. Voll (2018) explains that the coworking ecosystem of Berlin is saturated regarding research. This means too many students try to investigate the field of coworking. Due to that fact coworking space manager are not interested anymore in participating in research because they do not have the time to contribute to all interviews or studies. Besides that, all the approach become annoying because it is nothing special anymore to support the researches and in most cases the managers do not have any advantages for the time, they invest to answer questions.

The mentioned limitations help to set goals for future research and improvement of the study itself. Despite the limitations, the study still resulted in interesting outcomes for the coworking ecosystem of Berlin. The next chapter offers some ideas for further research based on the improvement of the flaws and the possibly newly uncovered research questions. It also contains of a short wrap-up of the work to conclude the thesis.

Conclusion and Future Research

After looking more deeply into the world of coworking, especially in the city of Berlin, interesting outcomes of the study could be identified. Even though the number of people participating in the research was somewhat small, the collected outcomes can add understanding of the coworking environment. Furthermore, it offers ideas for coworking space managers and owners to improve the strategy and to more directly address the right target group for the space. The key findings show how a clearly positioned coworking space can help the managers to have more satisfied customers.

One of the most important findings is to consider community aspects in the coworking space. If the coworking space follows the strategy of being community-driven, which means that community plays an essential role in the daily work environment, it is important to grow an internal network. This can be done by supporting partnerships and alliances on the one hand but more importantly creating a culture within the space. Thereby coworkers can develop a sense of belonging to the community. By organizing regular events only for the community of the coworking space the people get to know each other and thereby grow together.

The alternative strategy is a more work-driven coworking space. An interesting fact that could be revealed is, that there are independent workers who want to have a place to work but who prefer to follow their tasks concentratedly and not have to or should participate in any community events regularly. These people are interested in professional exchange on single occasions, but they are not looking for a whole new bond next to their work. This leads to another important finding, that individual offices are demanded. Workers want a place to go to work, and many also want to become part of a community but a high number of coworkers are also looking for single offices.

When planning a new coworking space such aspects should be taken into consideration to be able to meet the demand. Besides that, more input when planning a coworking space can be given. It was discovered that performance is impacted by office environment. For workers to be able to perform well, craft their job and in the end be successful they need some basic equipment and furnishing in their workplace. Especially technological aspects are important in nowadays workforce. For coworking space managers this means to plan workplaces with very good internet connection, plenty of plug-in spots and resources. Also, ergonomic needs should be considered if the business goal is to have people working long-term in the space.

The findings address the mentioned research questions and add knowledge about coworking spaces. Especially, information could be added to the question on how people become satisfied with the coworking space they work in. As satisfaction with the workplace is closely related with performance it is important to create an environment where people can perform best within their tasks. Furthermore, by creating a work atmosphere with low external networking, higher satisfaction with the coworking space and performance can be reached.

In conclusion, the study offers areas for future research. One interesting examination would be a longitudinal study. This is because of the cross-sectional nature of the data. By concentrating on only few aspects of what works well in a coworking space a study over a longer period of time might reveal an understanding on how work develops in coworking spaces. Furthermore, an opportunity for future research is to create a small questionnaire focusing only on how work environment really can influence performance, job crafting and feelings of job insecurity. By reaching a high number of participants a deeper understanding of the influence job crafting has on performance in a coworking space can be gained. Finally, this work offers expanded ways of thinking of and understanding the coworking environment and functioning. It helps to create better coworking spaces and thereby reaching more satisfied coworkers.

Bibliography

- Anderson, O. (Ed.). (1988). *Grundlagen der Statistik: amtl. Statistik u. beschreibende Methoden* (2., verb. Aufl). Berlin: Springer-Verl.
- Ashford, S. J., Lee, C., & Bobko, P. (1989). CONTENT, CAUSE, AND CONSEQUENCES OF JOB INSECURITY: A THEORY-BASED MEASURE AND SUBSTANTIVE TEST. *Academy of Management Journal*, 32(4), 803–829. <https://doi.org/10.2307/256569>
- Ashford, Susan J., & Black, J. S. (1996). Proactivity during organizational entry: The role of desire for control. *Journal of Applied Psychology*, 81(2), 199–214.
- Atteslander, P., Cromm, J., Grabow, B., Klein, H., Maurer, A., & Siegert, G. (2010). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (13., neu bearbeitete und erweiterte Auflage). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Bakker, A. B., Rodríguez-Muñoz, A., & Sanz Vergel, A. I. (2016). Modelling job crafting behaviours: Implications for work engagement. *Human Relations*, 69(1), 169–189. <https://doi.org/10.1177/0018726715581690>
- Bakker, A. B., Tims, M., & Derks, D. (2012). Proactive personality and job performance: The role of job crafting and work engagement. *Human Relations*, 65(10), 1359–1378. <https://doi.org/10.1177/0018726712453471>
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). THE BIG FIVE PERSONALITY DIMENSIONS AND JOB PERFORMANCE: A META-ANALYSIS. *Personnel Psychology*, 44(1), 1–26. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x>
- Bernès, M. (2018, October 12). The state of European Freelancing in 2018 - results of the first european freelancers survey - Newsroom Malt. Retrieved 2 February 2019, from <https://news.malt.com/en-gb/2018/10/12/the-state-of-european-freelancing-in-2018-results-of-the-first-european-freelancers-survey/>
- Bizzi, L. (2017). Network characteristics: When an individual's job crafting depends on the jobs of others. *Human Relations*, 70(4), 436–460. <https://doi.org/10.1177/0018726716658963>
- Bortolot, L. (2014). Workers First. *Entrepreneur*, 54–58.
- Bouncken, R. B., & Reuschl, A. J. (2018). Coworking-spaces: how a phenomenon of the sharing economy builds a novel trend for the workplace and for entrepreneurship. *Review of Managerial Science*, 12(1), 317–334. <https://doi.org/10.1007/s11846-016-0215-y>

- Bueno, S., Rodríguez-Baltanás, G., & Gallego, M. D. (2018). Coworking spaces: a new way of achieving productivity. *Journal of Facilities Management*, 16(4), 452–466. <https://doi.org/10.1108/JFM-01-2018-0006>
- Butcher, T. (2018). Learning everyday entrepreneurial practices through coworking. *Management Learning*, 49(3), 327–345. <https://doi.org/10.1177/1350507618757088>
- Cagnol, R. (2013, October 24). The hidden treasures of coworking | Deskmag | Coworking. Retrieved 11 November 2018, from <http://www.deskmag.com/en/coworking-library-studies-881>
- Chiesa, R., Fazi, L., Guglielmi, D., & Mariani, M. (2018). Enhancing Sustainability: Psychological Capital, Perceived Employability, and Job Insecurity in Different Work Contract Conditions. *Sustainability*, 10(7), 2475. <https://doi.org/10.3390/su10072475>
- Choi, Y., & Ha, J. (2018). Job Satisfaction and Work Productivity: The Role of Conflict-Management Culture. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 46(7), 1101–1110. <https://doi.org/10.2224/sbp.6940>
- De Croon, E., Sluiter, J., Kuijer, P. P., & Frings-Dresen, M. (2005). The effect of office concepts on worker health and performance: a systematic review of the literature. *Ergonomics*, 48(2), 119–134. <https://doi.org/10.1080/00140130512331319409>
- Design Offices. (2016b). Die Besten Köpfe unter einen Dach versammelt - Die Welt der Coworker. 2016, 2, 12.
- Design Offices. (2016a). Im Interview- Arbeitsmodell von Microsoft. 2016, 2, 5–9.
- deskmag. (2018, March 13). Coworking in Deutschland 2018 | Deskmag | Coworking. Retrieved 26 October 2018, from <http://www.deskmag.com/de/coworking-spaces-in-deutschland-2018-marktreport-studie-erhebung-993>
- Döring, S. (2010). *Zusammen flexibel ist man weniger allein? eine empirische Analyse der neuen Arbeitsform Coworking als Möglichkeit der Wissensgenerierung*. Jena: Fachhochschule Jena, Fachbereich Betriebswirtschaft.
- Dresing, T., & Pehl, T. (2011). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse: Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (1. Auflage). Marburg: Eigenverlag.
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3), 93–99. <https://doi.org/10.1016/j.afjem.2017.08.001>
- European Commission. (2016, July 5). What is an SME? [Text]. Retrieved 14 January 2019, from http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_de

- Evans, J. R., & Basu, A. (2013). *Statistics, data analysis, and decision modeling* (5th ed., internat. ed). Boston: Pearson.
- Feldman, D. C. (2006). Toward a new taxonomy for understanding the nature and consequences of contingent employment. *Career Development International*, 11(1), 28–47. <https://doi.org/10.1108/13620430610642363>
- Foertsch, C. (2016). *First results of the 2017 Global Coworking Survey*. Business. Retrieved from <https://de.slideshare.net/carstenfoertsch/the-first-results-of-the-2017-global-coworking-survey>
- Foertsch, C. (2018a, February 22). 1.7 Million Members Will Work in Coworking Spaces by the End of 2018 | Deskmag | Coworking. Retrieved 23 November 2018, from <http://www.deskmag.com/en/1-7-million-members-will-work-in-coworking-spaces-by-the-end-of-2018-survey>
- Foertsch, C. (2018b, March). *DIE 2018ER GLOBAL COWORKING SURVEY: DEUTSCHLAND*. Presented at the Deskmag online. Retrieved from <http://www.deskmag.com/de/coworking-spaces-in-deutschland-2018-marktreport-studie-erhebung-993>
- Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2001). Correlates of Networking Behavior for Managerial and Professional Employees. *Group & Organization Management*, 26(3), 283–311. <https://doi.org/10.1177/1059601101263004>
- Gandini, A. (2015). The rise of coworking spaces: A literature review. *Ephemera Journal*, 15(1), 193–205.
- Garrett, L. E., Spreitzer, G. M., & Bacevice, P. A. (2017). Co-constructing a Sense of Community at Work: The Emergence of Community in Coworking Spaces. *Organization Studies*, 38(6), 821–842. <https://doi.org/10.1177/0170840616685354>
- GCUC. (2017, December 18). 2018 Global Coworking Forecast: 30,432 Spaces and 5.1 Million Members by 2022. Retrieved 30 July 2018, from <https://gcuc.co/2018-global-coworking-forecast-30432-spaces-5-1-million-members-2022/>
- Gerdenitsch, C., Scheel, T. E., Andorfer, J., & Korunka, C. (2016). Coworking Spaces: A Source of Social Support for Independent Professionals. *Frontiers in Psychology*, 7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00581>
- Gläser, J., & Laudel, G. (2010). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen* (4. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag.
- Greenhalgh, L., & Rosenblatt, Z. (1984). Job Insecurity: Toward Conceptual Clarity. *The Academy of Management Review*, 9(3), 438. <https://doi.org/10.2307/258284>

- Gruen, A. (2017). Design and the creation of meaningful consumption practices in access-based consumption. *Journal of Marketing Management*, 33(3–4), 226–243. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2016.1229688>
- Gründerszene. (n.d.-a). New Work Definition. Retrieved 9 January 2019, from <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/new-work>
- Gründerszene. (n.d.-b). Startup Definition. Retrieved 2 February 2019, from <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/startup>
- Gurstein, P. (2002). *Wired to the world, chained to the home: telework in daily life*. Vancouver, B.C.; London: University of British Columbia Press ; Eurospan.
- Haas, H. (2009). Probleme empirischer Kulturforschung. *Intercultural Journal*, 8(10), 61–77.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach* (Second edition). New York: Guilford Press.
- Huckman, R. S., & Pisano, G. P. (2006). The Firm Specificity of Individual Performance: Evidence from Cardiac Surgery. *Management Science*, 52(4), 473–488. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0464>
- Humphrey, S. E., Nahrgang, J. D., & Morgeson, F. P. (2007). Integrating motivational, social, and contextual work design features: A meta-analytic summary and theoretical extension of the work design literature. *Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1332–1356. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.5.1332>
- Hundley, G. (2001). Why and When Are the Self-Employed More Satisfied with Their Work? *Industrial Relations*, 40(2), 293–316. <https://doi.org/10.1111/0019-8676.00209>
- Jakonen, M., Kivinen, N., Salovaara, P., & Hirkman, P. (2017). Towards an Economy of Encounters? A critical study of affectual assemblages in coworking. *Scandinavian Journal of Management*, 33(4), 235–242. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2017.10.003>
- Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007). Toward a Definition of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112–133. <https://doi.org/10.1177/1558689806298224>
- King, S. (2017, December 28). Coworking is not about workspace - It's about feeling less lonely. *Harvard Business Review*, 2–5.
- Kollmann, T., Stöckmann, C., Hensellek, S., Kensbock, J., Universität Duisburg-Essen, & Lehrstuhl für E-Business und E-Entrepreneurship. (2016). *European Startup Monitor 2016*.
- Lando, M. (2018, October 17). What is Internal Networking & Why It Matters? Retrieved 5 January 2019, from <https://www.glassdoor.com/blog/internal-networking/>

- Leclercq-Vandelannoitte, A., & Isaac, H. (2016). The new office: how coworking changes the work concept. *Journal of Business Strategy*, 37(6), 3–9. <https://doi.org/10.1108/JBS-10-2015-0105>
- Lee, S. S. (2018). *THIRD PLACES TO WORK IN THE DIGITAL AGE: IMPLICATIONS FROM COWORKING SPACE USERS' MOTIVATIONS AND PREFERRED ENVIRONMENTAL FEATURES* (Master Thesis). Cornell University.
- Lu, C., Wang, H., Lu, J., Du, D., & Bakker, A. B. (2014). Does work engagement increase person–job fit? The role of job crafting and job insecurity. *Journal of Vocational Behavior*, 84(2), 142–152. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.12.004>
- Mäkikangas, A., Aunola, K., Seppälä, P., & Hakanen, J. (2016). Work engagement–team performance relationship: shared job crafting as a moderator. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 89(4), 772–790. <https://doi.org/10.1111/joop.12154>
- Mark, G., & Su, N. M. (2010). Making infrastructure visible for nomadic work. *Pervasive and Mobile Computing*, 6(3), 312–323. <https://doi.org/10.1016/j.pmcj.2009.12.004>
- Marzloff, B. (2013). *Sans bureau fixe: transitions du travail, transitions des mobilités*. Limoges: Fyp.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12., überarbeitete Auflage). Weinheim Basel: Beltz Verlag.
- McCallum, S. Y., Forret, M. L., & Wolff, H.-G. (2014). Internal and external networking behavior: An investigation of relationships with affective, continuance, and normative commitment. *Career Development International*, 19(5), 595–614. <https://doi.org/10.1108/CDI-08-2013-0101>
- Merkel, J. (2015). Coworking in the city. *Ephemera Journal*, 15(1), 121–139.
- Michael, J., & Yukl, G. (1993). Managerial Level and Subunit Function as Determinants of Networking Behavior in Organizations. *Group & Organization Management*, 18(3), 328–351. <https://doi.org/10.1177/1059601193183005>
- Motowildo, S. J., Borman, W. C., & Schmit, M. J. (1997). A Theory of Individual Differences in Task and Contextual Performance. *Human Performance*, 10(2), 71–83. https://doi.org/10.1207/s15327043hup1002_1
- Nagy, G., & Lindsay, G. (2018, September 24). Why Companies Are Creating Their Own Coworking Spaces. *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org/2018/09/why-companies-are-creating-their-own-coworking-spaces>
- Nardi, P. M. (2018). *Doing survey research: a guide to quantitative methods* (Fourth edition). New York: Routledge.

- Neuman, W. L. (1997). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon. Retrieved from <http://catalog.hathitrust.org/api/volumes/oclc/34190235.html>
- Nielsen, A. J. (2016). Freelancing in Europe grows | Freelancer Worldwide. Retrieved 2 February 2019, from <https://freelancerworldwide.com/en/european-freelancers-in-numbers-why-the-trend-will-continue/>
- Niessen, C., Weseler, D., & Kostova, P. (2016). When and why do individuals craft their jobs? The role of individual motivation and work characteristics for job crafting. *Human Relations, 69*(6), 1287–1313. <https://doi.org/10.1177/0018726715610642>
- Piccoli, B., Callea, A., Urbini, F., Chirumbolo, A., Ingusci, E., & De Witte, H. (2017). Job insecurity and performance: the mediating role of organizational identification. *Personnel Review, 46*(8), 1508–1522. <https://doi.org/10.1108/PR-05-2016-0120>
- Pradhan, R. K., & Jena, L. K. (2017). Employee Performance at Workplace: Conceptual Model and Empirical Validation. *Business Perspectives and Research, 5*(1), 69–85. <https://doi.org/10.1177/2278533716671630>
- Roelofsen, P. (2002). The impact of office environments on employee performance: The design of the workplace as a strategy for productivity enhancement. *Journal of Facilities Management, 1*(3), 247–264. <https://doi.org/10.1108/14725960310807944>
- Royuela, V., & Suriñach, J. (2013). Quality of Work and Aggregate Productivity. *Social Indicators Research, 113*(1), 37–66. <https://doi.org/10.1007/s11205-012-0081-1>
- Selenko, E., Mäkikangas, A., Mauno, S., & Kinnunen, U. (2013). How does job insecurity relate to self-reported job performance? Analysing curvilinear associations in a longitudinal sample. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, n/a-n/a*. <https://doi.org/10.1111/joop.12020>
- Seo, J., Lysiankova, L., Ock, Y.-S., & Chun, D. (2017). Priorities of Coworking Space Operation Based on Comparison of the Hosts and Users' Perspectives. *Sustainability, 9*(8), 1494. <https://doi.org/10.3390/su9081494>
- Servaty, R., Harth, V., & Mache, S. (2016). Arbeitsbedingungen in Coworking Spaces unter motivationalen und gesundheitsrelevanten Aspekten. *Zentralblatt für Arbeitsmedizin, Arbeitsschutz und Ergonomie, 66*(6), 369–372. <https://doi.org/10.1007/s40664-016-0147-z>
- Shane, S., & Nicolaou, N. (2013). The genetics of entrepreneurial performance. *International Small Business Journal, 31*(5), 473–495. <https://doi.org/10.1177/0266242613485767>

- Spanjer, A., & van Witteloostuijn, A. (2017). The entrepreneur's experiential diversity and entrepreneurial performance. *Small Business Economics*, 49(1), 141–161. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9811-0>
- Spinuzzi, C. (2012). Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), 399–441. <https://doi.org/10.1177/1050651912444070>
- Spreitzer, G., Bacevice, P., & Garrett, L. (2015, May 13). Why People Thrive in Coworking Spaces. *Harvard Business Review*, (September 2015). Retrieved from <https://hbr.org/2015/05/why-people-thrive-in-coworking-spaces>
- Statista. (2018). Number of coworking spaces worldwide 2017 | Statistic. Retrieved 27 July 2018, from <https://www.statista.com/statistics/554273/number-of-coworking-spaces-worldwide/>
- Stiefel, K.-P., & Rief, S. (2014, December 8). The Fascination of Coworking - New Study Released | Deskmag | Coworking. Retrieved 22 January 2019, from <http://www.deskmag.com/en/the-fascination-of-coworking-new-study-released-fraunhofer-912>
- Su, N. M., & Mark, G. (2008). Designing for nomadic work (pp. 305–314). ACM Press. <https://doi.org/10.1145/1394445.1394478>
- Sverke, M., Hellgren, J., & Näswall, K. (2002). No security: A meta-analysis and review of job insecurity and its consequences. *Journal of Occupational Health Psychology*, 7(3), 242–264. <https://doi.org/10.1037//1076-8998.7.3.242>
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Tims, M., & Bakker, A. B. (2010). Job crafting: Towards a new model of individual job redesign. *SA Journal of Industrial Psychology*, 36(2). <https://doi.org/10.4102/sajip.v36i2.841>
- Tobies, K. (2018, November 1). Overview Coworking Spaces. Retrieved 7 December 2018, from <https://projektzukunft.berlin.de/en/projekt-zukunft/services/overview-coworking-spaces/>
- Toffler, A. (1980). *The third wave* (1st ed). New York: Morrow.
- Upwork, & Freelancers Union. (2018, October). *Freelancing in America: 2018*. Recruiting & HR. Retrieved from <https://www.slideshare.net/upwork/freelancing-in-america-2018-120288770/1>

- van den Broek, W. (2013, October 31). The future of coworking | Deskmag | Coworking. Retrieved 23 November 2018, from <http://www.deskmag.com/en/the-future-of-coworking-882>
- Venezia, C., Allee, V., & Schwabe, O. (2008). Designing productive spaces for mobile workers: Role insights from network analysis. *Information Knowledge Systems Management*, 7, 61–75.
- Virgin. (2014, July 24). The world's best start-up hubs: Berlin, Germany [Text]. Retrieved 11 January 2019, from <https://www.virgin.com/entrepreneur/worlds-best-start-hubs-berlin-germany>
- Voll, J. (2018, February 27). Coworking: gekommen um zu bleiben | Rayaworx. Retrieved 9 January 2019, from <https://www.rayaworx.eu/blog/post/coworking-gekommen-um-zu-bleiben>
- Waters-Lynch, J. M., & Potts, J. (2016). The Social Economy of Coworking Spaces: A Focal Point Model of Coordination. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2770874>
- Weseler, D., & Niessen, C. (2016). How job crafting relates to task performance. *Journal of Managerial Psychology*, 31(3), 672–685. <https://doi.org/10.1108/JMP-09-2014-0269>
- Wrzesniewski, A., & Dutton, J. E. (2001). Crafting a Job: Revisioning Employees as Active Crafters of Their Work. *The Academy of Management Review*, 26(2), 179. <https://doi.org/10.2307/259118>

Appendix

| | |
|---|-----|
| APPENDIX A: PICTURES OF COWORKING SPACES IN BERLIN..... | 64 |
| APPENDIX B: LIST OF ALL SPACES IN BERLIN..... | 69 |
| APPENDIX C: FLYER WITH QR-CODE | 75 |
| APPENDIX D: MAP OF COWORKING ECOSYSTEM BERLIN..... | 76 |
| APPENDIX E: QUESTIONNAIRE | 77 |
| APPENDIX F: DESCRIPTIVE STATISTICS | 83 |
| APPENDIX G: INSTRUMENTS WITH ALL ITEMS | 87 |
| APPENDIX H: RELIABILITY STATISTICS | 89 |
| APPENDIX I: QUALITATIVE INTERVIEW – QUESTIONS | 95 |
| APPENDIX J: RULES FOR TRANSLITERATION..... | 97 |
| APPENDIX K: CODING SYSTEM | 98 |
| APPENDIX L: RESULTS QUANTITATIVE DATA..... | 113 |
| APPENDIX M: RESULTS QUALITATIVE INTERVIEWS | 118 |
| APPENDIX N: FEEDBACK ON QUESTIONNAIRE..... | 120 |
| APPENDIX O: INTERVIEWS TRANSLITERATED..... | 122 |

Appendix A: Pictures of coworking spaces in Berlin

1) Tuesday: Meeting room and open-plan work area



2) Ahoy: Open-plan work area, relax area and café





3) Wonder: Open-plan work area, relax area





4) Blogfabrik: Open-plan areas, kitchen





Appendix B: List of all Spaces in Berlin

The list was created in October 2018, this means, the text mentioning that the list involves “all” spaces, refers to all coworking spaces recognized until that date.

Table 8: List of all contacted coworking spaces in Berlin

| Success | Name | Webpage | Additional Information |
|----------------|----------------------------------|---|---|
| No | 5 Pace | https://5pace.berlin/ | Co-Creation not Coworking. 2 nd Contact via Drop-by online formula |
| No | AHA | https://www.facebook.com/AHA-Berlin-427566990689415/ | Contacted twice. Don't want to be counted as coworking space |
| Yes | AhoyBerlin | www.ahoyberlin.com/ | Try out day. Interview & Questionnaires; Aug 13 th |
| No | Bett Coworking | http://www.bett-coworking.de/ | Went there, currently closed. |
| Yes | Boho Space | https://www.boho.space/ | Interview & Questionnaires; Aug 10 th |
| No | Bplusoffice | bplusoffice.de/ | Contacted twice, second approach received an answer but no further contact. |
| Yes | Buerow Coworking Space Community | https://www.facebook.com/BUEROW | Interview & Questionnaire; Aug 13 th |
| No | Cafe Nest | http://www.cafenest.de/coworking/ | Visited, it's a café with meeting room for rent in the first floor. Cowork is closed. |
| No | Co23 Berlin | https://co23-berlin.de/ | Contacted twice |
| No | Compu global | http://compu.global/ | Contacted twice |

| | | | |
|-----|---------------------------|---|---|
| No | Cowork Yard | http://coworkyard.com/ | Only international contact details |
| No | Coworking Berlin | https://coworking-berlin.de/ | Coworking by Coffee Fellows; Visited, but no interview, Left Flyers; Aug 13 th |
| Yes | Coworking Deluxe | https://www.coworking-deluxe.com/ | Interview & Questionnaires, Sept. 21 st |
| No | Coworking Pulsraum | https://coworking.pulsraum.de / | Visited, but no interview or questionnaires handed out; Sept 21 st |
| No | Coworking Toodler | www.coworkingtoddler.com/ | Co working with childcare; Contacted twice |
| Yes | Cowos Berlin | http://cowos-berlin.de/ | Interview & Flyer/Link; Aug 9 th |
| No | Cubicmeter | http://www.cubicmeter.org/ | They don't see themselves as Cowork |
| No | Der Salon | http://dersalon.berlin/ | Contacted twice |
| Yes | Design Offices | https://www.designoffices.de/s-tandorte/berlin- | Interview & Questionnaires; Sept 11 th |
| No | d36 Berlin | https://d36-berlin.com/index.html | Contacted twice |
| Yes | Early Bird | http://earlybird-berlin.de/ | Interview & Questionnaires; Aug 14 th |
| No | Enklave | https://enklave.de/ | Contact via Webpage formula, they didn't want a researcher |
| No | ESDIP Berlin | http://esdipberlin.com/ | Coworking space and art school |
| No | FabLab | | Not open yet |

| | | | |
|-----|----------------------------|---|---|
| No | Factory Berlin | http://factoryberlin.com/ | Business Club; Not open to public |
| No | Fireworks Coworking | https://www.fireworkscoworking.de/ | closed |
| No | fritz46 | http://fritz46.de/ | Contacted twice, they didn't want researcher |
| Yes | Heart Space | https://www.heartspaceberlin.com/ | Interview via Email; Jul 30 th |
| Yes | Happy Pigeons | https://www.happypigeons.com/ | Interview & Questionnaire; Aug 13 th |
| No | House of Clouds | https://www.houseofclouds.de/ | In contact via Email. No result. |
| Yes | im.puls | https://www.adlershof.de/coworking/ | Interview & Flyer/Link, Aug 8 th |
| Yes | juggleHUB | http://jugglehub.de/ | Co working with childcare; Try out, Questionnaires, Sept. 14 th |
| No | Kotti Worx | http://kottiworx.net/ | Went there, no public access. |
| No | Kreuzwork | https://kreuzwork.berlin/ | Used Contact Formula on the webpage. |
| No | Le Box | http://lebox.berlin/ | Co working with childcare; Contacted twice. |
| Yes | meeet | https://meeet.de/ | Interview; They didn't want me to distribute the questionnaire. Sept 21 st |
| No | Mindspace | https://www.mindspace.me/de/ | Contacted twice |
| No | Mitosis Coworking | https://www.mitosiscoworking.org/ | Contacted twice |

| | | | |
|-----|------------------------------------|---|---|
| Yes | Motionlab | https://motionlab.berlin/ | Questionnaire, Aug 10 th |
| No | Noize Fabrik | https://noizefabrik.com/ | Contacted twice |
| No | now mitte | https://www.now-mitte.com/ | Contacted twice |
| No | Office Club Prenzlauer Berg | https://www.officeclub.com/berlin-prenzlauer-berg/ | Contacted twice |
| Yes | Offx | https://www.offx.net/start | Interview, Link via Email, but almost No Members at the Moment; Sept 21 st |
| Yes | Origin | https://origin.berlin/ | Interview & Questionnaire; Aug 9 th |
| No | Photocircle | | Went there, Left Flyer. But it is super small, only a few tables. |
| No | Plug and Work | http://www.plugandwork.de/berlin/ | Several locations all over Germany, Used Formula from Webpage to initiate contact |
| Yes | Primal base | https://primalbase.com/berlin | Interview, No Members at the moment; Sept 21 st |
| No | Raumstation | www.raumstation-berlin.net/ | They didn't want a researcher |
| Yes | RedBok Coworking | https://www.redbok-coworking.de/ | Interview & Questionnaire; Sept. 21 st |
| No | Regus | https://www.regus.de/office-space/germany/berlin | Not possible to reach someone. Too big, they operate globally |
| No | Rent24 | https://www.rent24.com/ | Not possible to reach someone. Too big, they operate globally |
| No | satellite office | https://www.satelliteoffice.de/berlin-kaiserliche- | Contacted twice |

| | | | |
|-----|------------------------|---|--|
| No | Scalling spaces | https://www.scalingspaces.com / | Contacted twice |
| No | Skalitzer 33 | https://www.skalitzer33.de/index.php | We were in contact via Email. |
| Yes | Space Shack | https://www.space-shack.com/de/ | Went there, got a tour, left Flyer; Aug 9 th |
| No | Spott box | http://spott-box.com/ | Contacted twice |
| No | Square Haus | https://www.coworking-berlin-squarehaus.de/ | Closed |
| NA | St Oberholz | sanktoberholz.de/ | Went there, got a tour, left Flyer, No results. July 31 st |
| No | Techcode Germany | https://techcode-germany.com/home/ | We were in contact, no response anymore. |
| Yes | Techspace | https://www.techspace.co/ | Link sent via Newsletter, No results. Aug 13 th |
| No | The workspace | http://theworkspace.de/ | Closed |
| No | Thinkfarm | http://thinkfarm.org/ | Were in Contact. It's more a community space. |
| Yes | Thunderbolt Collective | http://thunderbolt-collective.com/ | Went there, got a tour. It's more a shared office. Only long-term rentals; Sept 28 th |
| No | Transistor | http://transistor.berlin/ | Contacted twice |
| Yes | Tuesday Coworking | https://www.tuesdaycoworking.com/ | Interview & Questionnaire, Aug 10 th |
| NA | Unicorn.Berlin | https://unicorn.berlin/ | Link sent via Newsletter, No results. July 20 th |

| | | | |
|------------|----------------------|---|---|
| Yes | Weser Land | https://weser.land/ | Visited, no interview left Flyer; Sept 28 th |
| No | WeWork | https://www.wework.com/de-DE/ | Not possible to reach someone. Too big, they operate globally |
| Yes | Wonder | https://www.wonder-coworking.de/ | Interview & Questionnaires; Aug 13 th |
| No | Work republic | https://workrepublic.de/berlin/ | Visited, but no interview or questionnaires handed out; Sept 28 th |

Appendix C: Flyer with QR-code

You need a
short (15 min)
break? And you're
up for doing
something **good?**

We are looking for participants
for our questionnaire about
coworking.

To start: just scan the QR code with
your phones camera and open the link



German: English:



Thanks a lot for your support!!
...and your contribution to science.

A **research project** of ISCTE Lisboa & Freie Universität Berlin,
if you have any questions: benedikt.iscte.research@gmail.com

Kleine 15
Minuten **Pause**
gefällig? Und Lust
gleichzeitig was
Gutes zu tun?

Wir sind auf der **Suche** nach
Teilnehmern für unsere Umfrage
zum Thema Co-Working.

Einfach den QR-Code mit deiner
Handykamera scannen und losgehts ☺



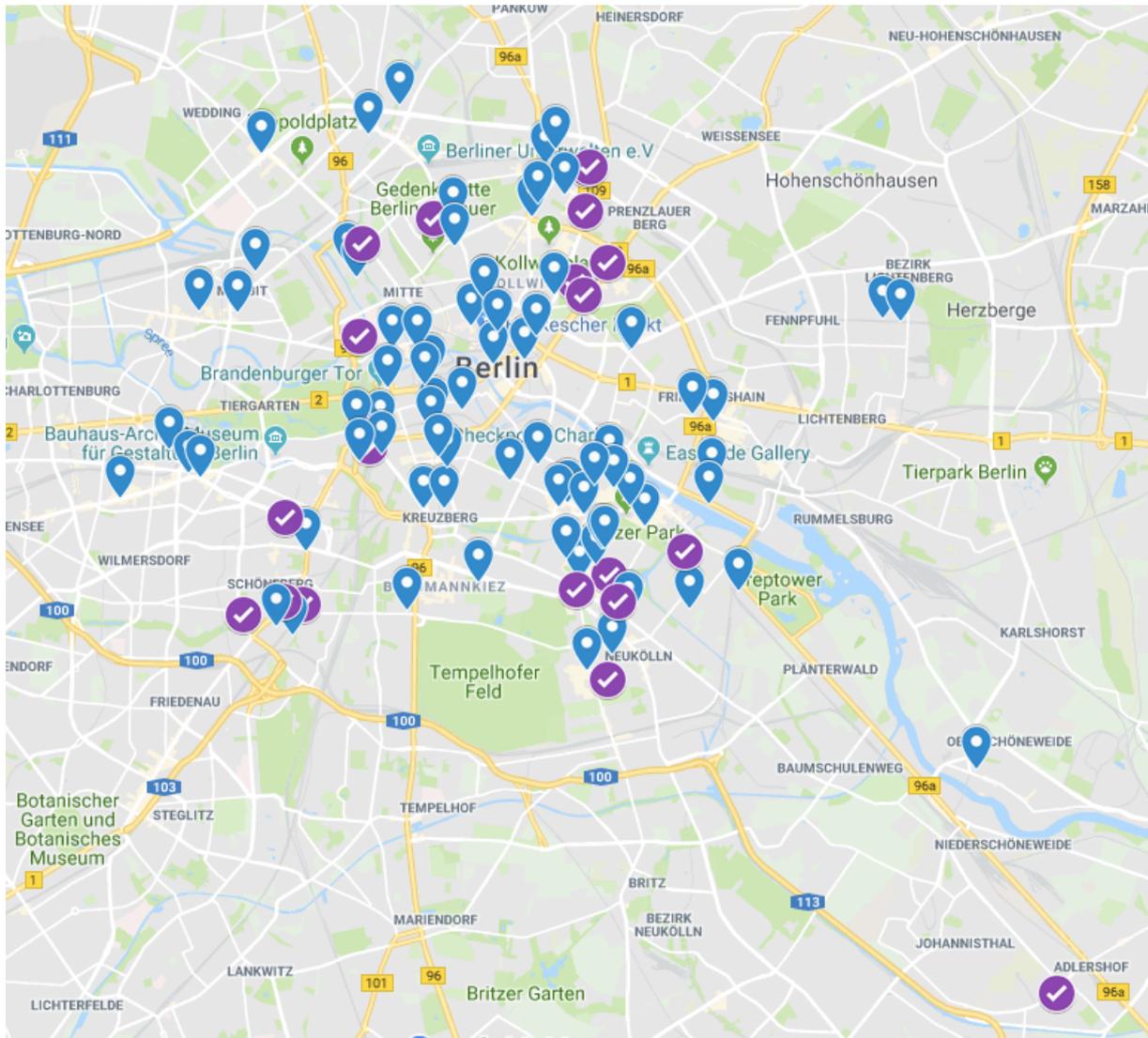
Deutsch: English:



Vielen Dank für die Unterstützung!!
...und dem Beitrag zur Wissenschaft.

Ein **Forschungsprojekt** der ISCTE Lisboa & der Freien Universität Berlin,
bei Fragen: benedikt.iscte.research@gmail.com

Appendix D: Map of coworking ecosystem Berlin



The map can also be examined in an online version to be able to see more detailed where the different spaces are. Follow this link:

https://drive.google.com/open?id=1iIoR386qI4xgPS_69_TRhx_uRC-D3ei_&usp=sharing

Appendix E: Questionnaire

Co-Work Survey English

Hey Coworker!

This is a survey to be answered by people working in a coworking space. It would be great if you could help by filling it in. Once you're done send an email to benedikt.iscte.research@gmail.com or give it to the space manager.

Thank you very much for contributing to this research and to science! We want to make co-working ecosystems even more interesting and appealing, as well as facilitate the exchange of ideas and the sharing of experiences between all members. Therefore, we believe that your contribution is fundamental in order to advance with this project. This questionnaire is a **very important starting point**.

Can you help us? Awesome! It will only take 15 minutes of your time. Grab a drink, relax and let's get started!

The research team of ISCTE-IUL (Prof. Aristides Ferreira; Prof. Henrique Duarte) and of Freie Universität Berlin (Prof. Timo Braun) says **Thank you!**

Note that all the data will be analyzed confidentially and anonymously and will be examined for purely scientific purposes.

Let's start by talking about yourself and your experience in this co-work space:

1. Concerning your previous professional situation before your stay in this co-work space (choose an option):

- I previously worked as a freelancer / independent worker with no exclusive relationship with a company
- I previously had a contractual relationship or an exclusive relationship with a company
- I was not working

2. Concerning your current professional situation in this co-work space (choose an option):

- I find myself working as a freelancer / independent worker with no exclusive relationship with a company
- I have a contractual relationship or an exclusive relationship with a company

3. How would you describe the environment of this co-work space?

- Very formal
- Formal
- Informal
- Innovative and "trendy"

4. If you have had experience in co-work spaces, indicate how many you have experienced: _____

5. How long have you been in this co-work space (years or fraction of a year)? _____

6. Prior to the current co-work space, you worked mostly:

- in my (current or former) company's premises
- in another space of co-work
- in my own residence
- public spaces (cafes, libraries, etc.)
- other; Where? _____

7. What is your occupation? (e.g.: Web designer, trainer etc.): _____

8. What kind of tasks do you do?

9. Work experience since you started your activity, until today (years or fractions): _____

10. At the moment, where is your place of residence (City/Town)? _____

Co-Work Survey English

11. Please indicate the name of your current employer. _____

12. How many colleagues of the same employer are currently working with you in the same co-working space? _____

13. Please indicate the name and place of the co-work space where you currently work: _____

14. In order to understand how these spaces can improve their service, try to share your level of satisfaction, considering this scale (1– Totally dissatisfied / 2 –Very dissatisfied / 3 – Somewhat unsatisfied / 4 – Moderately satisfied / 5 –Very satisfied/ 6 – Totally satisfied/ NA – Not applicable).

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1. Size of your organization's office space | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 2. Cleanliness of the overall building | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 3. Maintenance of the overall building | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 4. Communal areas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 5. Community spirit | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 6. Social events organized for the community | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 7. Business events organized for the community | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 8. Restaurants/bars in the building | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 9. Telecommunication environment (Internet speed/phone reach) in the building | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 10. Relationship with the support and administrative staff of the co-work | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 11. Popularity of the space itself | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 12. Secretarial support services to own activity and event support | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |
| 13. Support activities for entrepreneurship | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NA |

15. Think about your work as: choices, relatability, interest... And rate it according to this scale

(1 – Strongly disagree / 2 – Disagree / 3 – Do not disagree or agree. / 4 – Agree / 5 – Strongly agree).

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. I try to work in places that identify with me | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. I customize my workplace | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. I try to make my location an extension of my home | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. I change the workplace according to my personal characteristics | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. I like having the flexibility to manage my schedules | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. I give preference to the management of my work schedule | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. It is important to me to manage my working time without the need to satisfy anyone | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. I like to be the one to manage when I start and finish my work hours | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. I feel that I can manage working time due to my private life | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

16. Evaluate your current professional situation and rate how you feel about work, according to this scale:

(1 – Strongly disagree / 2 – Disagree / 3 – Do not disagree or agree / 4 – Agree / 5 – Strongly agree).

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. It is possible that I won't be able to maintain my occupation. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. I feel insecure regarding the future of my current occupation. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. I am very insecure about whether I'll be able to maintain my professional situation in the near future. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

The following is a set of statements about work and innovation in co-work.

Co-Work Survey English

17. Please note to what extent the following behaviors are identified by you. For each statement put the value that best describes your behavior at work:

(1 – Needs much improvement / 2 – Needs some improvement / 3 – Satisfactory / 4 – Good / 5 – Excellent).

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Quantity of work output | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Quality of work output | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Accuracy of work | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Customer service provided (internal and external) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Coming up with innovative ideas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Working to implement innovative ideas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Finding improved ways to do things | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Creating better processes and routines | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

18. We now ask you to think about your personal network of coworkers and evaluate the statements according to how frequently they occur: (1 – Never/very seldom / 2 – Sometimes / 3 – Frequently / 4 – Very often / 5 – Always).

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. In my company, I approach employees I know by sight and start a conversation | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. I use company events to make new contacts | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. If I want to meet a person who could be of professional importance to me I take the initiative and introduce myself | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. I catch up with colleagues from other departments about what they are working on | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. If I can't help a colleague from another department directly, I will keep an eye out for him/her | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. I discuss problems with colleagues from other departments that they are having with their work. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. I discuss upcoming organizational changes with colleagues from other departments. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. When I need answers to sensitive questions I turn to reliable colleagues to find out more about the matter | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. At informal occasions I exchange professional tips and hints with colleagues from other departments. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. I develop informal contacts with professionals outside the organization, to have personal links beyond the company. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. I use business trips or training programs to build new contacts. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. When I meet a person from another organization who could be an important business contact for me, I compare notes with him/her about our common work areas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. I meet with acquaintances from other organizations outside of regular working hours | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. I meet with acquaintances from other organizations that could be of professional importance to me at casual get-togethers. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. I use business events outside of the organization (trade shows, conferences) to talk to business acquaintances on a personal level. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. If I meet acquaintances from other organizations, I approach them to catch up on news and changes in their professional lives. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. I exchange professional tips and hints with acquaintances from other organizations. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. I confide in acquaintances outside of the organization for job-related matters | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Co-Work Survey English

19. Mention how often you share the following types of information with others in co-work spaces, considering their scale: (1 – Never / A few times / 2 – Sometimes / 3 – Frequently / 4 – Very frequent / 5 – Always).

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Market trends | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Ideas for product development | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Potential new colleagues/personnel | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Potential customers | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Potential suppliers | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Potential investors | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Potential business partners | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Personal life issues | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. Common conversations that are not related to the business | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

20. From the following professional groups, evaluate which ones support your professional activity, considering the respective scale: (1 – No Support up to 5 – Total support, NA – Not applicable).

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 1. People from the company itself | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |
| 2. People from the co-work space but from other companies | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |
| 3. People outside the co-work space and other companies | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |

Now we request that for the professional groups listed below, evaluate the type of support you have received in the last 12 months. (1 – No Support up to 5 – Total support, NA – Not applicable).

21. People from the same company.

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|----|
| 1. They helped me solve problems at work | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |
| 2. They helped me with personal problems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |

3. Approximately with how many people from the company have you interacted with regularly in the last 12 months?

22. People from the co-work space but from other companies.

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|----|
| 1. They helped me solve problems at work | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |
| 2. They helped me with personal problems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |

3. Approximately with how many people from the co-work space but from other companies have you interacted with regularly in the last 12 months?

23. People outside the co-work space and other companies.

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|----|
| 1. They helped me solve problems at work | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |
| 2. They helped me with personal problems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | NA |

3. Approximately with how many people outside the co-work space and other companies have you interacted with regularly in the last 12 months?

We would now like to get some opinions about the business of your company or of your own activity in case you are a freelancer or independent professional.

24. In your opinion, comparing the costs and profits of the last 12 months generically, what is the profitability of the activity that your company or yourself have in this co-work space?

- at a loss
 zero profitability
 partially profitable
 normal profitability
 very profitable

Co-Work Survey English

25. In your opinion, comparing the costs and income for the next 12 months generically, what is the expected profitability of the activity that your company or yourself have in this Co-work space?

- at a loss
 zero profitability
 partially profitable
 normal profitability
 very profitable

26. About your current professional situation, please tell us the extent to which the following statements reflect your career goals and expectations, using the respective scale:

(1 – Strongly disagree / 2 – Disagree / 3 – Do not disagree or agree / 4 – Agree / 5 – Strongly agree).

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. At this time in my career, I would like to change to another workplace if possible | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. At this time in my career, I would change my professional situation (full time contract, partial contract, freelancer etc.) if possible | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Sometimes I think of leaving my current workplace | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Sometimes I think of changing my professional situation (full time contract, partial contract, freelancer, etc.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. I'm planning on working in another co-work space within the next six months | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. I'm planning on working in my own work space within the next six months | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. I'm planning on working in a(another) company with a full-time contract within the next six months | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. I'm planning on working with a part-time contract in a(another) company within the next six months | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

27. About your day-to-day work, reflect on how you feel psychologically and physically. Classify each situation according to its scale: (1 – Never / 2 – Seldom / 3 – Sometimes / 4 – Often / 5 – Always).

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Do you feel worn out at the end of the working day? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Are you exhausted in the morning at the thought of another day at work? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Do you feel that every working hour is tiring for you? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Do you have enough energy for family and friends during leisure time? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Is your work emotionally exhausting? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Does your work frustrate you? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Do you feel burnt out because of your work? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

28. Have you gone to work despite feeling ill in the past 12 months, even though you felt you should have taken sick leave to recover at home? Select the option you relate to.

- No, never been sick
 Yes, once
 Yes, 2-3 times
 Yes, 4-5 times
 Yes, 6-10 times
 Yes, more than 10 times

29. What is your overall level of satisfaction regarding: (1 – Not at all satisfied / 5-Extremely satisfied)

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Characteristics of the space? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Provided services and space management? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Co-Work Survey English

30. How you used to feel before and after starting an experience in a co-work and how you feel now. For each question, state the frequency with which you feel each description.

| | <u>Before</u> working at the Co - Work | | | <u>Now</u> working at the Co – Work | | |
|---|--|------------------|-------|-------------------------------------|------------------|-------|
| | Hardly Ever | Some of the Time | Often | Hardly Ever | Some of the Time | Often |
| 1. How often did/do you feel that you lack(ed) companionship? | | | | | | |
| 2. How often did/do you feel left out? | | | | | | |
| 3. How often did/do you feel isolated from others? | | | | | | |

Personal information:

31. Age: _____ **32. Gender:** Female Male Other

33. Nationality: _____

34. Whom do you live with:

- I live alone
- I live with my spouse / partner
- I live with my spouse / partner and child (ren)
- I live with my child (ren)
- I live with my friend(s)
- Other. Where? _____

35. I own an animal (pet): No Yes What animal species? _____

36. Qualifications:

- Mandatory or lower education
- Mandatory or lower education but I possess Technical Training
- Bachelor Name: _____
- Master's Degree or PhD Name: _____

37. If you have a contractual relationship or an exclusive relationship with a company, how long have you had that relationship for (years or fraction)? _____

38. If you have a contractual link or an exclusive relationship with a company, indicate some of its characteristics:

1. Sector of activity _____
2. Composition of the capital: mostly German mostly foreign
3. Approximate number of workers _____
4. Year of Foundation _____
5. It resulted from an entrepreneurship project generated in an incubator: No Yes
(Incubators are institutions that help businesses get started and support them)

This study intends to have continuity in the future. If you would like information and continue to collaborate, we would be very pleased! We therefore ask you to provide us with you e-mail address:

Thank you very much for your participation!

Appendix F: Descriptive Statistics

| Gender: | | | | | |
|----------------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Female | 11 | 36,7 | 37,9 | 37,9 |
| | Male | 18 | 60,0 | 62,1 | 100,0 |
| | Total | 29 | 96,7 | 100,0 | |
| Missing | System | 1 | 3,3 | | |
| Total | | 30 | 100,0 | | |

| Age: | | |
|------------------------|---------|--------|
| N | Valid | 29 |
| | Missing | 1 |
| Mean | | 32,48 |
| Median | | 31,00 |
| Mode | | 32 |
| Std. Deviation | | 6,973 |
| Variance | | 48,616 |
| Skewness | | 1,677 |
| Std. Error of Skewness | | ,434 |
| Kurtosis | | 4,568 |
| Std. Error of Kurtosis | | ,845 |
| Range | | 36 |
| Minimum | | 21 |
| Maximum | | 57 |
| Sum | | 942 |
| Percentiles | 25 | 29,00 |
| | 50 | 31,00 |
| | 75 | 36,00 |

| Age | | | | | |
|----------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 21 | 1 | 3,3 | 3,4 | 3,4 |
| | 24 | 1 | 3,3 | 3,4 | 6,9 |
| | 26 | 2 | 6,7 | 6,9 | 13,8 |
| | 27 | 1 | 3,3 | 3,4 | 17,2 |
| | 28 | 1 | 3,3 | 3,4 | 20,7 |
| | 29 | 4 | 13,3 | 13,8 | 34,5 |
| | 30 | 3 | 10,0 | 10,3 | 44,8 |
| | 31 | 2 | 6,7 | 6,9 | 51,7 |
| | 32 | 5 | 16,7 | 17,2 | 69,0 |
| | 33 | 1 | 3,3 | 3,4 | 72,4 |
| | 35 | 1 | 3,3 | 3,4 | 75,9 |
| | 37 | 2 | 6,7 | 6,9 | 82,8 |
| | 38 | 1 | 3,3 | 3,4 | 86,2 |
| | 39 | 1 | 3,3 | 3,4 | 89,7 |
| | 41 | 1 | 3,3 | 3,4 | 93,1 |
| | 45 | 1 | 3,3 | 3,4 | 96,6 |
| | 57 | 1 | 3,3 | 3,4 | 100,0 |
| | Total | 29 | 96,7 | 100,0 | |
| Missing System | | 1 | 3,3 | | |
| Total | | 30 | 100,0 | | |

| Place of residence | | | | | |
|--------------------|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Berlin | 29 | 96,7 | 96,7 | 96,7 |
| | Suburban of Berlin | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

| Education | | | | | |
|------------------|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Mandatory or lower education but I possess Technical Training | 1 | 3,3 | 3,6 | 3,6 |
| | Bachelor. Name: | 15 | 50,0 | 53,6 | 57,1 |
| | Master's Degree or PhD. Name | 12 | 40,0 | 42,9 | 100,0 |
| | Total | 28 | 93,3 | 100,0 | |
| Missing System | | 2 | 6,7 | | |
| Total | | 30 | 100,0 | | |

Work experience since you started your activity, until today (years or fractions):

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1 | 1 | 3,3 | 3,4 | 3,4 |
| | 2 | 4 | 13,3 | 13,8 | 17,2 |
| | 3 | 3 | 10,0 | 10,3 | 27,6 |
| | 4 | 1 | 3,3 | 3,4 | 31,0 |
| | 4 | 4 | 13,3 | 13,8 | 44,8 |
| | 5 | 4 | 13,3 | 13,8 | 58,6 |
| | 6 | 2 | 6,7 | 6,9 | 65,5 |
| | 10 | 3 | 10,0 | 10,3 | 75,9 |
| | 15 | 1 | 3,3 | 3,4 | 79,3 |
| | 18 | 2 | 6,7 | 6,9 | 86,2 |
| | 20 | 2 | 6,7 | 6,9 | 93,1 |
| | 25 | 1 | 3,3 | 3,4 | 96,6 |
| | 30 | 1 | 3,3 | 3,4 | 100,0 |
| | Total | 29 | 96,7 | 100,0 | |
| Missing System | | 1 | 3,3 | | |
| Total | | 30 | 100,0 | | |

| Please indicate the name and place of the co-work space where you currently work (this information will be omitted and never disclosed) | | | | | |
|--|-----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Ahoy Berlin | 4 | 13,3 | 13,3 | 13,3 |
| | Boho Space Berlin | 2 | 6,7 | 6,7 | 20,0 |
| | Design Offices Berlin | 2 | 6,7 | 6,7 | 26,7 |
| | Happy Pigeons Berlin | 2 | 6,7 | 6,7 | 33,3 |
| | Im.puls Adlershof | 2 | 6,7 | 6,7 | 40,0 |
| | Juggle Hub Coworking Berlin | 2 | 6,7 | 6,7 | 46,7 |
| | Origin Berlin | 3 | 10,0 | 10,0 | 56,7 |
| | RedBok Berlin | 2 | 6,7 | 6,7 | 63,3 |
| | Spaceshack Berlin | 2 | 6,7 | 6,7 | 70,0 |
| | The Early Bird Berlin | 3 | 10,0 | 10,0 | 80,0 |
| | Tuesday Coworking Berlin | 4 | 13,3 | 13,3 | 93,3 |
| | Weserland Berlin | 1 | 3,3 | 3,3 | 96,7 |
| | Wonder Coworking Berlin | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Appendix G: Instruments with all items

Performance

Quantity of work output, quality of work output, accuracy of work, customer service provided (internal and external), coming up with innovative ideas, working to implement innovative ideas, finding improved ways to do things, creating better processes and routines.

Job insecurity

It is possible that I won't be able to maintain my occupation, I feel insecure regarding the future of my current occupation, I am very insecure about whether I'll be able to maintain my professional situation in the near future.

Job crafting

I try to work in places that identify with me, I customize my workplace, I try to make my location an extension of my home, I change the workplace according to my personal characteristics, I like having the flexibility to manage my schedules, I give preference to the management of my work schedule, it is important to manage working time without satisfying anyone, I like to be the one to manage when I start and finish my work hours, I feel that I can manage working time due to my private life.

Satisfaction with space

Size of your organization's office space, cleanliness of the overall building, maintenance of the overall building, communal areas, community spirit, social events organized for the community, business events organized for the community, restaurants/bars in the building, telecommunication environment (internet speed/phone reach) in the building, relationship with the support and administrative staff of the co-work, notoriety of the space itself, secretarial support services to own activity and event support, support activities for entrepreneurship.

External Networking

In my company, I approach employees I know by sight and start a conversation, I use company events to make new contacts, if I want to meet a person who could be of professional importance to me I take the initiative and introduce myself, I catch up with colleagues from other departments about what they are working on, if I can't help a colleague from another department directly, I will keep an eye out for him/her, I discuss problems with colleagues from other departments that they are having with their work, I discuss upcoming organizational changes with colleagues from other departments, when I need answers to sensitive questions I

turn to reliable colleagues to find out more about the matter, at informal occasions I exchange professional tips and hints with colleagues from other departments, I develop informal contacts with professionals outside the organization, to have personal links beyond the company, I use business trips or training programs to build new contacts, when I meet a person from another organization who could be an important business contact for me, I compare notes with him/her about our common work areas, I meet with acquaintances from other organizations outside of regular working hours, I meet with acquaintances from other organizations that could be of professional importance to me at casual get-togethers, I use business events outside of the organization (trade shows, conferences) to talk to business acquaintances on a personal level, if I meet acquaintances from other organizations, I approach them to catch up on news and changes in their professional lives, I exchange professional tips and hints with acquaintances from other organizations, I confide in acquaintances outside of the organization for job-related matters

Appendix H: Reliability Statistics

| Total Variance Explained: Satisfaction with space | | | | | | | | | |
|--|---------------------|---------------|------------|-------------------------------------|---------------|------------|-----------------------------------|---------------|------------|
| Comp. | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulat. % | Total | % of Variance | Cumulat. % | Total | % of Variance | Cumulat. % |
| 1 | 4,995 | 38,427 | 38,427 | 4,995 | 38,427 | 38,427 | 3,973 | 30,559 | 30,559 |
| 2 | 2,190 | 16,842 | 55,269 | 2,190 | 16,842 | 55,269 | 2,913 | 22,411 | 52,971 |
| 3 | 1,674 | 12,877 | 68,146 | 1,674 | 12,877 | 68,146 | 1,973 | 15,175 | 68,146 |
| 4 | ,994 | 7,647 | 75,793 | | | | | | |
| 5 | ,844 | 6,493 | 82,285 | | | | | | |
| 6 | ,591 | 4,543 | 86,828 | | | | | | |
| 7 | ,468 | 3,603 | 90,431 | | | | | | |
| 8 | ,391 | 3,011 | 93,442 | | | | | | |
| 9 | ,306 | 2,353 | 95,795 | | | | | | |
| 10 | ,199 | 1,530 | 97,325 | | | | | | |
| 11 | ,153 | 1,179 | 98,504 | | | | | | |
| 12 | ,109 | ,839 | 99,343 | | | | | | |
| 13 | ,085 | ,657 | 100,000 | | | | | | |

| Item-Total Statistics: Satisfaction with Space | | | | | |
|---|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Size of your organization's office space | 62,13 | 103,499 | ,042 | ,601 | ,849 |
| Cleanliness of the overall building | 62,27 | 92,202 | ,508 | ,795 | ,823 |
| Maintenance of the overall building | 62,33 | 93,057 | ,493 | ,791 | ,824 |
| Communal areas | 62,73 | 94,892 | ,496 | ,657 | ,825 |

| | | | | | |
|--|-------|--------|------|------|------|
| Community spirit | 62,93 | 91,720 | ,581 | ,709 | ,819 |
| Social events organized for the community | 62,70 | 85,597 | ,670 | ,836 | ,810 |
| Business events organized for the community | 62,43 | 85,357 | ,623 | ,767 | ,814 |
| Restaurants/bars in the building | 61,57 | 97,495 | ,187 | ,325 | ,848 |
| Telecommunication environment (Internet speed/phone reach) in the building | 62,40 | 90,110 | ,578 | ,733 | ,818 |
| Relationship with the support and administrative staff of the co-work | 61,87 | 91,568 | ,657 | ,725 | ,816 |
| Notoriety of the space itself | 62,23 | 84,047 | ,686 | ,615 | ,808 |
| Secretarial support services to own activity and event support | 62,10 | 86,093 | ,548 | ,577 | ,820 |
| Support activities for entrepreneurship | 62,30 | 90,493 | ,363 | ,638 | ,837 |

| Total Variance Explained: Job crafting | | | | | | | | | |
|---|---------------------|---------------|------------|-------------------------------------|---------------|------------|-----------------------------------|---------------|------------|
| Comp. | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulat. % | Total | % of Variance | Cumulat. % | Total | % of Variance | Cumulat. % |
| 1 | 3,076 | 34,174 | 34,174 | 3,076 | 34,174 | 34,174 | 2,539 | 28,213 | 28,213 |
| 2 | 1,944 | 21,606 | 55,780 | 1,944 | 21,606 | 55,780 | 1,947 | 21,637 | 49,849 |
| 3 | 1,113 | 12,371 | 68,151 | 1,113 | 12,371 | 68,151 | 1,647 | 18,301 | 68,151 |
| 4 | ,911 | 10,121 | 78,271 | | | | | | |
| 5 | ,736 | 8,179 | 86,451 | | | | | | |
| 6 | ,451 | 5,009 | 91,460 | | | | | | |
| 7 | ,359 | 3,991 | 95,451 | | | | | | |
| 8 | ,245 | 2,717 | 98,168 | | | | | | |
| 9 | ,165 | 1,832 | 100,000 | | | | | | |

| Item-Total Statistics: Job crafting | | | | | |
|--|----------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|--|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| I try to work in places that identify with me | 30,71 | 22,360 | ,381 | ,358 | ,731 |
| I customize my workplace | 30,89 | 22,396 | ,471 | ,614 | ,716 |
| I try to make my location an extension of my home | 31,82 | 19,263 | ,492 | ,477 | ,716 |
| I change the workplace according to my personal characteristics | 31,21 | 22,026 | ,416 | ,576 | ,725 |
| I like having the flexibility to manage my schedules | 29,82 | 23,856 | ,494 | ,597 | ,720 |
| I give preference to the management of my work schedule | 30,50 | 22,704 | ,432 | ,411 | ,722 |
| It is important to manage working time without satisfying anyone | 30,57 | 22,995 | ,338 | ,571 | ,738 |
| I like to be the one to manage when I start and finish my work hours | 30,04 | 24,036 | ,455 | ,550 | ,724 |
| I feel that I can manage working time due to my private life | 30,14 | 22,794 | ,461 | ,601 | ,718 |

| Total Variance Explained: Job insecurity | | | | | | |
|---|----------------------------|------------------|------------|--|------------------|------------|
| Comp. | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulat. % | Total | % of Variance | Cumulat. % |
| 1 | 2,391 | 79,691 | 79,691 | 2,391 | 79,691 | 79,691 |
| 2 | ,395 | 13,159 | 92,850 | | | |
| 3 | ,215 | 7,150 | 100,000 | | | |

| Item-Total Statistics: Job insecurity | | | | | |
|---|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected if Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| It is possible that I won't be able to maintain my occupation. | 3,07 | 2,685 | ,709 | ,538 | ,853 |
| I feel insecure regarding the future of my current occupation. | 3,50 | 3,707 | ,711 | ,570 | ,801 |
| I am very insecure about whether I'll be able to maintain my professional situation in the near future. | 3,63 | 3,826 | ,820 | ,680 | ,735 |

| Total Variance Explained: Performance | | | | | | | | | |
|--|---------------------|---------------|------------|-------------------------------------|---------------|------------|-----------------------------------|---------------|------------|
| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulat. % | Total | % of Variance | Cumulat. % | Total | % of Variance | Cumulat. % |
| 1 | 3,713 | 46,415 | 46,415 | 3,713 | 46,415 | 46,415 | 2,780 | 34,744 | 34,744 |
| 2 | 1,108 | 13,854 | 60,269 | 1,108 | 13,854 | 60,269 | 2,042 | 25,525 | 60,269 |
| 3 | ,899 | 11,235 | 71,504 | | | | | | |
| 4 | ,787 | 9,838 | 81,343 | | | | | | |
| 5 | ,543 | 6,788 | 88,130 | | | | | | |
| 6 | ,461 | 5,765 | 93,895 | | | | | | |
| 7 | ,339 | 4,234 | 98,129 | | | | | | |
| 8 | ,150 | 1,871 | 100,000 | | | | | | |

| Item-Total Statistics: Performance | | | | | |
|---|----------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|--|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Quantity of work output | 25,36 | 19,157 | ,554 | ,487 | ,812 |
| Quality of work output | 25,00 | 20,167 | ,635 | ,601 | ,804 |
| Accuracy of work | 25,04 | 20,123 | ,618 | ,455 | ,805 |
| Customer service provided (internal and external) | 25,60 | 20,417 | ,382 | ,230 | ,838 |
| Coming up with innovative ideas | 25,56 | 18,673 | ,650 | ,619 | ,798 |
| Working to implement innovative ideas | 25,56 | 20,007 | ,510 | ,655 | ,818 |
| Finding improved ways to do things | 25,36 | 20,323 | ,637 | ,669 | ,804 |
| Creating better processes and routines | 25,24 | 19,773 | ,557 | ,363 | ,811 |

| Total Variance Explained: External Networking | | | | | | |
|--|----------------------------|------------------|-----------------|--|------------------|-----------------|
| Comp. | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 9,276 | 51,536 | 51,536 | 9,276 | 51,536 | 51,536 |
| 2 | 1,978 | 10,987 | 62,523 | 1,978 | 10,987 | 62,523 |
| 3 | 1,663 | 9,238 | 71,761 | 1,663 | 9,238 | 71,761 |
| 4 | 1,035 | 5,749 | 77,510 | 1,035 | 5,749 | 77,510 |
| 5 | ,798 | 4,433 | 81,943 | | | |
| 6 | ,625 | 3,470 | 85,414 | | | |
| 7 | ,549 | 3,049 | 88,463 | | | |
| 8 | ,478 | 2,656 | 91,119 | | | |
| 9 | ,389 | 2,160 | 93,279 | | | |
| 10 | ,357 | 1,982 | 95,261 | | | |
| 11 | ,195 | 1,085 | 96,346 | | | |

| | | | | | | |
|----|------|------|---------|--|--|--|
| 12 | ,171 | ,949 | 97,295 | | | |
| 13 | ,153 | ,848 | 98,142 | | | |
| 14 | ,120 | ,669 | 98,812 | | | |
| 15 | ,077 | ,430 | 99,242 | | | |
| 16 | ,062 | ,343 | 99,585 | | | |
| 17 | ,049 | ,274 | 99,859 | | | |
| 18 | ,025 | ,141 | 100,000 | | | |

Appendix I: Qualitative Interview – Questions

Interview Script – Co-Working Space Manager

1. Space Management

- 1.1. Founded in:
- 1.2. Reason for establishing the business:
- 1.3. Tell me about your work experience, before establishing the Co-Working Space:
- 1.4. What are your academic qualifications and professional domain? Are they linked to one another, if so, how?
- 1.5. Number of employees by the end of 2017:
- 1.6. In your opinion, what can be considered critical factors when it comes to successfully managing a Co-Working Space?
- 1.7. Current Occupation Rate (%):
- 1.8. When at 100% Occupation Rate, how many Co-Working Areas does your business have?

- **Reserved OpenSpace Areas** (no one can use them besides the company or individual who paid for it)

_____ is the number of people who can use it at full capacity

_____ m² approximately

_____ % Occupation Rate by the end of the first business year

_____ % Occupation Rate by the end of 2017

- **Shared OpenSpace Areas** (can be used by anyone with access to the OpenSpace, following a daily logic of *first come first served*)

_____ is the number of people who can use it at full capacity

_____ m² approximately

_____ % Occupation Rate by the end of the first business year

_____ % Occupation Rate by the end of 2017

- **Reserved Closed Areas** (no one can use them besides the company or individual who paid for it)

_____ is the number of people who can use it at full capacity

_____ m² approximately

_____ % Occupation Rate by the end of the first business year

_____ % Occupation Rate by the end of 2017

- **Shared Closed Areas** (can be used by anyone with access to the Closed Area, following a daily logic of *first come first served*)

_____ m² approximately

2. Co-Working Space Rules / Internal Control

- 2.1. According to the Co-Working Space's policy, which are the rules that EVERYONE has to obey, regardless of their contract?
- 2.2. How is the control/assessment of the clients carried out?
- 2.3. Co-Working Space working hours:
- 2.4. Can clients bring children, pets or even friends to the space? If so, is it free or do they pay for it?

2.5. How would you define your Co-Working Space when it comes to how clients interact with each other? (formal/informal)

3. Space's Perks

3.1. What type of services can clients expect from your Co-Working Space?

3.2. To what degree are the services offered adjusted to the client needs? If adjusting is possible, what does that mean when it comes to pricing?

3.3. What type of Shared Areas does your Co-Working Space have?

3.4. Can clients bring to the space their own clients, partners and/or co-workers?

3.5. Does your Co-Working Space have some sort of *Welcoming Practice* to new clients? What about integrating them into the existing community?

3.6. How is your business marketed to the public?

3.7. Are there any initiatives to communicate to the public about projects or businesses who operate on your Co-Working Space? If so, how?

3.8. Has there been any type of initiatives by the Co-Working Space's Management that led to clients forming alliances/partnerships between each other?

3.9. Have people left your Co-Working Space because their business' growth led them to new and bigger opportunities?

4. Business Sustainability

4.1. What type of client do you prefer? (**A:** someone who will probably stay at your Co-Working Space for a long period but shows little entrepreneurship, or **B:** someone with a very strong entrepreneur spirit but will probably do business with you for a lesser period because of it)

4.2. Did you rely on any early investments so that you could open up the Space? If so, how much was it (%) when compared to the total amount needed to open doors?

4.3. What about now? Do you depend on any sort of investment in order to successfully manage the Co-Working Space?

4.4. How much do you expect to grow your profits by the end of 2018 when compared to the end of 2017? _____ %

4.5. On average, in 2017, how many new clients did you make? _____

4.6. On average, in 2017, how many clients left your business? _____

4.7. What differentiates your Co-Working Space from the competition?

4.8. How do you measure the overall satisfaction of your clients when it comes to working on your Co-Working Space?

4.9. What are the biggest challenges in managing your Space?

4.10. What is your price policy and how did you define it? Have you changed it since the beginning of your career as a Co-Working Space owner?

Appendix J: Rules for Transliteration

1. The audio files are literally transcribed
2. The interviewer can be identified with I, the interviewee with B
3. Every contribution in the conversation starts in a new line
4. After each passage a time marker is put
5. Grammatical changes concerning sentence structure etc. are not made
6. The sign (...) symbols delays in the stream of speech,
7. The sign .../ symbols that a sentence was stopped or started from new
8. Emotional but non-verbal statements like laughing, underlined coughing or other conspicuousness are signed by the parenthesized word (laugh)
9. Other non-verbal statements by the interviewee which are relevant for the text are also mentioned in parentheses, e.g. Mhm (nodding)
10. Non-verbal statements by the interviewer are not transcribed

The rules are created according to Dresing & Pehl (2011).

Appendix K: Coding system

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|----------|--|--------------|---------------------------------|----------------------------------|
| #1: Ahoy | | | | |
| 42-44 | <i>We believe in the diversity concept of coworking. As coworking is all about meeting different people</i> | Community | Diversity | (Net-) work with diverse people |
| 44-45 | <i>For us the most important thing is to have kind of a good fit between the company culture and the coworking culture</i> | Community | Culture | Cultural fit (Coworking Culture) |
| 45-46 | <i>people should be aware what coworking is and are willing to join the community, to get involved and so on</i> | Community | Community Building | Willingness to join |
| 51-52 | <i>On the other hand, the community can suffer from that. Because it is not a personal choice.</i> | Community | Challenges | Willingness to join |
| 52-53 | <i>For the freelancers it is a personal choice. They know why they are there</i> | Community | Community Building | Willingness to join |
| 60 | <i>We do have a community. But it is hard to involve four hundred people</i> | Community | Community Building / Challenges | Willingness to join |
| 61-62 | <i>For us it is more important that people feel comfortable</i> | Environment | Satisfaction | Feel comfortable |

| | | | | |
|---------|--|------------|--------------------|--------------------------------|
| | <i>and that they have space to relax from for their work and so on.</i> | | | |
| 102-103 | <i>Even when we have some evening events and parties. We had a karaoke last month. It was a lot of fun.</i> | Community | Networking | Networking Events |
| 141 | <i>...these different backgrounds.</i> | Community | Diversity | (Net-)work with diverse people |
| 191-192 | <i>Usually we do that at the community breakfast which is once a month. So we are trying to present some new members or new companies.</i> | Community | Community Building | Networking Events |
| 219 | <i>But it is more internal communication</i> | Networking | Support | |
| 229 | <i>Sure. I am trying to introduce them to each other and so on</i> | Networking | Support | |
| 231-232 | <i>I am trying to introduce them to each other and build this kind of external connection.</i> | Networking | Support | |
| 261-262 | <i>I think it is better for the community to have long-term members.</i> | Community | Community Building | Selection Process |
| 264-265 | <i>That is why it is important when you the meet the potential applicant to see if it is a good fit to the community.</i> | Community | Community Building | Selection Process |
| 280-281 | <i>I mean it is just people to be ready to be open to everyone. To be aware of the fact that there is some shared responsibilities.</i> | Community | Culture | Cultural fit |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|----------------|--|--------------|--------------------|---|
| #2: Blogfabrik | | | | |
| 22-23 | <i>Und bei uns zahlt man dann eine Grundgebühr, die recht niedrig ist. Plus eine Leistung in Form einer Kreativleistung oder Workshops.</i> | Community | Networking | Knowledge Sharing (Supporting each other) |
| 27-31 | <i>Das heißt, unser Coworking Space ist eigentlich so ein bisschen ein Community Space würde ich eher sagen, weil Leute hier nicht nur zum Arbeiten hinkommen und einen Arbeitsplatz hier haben, sondern auch irgendwie in Zusammenarbeit mit den anderen Leuten Projekte verwirklichen oder halt auch Kunden akquirieren können und man sich gegenseitig auch ein bisschen Knowledge weitergibt</i> | Community | Culture | Knowledge Sharing (Supporting each other) / Collaboration, Partnerships |
| 32 | <i>...hier einfach ein Forum hat, wo man ganz gut so seine Skills austauschen kann.</i> | Community | Culture | Knowledge Sharing (Supporting each other) |
| 45 | <i>...wir sehen es natürlich immer gerne, wenn Leute was zusammen machen.</i> | Community | Networking | Collaboration |
| 82-83 | <i>Jedes Mitglied, das geht, bleibt irgendwie so im Herzen hier. Das heißt die</i> | Community | Community Building | Sense of belonging together |

| | | | | |
|---------|---|------------|--------------------|---|
| | <i>Community ist natürlich größer.</i> | | | |
| 138-139 | <i>Man muss halt schon sehr viel Eigeninitiative zeigen. Und man muss auch irgendwie offen sein.</i> | Networking | Challenges | Proactivity |
| 140-141 | <i>Also man kann nicht hierherkommen und sagen: "So. Networkt mal alle mit mir!" Sondern man muss selber sehr aktiv werden.</i> | Networking | Challenges | Proactivity |
| 147-148 | <i>Dass eben Leute sehr verschiedene Erwartungen daran haben, wie das funktioniert.</i> | Networking | Challenges | Different Expectations |
| 166 | <i>Dann sind es ja unsere Kunden und nicht eine Community.</i> | Community | Community Building | Challenges |
| 201-203 | <i>...spezielle Art des Vertrags ist, dass man halt eine Grundgebühr zahlt und dann diese Workshops noch macht.</i> | Community | Culture | Knowledge Sharing (Supporting each other) |
| 260-261 | <i>Und wir versuchen dann schon alle paar Wochen so ein Event zu machen, wo dann alle zusammenkommen.</i> | Community | Community Building | Networking Events |
| 310-311 | <i>Also das ist halt diese Community. Man kennt sich einfach irgendwann.</i> | Community | Community Building | Sense of belonging together |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|----------------|---|--------------|--------------------|---|
| #3: Boho Space | | | | |
| 165-166 | <i>Weil ich mir denke, wenn die Kunden zufrieden sind, dann bleiben sie da. Und wenn sie nicht zufrieden sind, dann passt es sowieso nicht</i> | Environment | Satisfaction | |
| 233-234 | <i>Ich hatte schon so ein paar Autovermietungen und einen Baustoffhandel. Da habe ich gesagt: "Das passt irgendwie nicht!"</i> | Community | Community Building | Selection Process |
| 254-255 | <i>Das mache ich ja jetzt schon so, wenn ich irgendwas weiß. Ich versuche immer die Leute zu verbinden</i> | Networking | Support | Partnerships, Collaboration |
| 265 | <i>Na, das ist Network, finde ich, ist so der Grund</i> | Environment | Reasons | Personal reasons |
| 305-307 | <i>Ich finde schon man sollte eine Community sein. Oder sich fühlen wie in einer Büroatmosphäre, wo man doch irgendwie ein Team ist, auch wenn man aus verschiedenen Firmen ist</i> | Community | Community Building | Sense of belonging together / Atmosphere in the space |
| 333-334 | <i>Ich plane auch Networking-Events. Also ich hatte schon eines für .../ Kennst Du diese DNX-Community</i> | Networking | Support | Networking Events |
| 340 | <i>Und die machen hier immer so jetzt ihr monatliches Netzwerktreffen</i> | Networking | | Networking Events |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|-----------------|--|------------------------------|-----------------------------|--|
| #4: Cowos | | | | |
| 14-15 | <i>In the space itself the people are not interested in coworking. They had some people that came because there wasn't any networking activities in cowos.</i> | Community Environment | Culture Satisfaction | Against Networking Reasons to work in the space |
| 40 | <i>Atmosphere: no networking but it is a very informal and private conversation style.</i> | Community | Culture | Against Networking |
| 57 | <i>Support alliances if there is need for it</i> | Networking | Support | Partnerships |
| 66 | <i>real wood and individual design.</i> | Environment | Reasons | Uniqueness (individual interior concept) |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|-----------------|---|---------------------|-------------|------------------------|
| #5: Early Bird | | | | |
| 19-20 | <i>It is very cosy and designed for people to feel comfortable.</i> | Environment | Reasons | Uniqueness |
| 27-28 | <i>They don't do community events, they offer a working space but don't put effort in community building.</i> | Community | Culture | Against- Networking |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|----------------|---|--------------|--------------|-----------------------|
| #6: HeartSpace | | | | |
| 24-26 | <i>die Basics müssen stimmen, also praktische Sachen wie bequeme Stühle, gutes WLAN, etc. Man sollte den Space auch möglichst professionell führen (z.B. mit Empfang), hauptberuflich, vollzeit.</i> | Environment | Satisfaction | |
| 131-133 | <i>Wir versuchen sicherzustellen, dass alle sich kennen oder die Chance haben sich kennenzulernen. Jede Firma hat außerdem am Platz / an der Tür ein Schild mit einer kurzen Beschreibung der Tätigkeit, sodass man bei Interesse kollaborieren kann.</i> | Community | Networking | Supporting each other |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|-------------|---|--------------|--------------------|-----------------------------|
| #7: Im.Puls | | | | |
| 83-85 | <i>Und zwei haben sich dann auch gleich zusammengetan. Einer, der hier auch gemietet hatte, ist dann jetzt in diese Firma mit reingegangen, weil die festgestellt haben: "Der hat genau das, wonach wir gesucht haben!"</i> | Networking | Support | Collaboration, Partnerships |
| 96-97 | <i>Ja, uns war wichtig, dass das ein Bereich ist, wo eben dieses Netzwerken stattfindet. Also, dass alles miteinander ist.</i> | Networking | Support | Collaboration |
| 101 | <i>Wichtig war uns auch, dass wir gemeinsame Projekte vielleicht auch haben.</i> | Networking | | Collaboration |
| 108-110 | <i>Oder seien es gemeinsame Mittagessen mal. Auch Abendessen oder grillen. Wichtig war uns eben, dass hier eine kleine Community eben auch entsteht, die gut harmoniert eben auch.</i> | Community | Community Building | Networking Events |
| 116 | <i>manche haben sich auch schon häuslich eingerichtet.</i> | Environment | Satisfaction | Job crafting |
| 153-154 | <i>Aber wenn jetzt ein Künstler sagt, er möchte gerne hierherkommen, dann werden wir das nicht ablehnen.</i> | Community | Diversity | Selection process |
| 376-377 | <i>Dann habe ich zwei/drei angeschrieben und die haben</i> | Networking | Support | Partnership |

| | | | | |
|---------|---|------------|--------------------|-----------------------------|
| | <i>und auch sofort geholfen und haben sich gemeldet.</i> | | | |
| 391 | <i>Also wir unterstützen dann auch, wie gesagt, wenn dann wirklich Fragen sind.</i> | Networking | Support | |
| 393-394 | <i>Oder wir nehmen sie mit zum Netzwerken. Also da tun wir unglaublich viel.</i> | Networking | Support | Partnerships |
| 491 | <i>Oder: "Nächste Woche ist gemeinsames Frühstück."</i> | Community | Community Building | Networking Events |
| 568-570 | <i>Bisher war es aber so, die, die ausgezogen sind, wollten dann hier am Standort bleiben. Weil sie eben dann hier schon viele Synergien dann eben auch hatten.</i> | Networking | Support | Collaboration, Partnerships |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|------------|---|--------------|--------------------|---|
| #8: Origin | | | | |
| 10-11 | <i>...wollten wir halt auch nicht irgendwo irgendwas nehmen, sondern halt einen schönen Ort.</i> | Environment | Reasons | Uniqueness |
| 117-118 | <i>Wir machen selber mal so ab und zu Meet-Ups zu bestimmten Themen, in denen wir halt arbeiten.</i> | Networking | Support | Networking Events |
| 138-140 | <i>Wir haben auch eine ganz bunte Mischung hier von Schreibern, Softwareentwicklern, Designern, Architekten.</i> | Community | Diversity | Selection Process, (Net-)work with diverse people |
| 353-354 | <i>Es ist auch schon passiert, dass Leute untereinander, also ohne uns, Projekte gemacht haben. Aber wir sagten jetzt halt nicht</i> | Community | Networking | Collaboration |
| 428- 430 | <i>Sondern da sind ja noch andere Leute, die vielleicht andere Ansprüche an so einen Space haben. Die halt auch zu hören und dann auch irgendwie entsprechend zu befriedigen.</i> | Environment | Satisfaction | Challenges |
| 478-479 | <i>Erstens nicht auferlegt. Aber vor allem ist das auch nicht der Grund, sag' ich mal. Die suchen halt in erster Linie einen Arbeitsplatz und dann Community.</i> | Community | Community Building | Willingness to join |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|-------------|---|--------------|--------------------|-------------------|
| #9: Red Bok | | | | |
| 61-62 | <i>Und dann haben wir ab Oktober vielleicht auch eine Salsa-Klasse einmal die Woche.</i> | Community | Community Building | Networking Events |
| 88-90 | <i>Man muss schon diese Balance finden zwischen .../ Wir haben Leute hier und die bezahlen. Und das brauchen wir, weil wir haben so viel Geld hier reingesteckt. Aber gleichzeitig nehmen die dann auch dieses Community Feeling raus</i> | Community | Community Building | Challenges |
| 125-127 | <i>Ich habe immer kleine Willkommensgeschenke und so. Ich kann Dir das mal zeigen. Auf die Tische kommt dann immer so ein bisschen so was mit "Willkommen". Und Süßigkeiten und so</i> | Community | Community Building | Welcoming method |
| 211-214 | <i>Das ist halt so. Leute suchen nach verschiedenen Sachen. Ich meine, wir müssen uns auch noch ein bisschen anstrengen, dass wir auch wirklich verstehen, wonach die Leute suchen. Damit wir das auch anbieten können.</i> | Environment | Satisfaction | Challenges |
| 236-238 | <i>Weil was wir jetzt mitgekriegt haben ist, dass nach Privatbüros eine große Nachfrage besteht. Also wo</i> | Environment | Reasons | Private office |

| | | | | |
|---------|---|------------|------------|-----------------------|
| | <i>sie eine Tür haben, die sie abschließen können sozusagen.</i> | | | |
| 295-296 | <i>Aber auch wirklich genau Leute zu finden, die wir haben wollen und die hier sein soll. Damit man da eine Synergie gewinnt.</i> | Networking | Challenges | Find the right people |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|--------------|---|--------------|--------------------|-----------------------------|
| #10: Tuesday | | | | |
| 118-119 | <i>Wir versuchen Events zu machen, wo die Leute miteinander netzwerken. Einfach eine Happy Hour haben wir freitags zum Beispiel.</i> | Community | Community Building | Networking Events |
| 203 | <i>Wir versuchen auch dienstags zusammen zu essen.</i> | Community | Community Building | Networking Events |
| 296-297 | <i>Deswegen haben wir auch nur Monatsmitgliedschaften hier. Also die Mindestlaufzeit ist ein Monat.</i> | Community | Community Building | Willingness to join |
| 358-359 | <i>Ich glaube, es ist auch gut, wenn man so die gleichen Gesichter sieht. Dadurch wächst man zusammen in seinem Gefühl.</i> | Community | Community Building | Sense of belonging together |
| 359-361 | <i>das Allererste, was ein Geschäftsführer im Coworking machen sollte ist, dass der Ort einen gute Vibe hat. Und das steht wirklich mehr durch Community und lächelnde Gesichter.</i> | Community | Community Building | Sense of belonging together |
| 403-405 | <i>Das ist einfach so eine Brainstorming Session, wo ich und alle anderen Leute Feedback bekommen, für eine Idee, die sie haben. Oder ein Problem, das sie lösen müssen.</i> | Community | Networking | Supporting each other |

| Line Nr. | Meaning Unit | Meaning Unit | Code | Subcode |
|-----------------|--|---------------------|--------------------|-----------------------------|
| #11: Wonder | | | | |
| 145 | <i>Also wir freuen uns halt auf jeden Fall, umso gemixter es von den Tätigkeiten ist.</i> | Community | Diversity | Selection process |
| 161-162 | <i>Aber einen Donnerstag im Monat, glaube ich, wird angesetzt, dass man hier ein gemeinsames Frühstück hat.</i> | Networking | Support | Networking Events |
| 169-170 | <i>Das hat ist halt nicht wie in einem großen Coworking Space, wo Du hinkommst und keinen kennst.</i> | Community | Community Building | Sense of belonging together |
| 290-291 | <i>"Ach, krass. Du machst das? Guck' mal, die da hinten macht das!" Und dann wird da ein bisschen, wie sagt man, vermittelt.</i> | Networking | Support | Partnerships, Collaboration |

Appendix L: Results quantitative Data

| Correlations | | | | | | |
|---|------------------------|--|----------------------------|---------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| | | Mean Score Satisfaction with space | Mean Score Job crafting | Mean Score Job Insecurity | Mean Score Perfomance | Mean Score External Networking |
| Mean Score Satisfaction with pace | Pearson Correlation | 1 | -,240 | ,131 | ,268 | -,106 |
| | Sig. (2-tailed) | | ,202 | ,489 | ,161 | ,582 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 29 | 29 |
| Mean Score Job crafting | Pearson Correlation | -,240 | 1 | ,084 | -,436* | ,166 |
| | Sig. (2-tailed) | ,202 | | ,661 | ,018 | ,391 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 29 | 29 |
| Mean Score Job Insecurity | Pearson Correlation | ,131 | ,084 | 1 | ,291 | ,181 |
| | Sig. (2-tailed) | ,489 | ,661 | | ,126 | ,347 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 29 | 29 |
| Mean Score Perfomance | Pearson Correlation | ,268 | -,436* | ,291 | 1 | ,213 |
| | Sig. (2-tailed) | ,161 | ,018 | ,126 | | ,267 |
| | N | 29 | 29 | 29 | 29 | 29 |
| Mean Score External networking | Pearson Correlation | -,106 | ,166 | ,181 | ,213 | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,582 | ,391 | ,347 | ,267 | |
| | N | 29 | 29 | 29 | 29 | 29 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

SPSS Output Moderation 1

Model: 1

Y: MSPerformance

X: MS_JobInsecurity

W: MS_JobCrafting

Sample

Size: 29

OUTCOME VARIABLE:

MSPerformance

Model Summary

| R | R-sq | MSE | F | df1 | df2 | p |
|-------|-------|-------|--------|--------|---------|-------|
| ,6477 | ,4196 | ,2481 | 6,0235 | 3,0000 | 25,0000 | ,0031 |

Model

| | coeff | se | t | p | LLCI | ULCI |
|-----------|---------|--------|---------|-------|---------|---------|
| constant | 9,0774 | 1,8380 | 4,9386 | ,0000 | 5,2918 | 12,8631 |
| MS_JobIns | -2,7979 | 1,3234 | -2,1141 | ,0447 | -5,5237 | -,0721 |
| MS_JobCr | -1,5339 | ,4803 | -3,1935 | ,0038 | -2,5232 | -,5446 |
| Int_1 | ,7883 | ,3435 | 2,2946 | ,0304 | ,0807 | 1,4958 |

Product terms key:

Int_1 : MS_JobInsecurity x MS_JobCrafting

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

| | R2-chng | F | df1 | df2 | p |
|-----|---------|--------|--------|---------|-------|
| X*W | ,1223 | 5,2654 | 1,0000 | 25,0000 | ,0304 |

Focal predict: MS_JobInsecurity (X)

Mod var: MS_JobCrafting (W)

Conditional effects of the focal predictor at values of the moderator(s):

| MS_JobCr | Effect | se | t | p | LLCI | ULCI |
|----------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|
| 3,4222 | -,1003 | ,1787 | -,5609 | ,5799 | -,4684 | ,2679 |
| 3,8750 | ,2567 | ,1072 | 2,3937 | ,0245 | ,0358 | ,4775 |
| 4,5556 | ,7931 | ,2679 | 2,9604 | ,0066 | ,2413 | 1,3449 |

Moderator value(s) defining Johnson-Neyman significance region(s):

| Value | % below | % above |
|--------|---------|---------|
| 3,8280 | 48,2759 | 51,7241 |

Conditional effect of focal predictor at values of the moderator:

| MS_JobCr | Effect | se | t | p | LLCI | ULCI |
|----------|---------|-------|---------|-------|---------|--------|
| 2,2222 | -1,0462 | ,5659 | -1,8488 | ,0763 | -2,2117 | ,1193 |
| 2,3611 | -,9367 | ,5191 | -1,8045 | ,0832 | -2,0058 | ,1324 |
| 2,5000 | -,8272 | ,4725 | -1,7507 | ,0923 | -1,8004 | ,1459 |
| 2,6389 | -,7177 | ,4262 | -1,6842 | ,1046 | -1,5954 | ,1600 |
| 2,7778 | -,6083 | ,3801 | -1,6001 | ,1221 | -1,3912 | ,1747 |
| 2,9167 | -,4988 | ,3346 | -1,4906 | ,1486 | -1,1879 | ,1904 |
| 3,0556 | -,3893 | ,2898 | -1,3434 | ,1912 | -,9861 | ,2075 |
| 3,1944 | -,2798 | ,2460 | -1,1373 | ,2662 | -,7865 | ,2269 |
| 3,3333 | -,1703 | ,2041 | -,8346 | ,4118 | -,5906 | ,2500 |
| 3,4722 | -,0608 | ,1653 | -,3682 | ,7159 | -,4012 | ,2795 |
| 3,6111 | ,0486 | ,1324 | ,3673 | ,7165 | -,2241 | ,3214 |
| 3,7500 | ,1581 | ,1109 | 1,4253 | ,1664 | -,0704 | ,3866 |
| 3,8280 | ,2196 | ,1066 | 2,0596 | ,0500 | ,0000 | ,4392 |
| 3,8889 | ,2676 | ,1079 | 2,4810 | ,0202 | ,0455 | ,4898 |
| 4,0278 | ,3771 | ,1246 | 3,0276 | ,0057 | ,1206 | ,6336 |
| 4,1667 | ,4866 | ,1547 | 3,1444 | ,0043 | ,1679 | ,8053 |
| 4,3056 | ,5961 | ,1922 | 3,1017 | ,0047 | ,2003 | ,9919 |
| 4,4444 | ,7055 | ,2334 | 3,0231 | ,0057 | ,2249 | 1,1862 |
| 4,5833 | ,8150 | ,2767 | 2,9456 | ,0069 | ,2451 | 1,3849 |
| 4,7222 | ,9245 | ,3213 | 2,8778 | ,0081 | ,2628 | 1,5862 |
| 4,8611 | 1,0340 | ,3666 | 2,8204 | ,0093 | ,2789 | 1,7891 |
| 5,0000 | 1,1435 | ,4125 | 2,7721 | ,0104 | ,2939 | 1,9930 |

SPSS Output Moderation 2

Model: 1

Y: MS_Satis

X: MSPerformance

W: MSExt-Netwo

Sample

Size: 29

OUTCOME VARIABLE:

MS_Satis

Model Summary

| R | R-sq | MSE | F | df1 | df2 | p |
|-------|-------|-------|--------|--------|---------|-------|
| ,5481 | ,3004 | ,5038 | 3,5788 | 3,0000 | 25,0000 | ,0280 |

Model

| | coeff | se | t | p | LLCI | ULCI |
|---------------|---------|--------|---------|-------|---------|--------|
| constant | -1,1491 | 2,2069 | -,5207 | ,6072 | -5,6945 | 3,3962 |
| MSPerformance | 2,0067 | ,6414 | 3,1285 | ,0044 | ,6856 | 3,3279 |
| MSExt-Netwo | 1,5739 | ,6657 | 2,3642 | ,0261 | ,2028 | 2,9449 |
| Int_1 | -,5075 | ,1894 | -2,6792 | ,0129 | -,8977 | -,1174 |

Product terms key:

Int_1 : MSPerformance x MSExt-Netwo

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

| | R2-chng | F | df1 | df2 | p |
|-----|---------|--------|--------|---------|-------|
| X*W | ,2009 | 7,1779 | 1,0000 | 25,0000 | ,0129 |

Focal predict: MSPerformance (X)

Mod var: MSExt-Netwo (W)

Conditional effects of the focal predictor at values of the moderator(s):

| MSExt-Netwo Effect | se | t | p | LLCI | ULCI | |
|--------------------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|
| 2,3111 | ,8337 | ,2761 | 3,0193 | ,0058 | ,2650 | 1,4025 |
| 3,1667 | ,3995 | ,2223 | 1,7975 | ,0843 | -,0582 | ,8573 |
| 4,1778 | -,1137 | ,2922 | -,3890 | ,7006 | -,7155 | ,4882 |

Moderator value(s) defining Johnson-Neyman significance region(s):

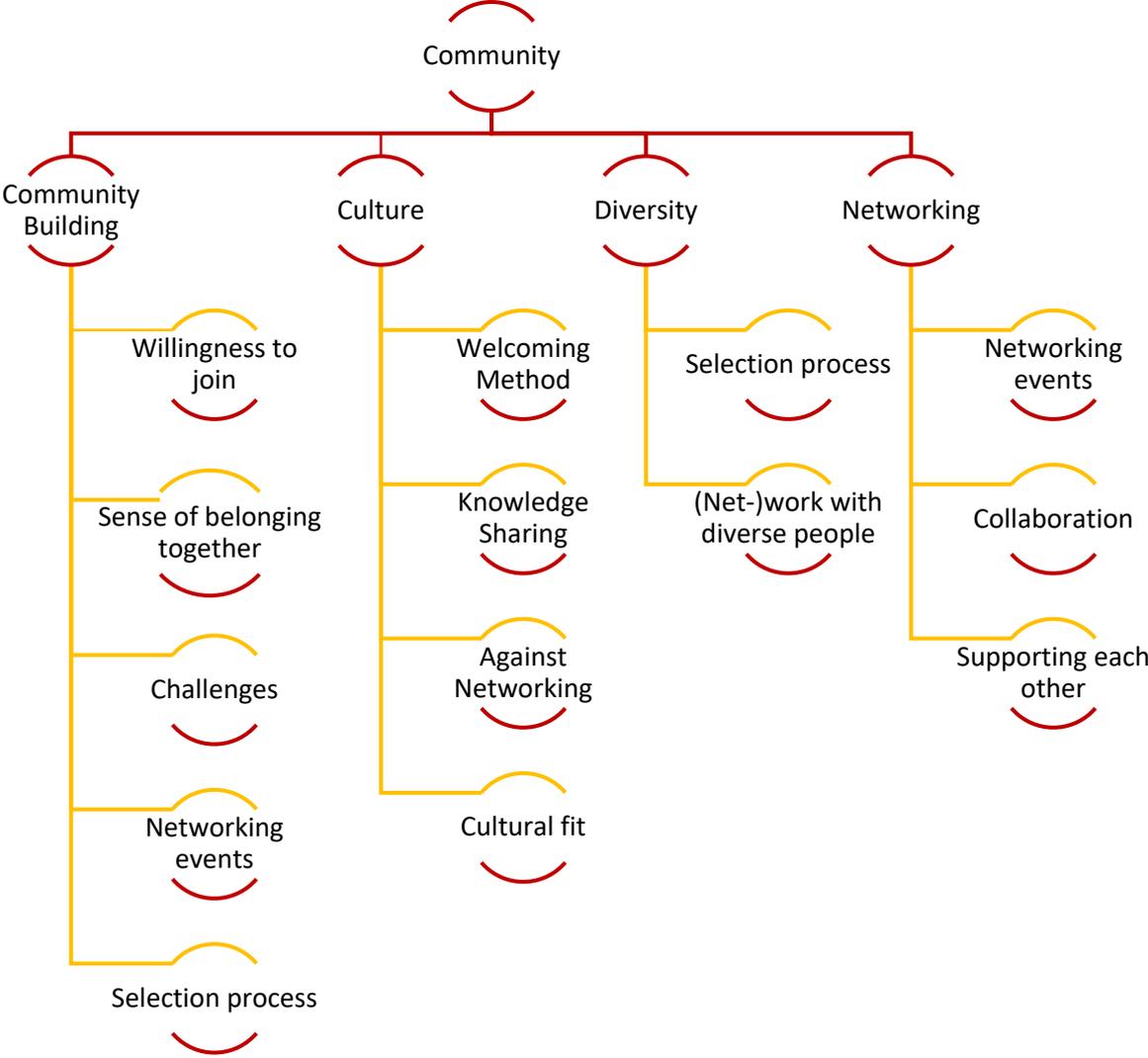
| Value | % below | % above |
|--------|---------|---------|
| 3,0464 | 44,8276 | 55,1724 |

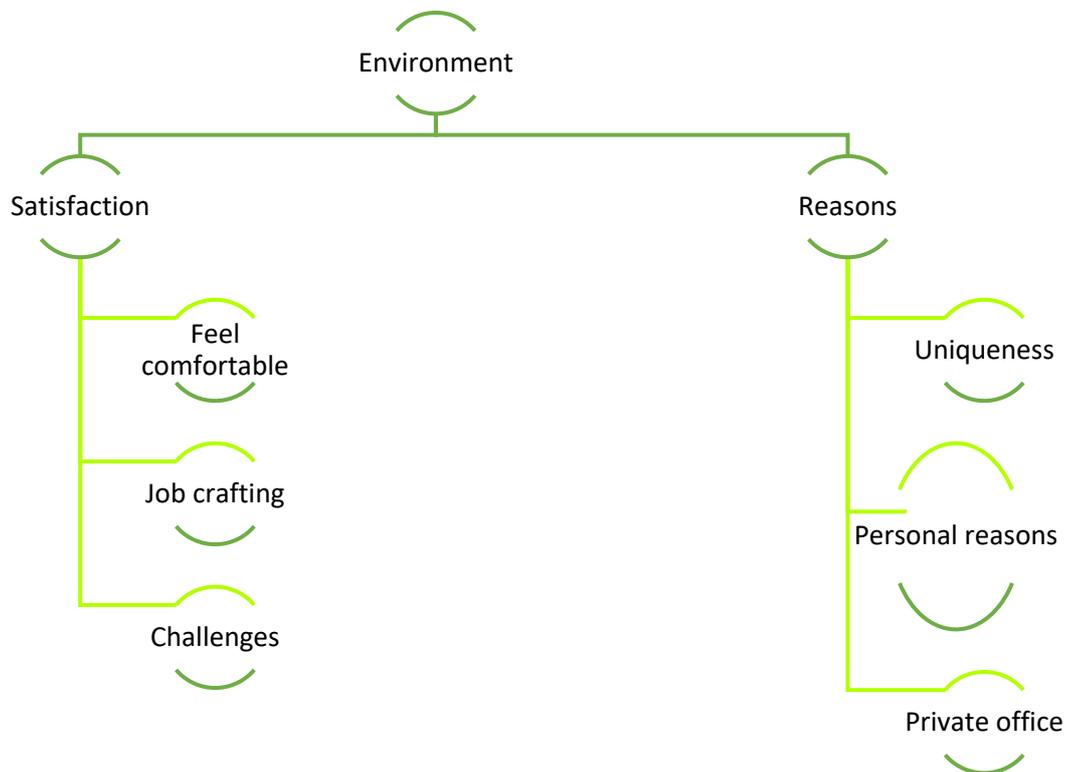
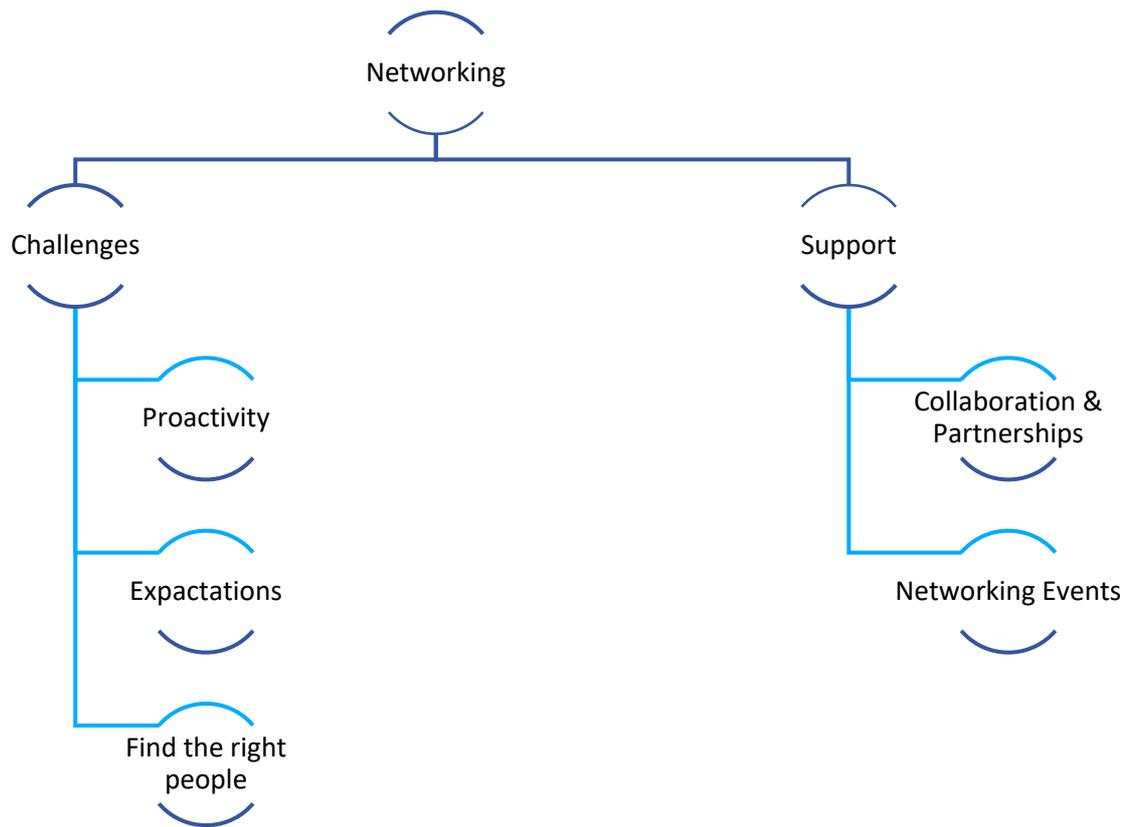
Conditional effect of focal predictor at values of the moderator:

| MSExt-Netwo | Effect | se | t | p | LLCI | ULCI |
|--------------------|---------------|-----------|----------|----------|-------------|-------------|
| 1,6111 | 1,1890 | ,3705 | 3,2088 | ,0036 | ,4258 | 1,9522 |
| 1,7611 | 1,1129 | ,3482 | 3,1959 | ,0038 | ,3957 | 1,8301 |
| 1,9111 | 1,0368 | ,3269 | 3,1719 | ,0040 | ,3636 | 1,7099 |
| 2,0611 | ,9606 | ,3066 | 3,1329 | ,0044 | ,3291 | 1,5922 |
| 2,2111 | ,8845 | ,2878 | 3,0734 | ,0051 | ,2918 | 1,4772 |
| 2,3611 | ,8084 | ,2706 | 2,9870 | ,0062 | ,2510 | 1,3657 |
| 2,5111 | ,7322 | ,2555 | 2,8661 | ,0083 | ,2060 | 1,2584 |
| 2,6611 | ,6561 | ,2427 | 2,7030 | ,0122 | ,1562 | 1,1560 |
| 2,8111 | ,5800 | ,2328 | 2,4917 | ,0197 | ,1006 | 1,0594 |
| 2,9611 | ,5038 | ,2259 | 2,2299 | ,0350 | ,0385 | ,9692 |
| 3,0464 | ,4605 | ,2236 | 2,0596 | ,0500 | ,0000 | ,9211 |
| 3,1111 | ,4277 | ,2226 | 1,9215 | ,0661 | -,0307 | ,8861 |
| 3,2611 | ,3516 | ,2228 | 1,5778 | ,1272 | -,1074 | ,8105 |
| 3,4111 | ,2754 | ,2267 | 1,2152 | ,2356 | -,1914 | ,7423 |
| 3,5611 | ,1993 | ,2339 | ,8521 | ,4022 | -,2824 | ,6810 |
| 3,7111 | ,1232 | ,2443 | ,5043 | ,6185 | -,3799 | ,6262 |
| 3,8611 | ,0470 | ,2573 | ,1828 | ,8564 | -,4830 | ,5771 |
| 4,0111 | -,0291 | ,2728 | -,1066 | ,9159 | -,5909 | ,5327 |
| 4,1611 | -,1052 | ,2902 | -,3626 | ,7200 | -,7029 | ,4924 |
| 4,3111 | -,1814 | ,3092 | -,5865 | ,5628 | -,8182 | ,4555 |
| 4,4611 | -,2575 | ,3296 | -,7812 | ,4420 | -,9363 | ,4214 |
| 4,6111 | -,3336 | ,3511 | -,9502 | ,3511 | -1,0568 | ,3895 |

Appendix M: Results qualitative interviews

The following graphs show each meaning unit with its codes and subcodes.





Appendix N: Feedback on Questionnaire



Miryana Stancheva <[redacted]>

Josefine Benedikt

Freitag, 17. August 2018 um 16:28

[Details anzeigen](#)

Sie haben auf diese Nachricht am "18.08.18, 13:29" geantwortet. [Antwort anzeigen](#)

Aus Datenschutzgründen wurden einige Bilder in dieser Nachricht nicht heruntergeladen. [Bilder herunterladen](#)

Hey hey,

So I shared the link to the community. One of the coworkers left this feedback and I thought it makes sense to forward it to you:

"I started to complete this survey but it is way too long and a little intrusive (i.e. asking sensitive questions around the company). I abandoned after 10 minutes of input / questions. Perhaps some feedback to the survey writer to break it down into smaller chunks and desensitize the questions asked."

Best regards,

Miryana Stancheva, Ph.D.

Community Manager

Ahoy! Berlin GmbH

Wattstr. 11
13355 Berlin



Silvia Steude <mail@jugglehub.de>

benedikt.iscte.research@gmail.com

Freitag, 21. September 2018 um 10:18

[Details anzeigen](#)

Sie haben auf diese Nachricht am "23.09.18, 10:38" geantwortet. [Antwort anzeigen](#)

Aus Datenschutzgründen wurden einige Bilder in dieser Nachricht nicht heruntergeladen. [Bilder herunterladen](#)

Hallo Josephine,

eine Umfrage wurde ausgefüllt. Allerdings meinte derjenige sie sei sehr lang, vielleicht kannst Du sie noch etwas kürzen, da viele Leute einfach nicht die Zeit haben :)
Möchtest Du sie abholen?

Schöne Grüße,
Silvia



juggleHUB Coworking

Christburger Straße 23
10405 Berlin



Aisling from Primalbase <[redacted]>

benedikt.iscte.research@gmail.com

Freitag, 14. September 2018 um 13:01

[Details anzeigen](#)

← Sie haben auf diese Nachricht am "14.09.18, 13:09" geantwortet.

[Antwort anzeigen](#)

Hi Josefine,

I think that questionnaire is really far to long to ask our clients to fill in. I also don't really think I can get you time with our Operational Manager or CEO

If this isn't useful to you than it's fine if you don't require coming anymore!

--



Aisling from Primalbase



David Ciura - WdtB GmbH [redacted]

Josefine Benedikt

Montag, 10. September 2018 um 09:45

[Details anzeigen](#)



[Alle herunterladen](#)

[Vorschau für alle](#)

← Sie haben auf diese Nachricht am "10.09.18, 10:02" geantwortet.

[Antwort anzeigen](#)

Liebe Josefine,

ein weiterer Versuch wurde wegen zu weit reichender Fragen abgebrochen. Ansonsten haben wir hier noch die leeren Fragebögen, welche Du gerne abholen kannst.

Gruß und Prost / Kindest Regards and cheers
Dein Bier

.....

Appendix O: Interviews transliterated

| | |
|-------------------|-----|
| Ahoy | 123 |
| Blogfabrik | 134 |
| Boho | 145 |
| Cowos | 156 |
| Early Bird | 159 |
| Heart Space | 161 |
| Im.Puls..... | 167 |
| Origin..... | 191 |
| Red Bok | 205 |
| Tuesday | 214 |
| Wonder | 227 |

1 **Ahoy**

2

3 I: Do you know how many people are working here at the moment? #00:00:04#

4

5 B: Like members? #00:00:05#

6

7 I: Yes. #00:00:05#

8

9 B: Around four hundred. #00:00:08#

10

11 I: Wow. How big is the whole space? #00:00:13#

12

13 B: Four thousand five hundred square meters. And we have three floors in total. And it is
14 divided mostly .../ We have around seventy to eighty percent offices, team offices. And thirty
15 percent open coworking areas. #00:00:37#

16

17 I: (...) And then of course you have meeting rooms I guess? #00:00:40#

18

19 B: Yeah. I think we have six meeting rooms with different sizes. From small rooms for six to
20 eight people. To rooms which can accommodate up to fifty people. The event space is for up
21 to hundred-fifty people. #00:00:55#

22

23 I: Wow. Are you fully booked? Like hundred percent? #00:01:08#

24

25 B: All the offices are fully booked. We have a couple of desks available. We are ninety-eight /
26 ninety-nine percent occupied. #00:01:18#

27

28 I: Okay. #00:01:20#

29

30 B: There is something interesting maybe regarding the occupancy: We never put a lot of efforts
31 or money into marketing. It gained the popularity from .../ How is it called? #00:01:40#

32

33 I: It was talked about? #00:01:42#

34

35 B: Yes. So people know about Ahoy. It was one of the first coworking spaces. A bit later than
36 betahaus. But it was still one of the first spaces around. #00:01:55#

37

38 I: Cool. And do you somehow select your members? About like what they are doing? Or if they
39 are very entrepreneurial? #00:02:07#

40

41 B: We are not really focused on a particular field. We believe in the diversity concept of
42 coworking. As coworking is all about meeting different people. We are not a niche coworking
43 space. For us the most important thing is to have kind of a good fit between the company culture
44 and the coworking culture. Therefore, people should be aware what coworking is and are
45 willing to join the community, to get involved and so on. It can be a bit tricky when it is a whole
46 company. Because usually it is the leader or the head of the department or whatever who is
47 making the decision to be here. Then the employees are just forced. Therefore, it is another
48 level of engagement. Usually it is good to be communicated by the head or the boss that the
49 people should try to involve. That is a tricky part. More and more companies are coming to the
50 coworking spaces, which is good and interesting. On the other hand, the community can suffer
51 from that. Because it is not a personal choice. For the freelancers it is a personal choice. They
52 know why they are there. But for the employees it is like: "My boss said we are here, so we are
53 here." And there is just another effort to put in. #00:03:41#

54

55 I: Yeah, totally. And is community for you very important? Or is the space too big to have some
56 kind of a community? #00:03:49#

57

58 B: We do have a community. But it is hard to involve four hundred people. But we do not expect
59 that. We are not too pushy. For us it is more important that people feel comfortable and that
60 they have space to relax from for their work and so on. And we have kind of a community. It
61 is around let us say sixty/seventy people. And these are the people who join worldwide
62 community events and so on. They bring someone from their team that has never been to an
63 event. Then they come and check what is going on and so on. However, it is hard. For instance,
64 upstairs we have a company that has around hundred employees. We cannot expect all of them
65 to join. #00:04:47#

66

67 I: And all of them are working here? #00:04:48#

68

69 B: Yes. They make many TV ads and so on. Only some of them joined. However, I think it is
70 normal and it is fine. Therefore, we are not like really chasing them to attend events. #00:05:04#

71
72 I: And you have I think for example this breakfast or something. It is for everyone, but the main
73 people that are coming are like this sixty core people? #00:05:16#

74
75 B: Yes. #00:05:20#

76
77 I: Okay. Do you have some kind of specific rules or some kind of code of conduct that you
78 really want everyone to follow? #00:05:31#

79
80 B: What do you mean? #00:05:33#

81
82 I: Like saying: "That are our values! That is how we behave. That's how we want people to
83 behave with each other!" #00:05:42#

84
85 B: Not really. I would not say that. But I think especially when I am meeting actually the
86 potential coworkers and companies I am trying to explain how the whole thing works. And
87 what is the vibe in the space. And so on. Therefore, we don't have values or something like that.
88 #00:06:08#

89
90 I: And what would you say: How is the vibe? Now that you mentioned the word vibe (laughing).
91 #00:06:12#

92
93 B: So I think it is a bit more mature space. It does not have this kind of craziness. It is a bit
94 more mature. People are more focused to business. And probably the average age is around
95 thirty something plus. Not like twenty plus. And it is more laid back and relaxed. #00:06:38#

96
97 I: Yes. #00:06:39#

98
99 B: Even when we have some evening events and parties. We had a karaoke last month. It was
100 a lot of fun. #00:06:45#

101
102 I: Yes? #00:06:46#

103

104 B: Yes. It was a good and funny event. And everyone joined. #00:06:52#
105
106 I: Nice. And do you have .../ What are the main working hours for example for the daily people?
107 #00:07:00#
108
109 B: From nine to six, Monday to Friday. #00:07:03#
110
111 I: And the others have twenty-four hours access? #00:07:06#
112
113 B: Yeah. All the people with offices have 24-hours access included. And the coworkers can get
114 it on top if they like. #00:07:16#
115
116 I: Okay. And are you welcoming like pets or children if people bring them? #00:07:24#
117
118 B: Yeah. We are a dog friendly coworking space. We have around six/seven dogs. #00:07:29#
119
120 I: Nice (laughing). #00:07:31#
121
122 B: Children are also allowed. There was a girl and she was still breastfeeding. It was a six/seven
123 month old baby and the baby was crawling around the space. That is no problem. We have
124 some rules about the dogs. That usually they should be on a leash. They should not get on the
125 couches and stuff like that. It is a bit tricky to regulate all that of course. #00:08:05#
126
127 I: But you are open-minded? #00:08:04#
128
129 B: Yeah. #00:08:04#
130
131 I: Cool. And you said it is pretty laid back and relaxed? So it is rather informal? Like
132 communication between the members? Everyone is like saying his or her first name and these
133 things? #00:08:19#
134
135 B: Yes. (...) It is an interesting mix. Because for instance downstairs you have to more corporate
136 companies. We have startups, small or medium enterprises. Sometimes we host events of very
137 corporate people. But in the end, we manage to keep a kind of a balance with these different
138 backgrounds. And the more corporate people are kind of adapted slowly the coworking culture.

139 Sometimes I am joking that they are coming like in a zoo and they are super excited: "Oh, they
140 are working over there?" But step by step, they are adopting the culture as well. In addition, we
141 host sometimes events with children or young students. So they are also educated in the news
142 of work. We are trying to support this kind of freelancer idea and spread it to the world.

143 #00:09:15#

144

145 I: (...) Expect to Wi-Fi and printer: Do you have any special services here at Ahoy? What you
146 offer your members? #00:09:26#

147

148 B: Yes. Of course, Wi-Fi is included. Printing is included. Community kitchens. You cannot
149 really cook but there are all the facilities like microwave, dishwasher and fridge. There is free
150 coffee and tea for the members. On top of that, we have the café here. But people should pay
151 for the coffee. We also in-house kitchen so we offer a daily menu every day. It is freshly
152 prepared. It is again with a price but it is very affordable. I think is a plus for the community.
153 Because the area is kind of a residential area. Therefore, it is not full of restaurants. #00:10:29#

154

155 I: Nice. And if people have some .../ If they want some services which you are not providing
156 yet or which you are just not providing. Would you say: "Okay. Let us talk about it. Let's see
157 what's possible." Or are you more on a point: "Okay. We have so much here, take what is here!"

158 #00:10:45#

159

160 B: No. We are open for any suggestions. We just collaborated up with [inaudible #00:10:53#].
161 They are offering a discount for the members. We have a lot of partnerships. Actually, that can
162 be beneficial for the community. And we have an internal software communication platform.
163 It is kind of a community management platform. So they can see all the members. They can
164 book meeting-rooms. They can check all the benefits and so on. So we are open to any
165 suggestions that make sense. #00:11:26#

166

167 I: Nice. So the main shared areas are here. #00:11:35#

168

169 B: There is actually the flex coworking area. And here is kind of a multi-purpose space. We use
170 it sometimes as an event space. #00:11:41#

171

172 I: Okay. Cool. And this is also for working? Everyone can just sit here? #00:11:47#

173

174 B: Yes. #00:11:49#

175

176 I: (...) All right. I guess of course people can welcome their customers here and can have
177 meetings and everything? #00:12:03#

178

179 B: Sure. Just if you they want to bring someone for a day or two or three and they have to get
180 daily tickets for their partners. If it is like for a couple of hours, it is okay. However, the café is
181 not actually open for the public. It is an internal café. Of course, it is fine to invite guest here.
182 #00:12:29#

183

184 I: And if someone is like newly joining the community or is like coming to Ahoy: Do you have
185 any kind of like welcome thing? #00:12:39#

186

187 B: Usually we do that at the community breakfast which is once a month. So we are trying to
188 present some new members or new companies. Or if some new team members are joining our
189 team. We present them. We are using this kind of breakfast to present them. #00:13:00#

190

191 I: Very nice. And you said in the beginning you are not doing a lot of marketing. But are you
192 doing anything? Are you on any portals? Or is it just that people are coming in and ask for
193 desk? #00:13:13#

194

195 B: I mean Ahoy appears in many kind of booking portals. And it appears first as a coworking
196 provider but secondly as an event space provider. Because we rent out meeting rooms. So we
197 are listed at many many places. We are part of the One Coworking. Do you know One
198 Coworking? #00:13:39#

199

200 I: I think I heard about it. #00:13:39#

201

202 B: It is kind of a platform. It is Berlin based. And the other is a kind of a US-based platform for
203 purchasing daily tickets on hourly basis actually. We are listed there. So anyone who is
204 travelling can come and check-in. #00:14:00#

205

206 I: Nice. #00:14:03#

207

208 B: And of course, we are in the social media. Like Facebook, Twitter, Instagram and so on. But
209 we are not hyperactive there. We are not over flooding with content. #00:14:20#

210

211 I: And are you somewhere public telling about the projects that are happening here? Or if some
212 startup reached some goal? #00:14:30#

213

214 B: We share it when actually the startup wants it. Sometimes I see or hear something and I ask
215 them: "Hey, do you want to share this?" But it is more internal communication. And if they
216 need more visibility then we share it. #00:14:50#

217

218 I: And then you share it on Facebook? Oder only on your internal .../ #00:14:51#

219

220 B: On Facebook. #00:14:56#

221

222 I: Okay. (...) And do you support the people to build alliances or partnerships when you see:
223 "Oh, these people would good work together"? #00:15:09#

224

225 B: Sure. I am trying to introduce them to each other and so on. Although when we have external
226 events. Very often, they are curious to meet the community. And if they are working in a similar
227 field or if there is a good connection, I am trying to introduce them to each other and build this
228 kind of external connection. #00:15:29#

229

230 I: Yeah. Nice. Cool. Did people leave the space because they grow so much in the last months
231 or weeks? #00:15:39#

232

233 B: Yes, that is the main reason actually to leave. And the other is that many coworkers and
234 freelancers are leaving the city. That is the reason. #00:15:56#

235

236 I: And the space .../ Or the offices for the startups or the firm itself are they booking like for a
237 year or for a very long term? Or is it .../ #00:16:07#

238

239 B: It is a three-month minimum stay. #00:16:09#

240

241 I: Okay. #00:16:09#

242

243 B: There is a kind of a yearly contract. But there is also a three-month minimum stay and then
244 a one-month cancellation. #00:16:14#

245

246 I: And then they can stay longer? #00:16:17#

247

248 B: Yes. #00:16:19#

249

250 I: And if you would have the possibility to choose: Would you rather prefer people that stay
251 long but are just doing like one project. Or people like startups, which are very entrepreneurial
252 and want to reach something? #00:16:33#

253

254 B: That is a tricky question. Because if people change to often it is a lot of work in the backend
255 to find new companies and to deal with this when you have space with four-hundred people
256 and so many offices. If the location is very big it .../ If it is like this point of the year, it is better
257 to have long-term members. In addition, I think it is better for the community to have long-term
258 members. Because they start to know each other. They take the time to know the rest of the
259 community. Because some people are quite open for everyone. So I think in general that it is
260 better to have long-term members. That is why it is important when you the meet the potential
261 applicant to see if it is a good fit to the community. So we do not do really a selection as I told
262 you. But it is more a kind of a two-way selection. I guess they see that they will not fit for
263 instance in the community. Then I am thinking that they will not fit. So maybe it is kind of a
264 two-way thing. We never say like: "No. Sorry." But if there are looking for a local office and
265 that is the only thing the company is looking for than probably the need to go into an office
266 space and not into a coworking space. #00:18:03#

267

268 I: Yes. #00:18:05#

269

270 B: It happened. Then I usually say: "Hey, we are a community focused coworking space. For
271 us this and that is important. And we have a kind of culture-focused attitude. Would you
272 recognize yourself in that? Then let's meet." And usually I do not get a reply. #00:18:25#

273

274 I: What is exactly this culture-focused thing? #00:18:28#

275

276 B: I mean it is just people to be ready to be open to everyone. To be aware of the fact that there
277 is some shared responsibilities. That we are not just a service provider but we have this kind of
278 community focused concept. That is the culture we are trying to establish. #00:18:50#

279

280 I: People can talk to each other. #00:18:52#

281

282 B: We are not pushing that. But just to have this kind of opportunity. And to be easy going
283 towards the others. #00:19:07#

284

285 I: (...) Okay. I think it is too long ago: Was the space build by own investments? Or did you
286 have some external people? #00:19:25#

287

288 B: So we are renting the space for a long-term. So we did not have any external investments.
289 #00:19:34#

290

291 I: Okay. #00:19:36#

292

293 B: At first, it was located in Charlottenburg. And it was like four-hundred square meters. It was
294 quite small. And it is here in this building since 2015. #00:19:49#

295

296 I: Okay. #00:19:51#

297

298 B: We are constantly growing. And we are planning to open maybe new locations next year.
299 #00:19:55#

300

301 I: Cool. #00:19:55#

302

303 B: And actually, Ahoy was acquired by a US-based office/coworking provider. So it is going
304 to be some kind of another support. This time we will have external support for opening .../
305 #00:20:11#

306

307 I: In the US? #00:20:11#

308

309 B: No, in Berlin. They want to expand in Berlin and we are collaborating up. #00:20:19#

310

311 I: Nice. (...) In comparison to last year did the community and like money and results grow this
312 year? Or is it pretty much the same? #00:20:36#

313

314 B: I would say that the occupancy was more or less the same. So we were back then also fully
315 booked. Regarding the revenue, maybe it increased a bit. #00:21:01#

316

317 I: So what would you say is the main difference from your Ahoy coworking space to the others?
318 Like why would someone choose this one? #00:21:12#

319

320 B: You mean why a coworker would chose us? #00:21:16#

321

322 I: Yes. Like what is the main difference? #00:21:19#

323

324 B: I think it is this kind of laid-back and relaxed atmosphere. I think people really appreciate it.
325 And all this kind open bright space and so on. I think that is something that people cherish.
326 Maybe for other people that are looking for a bit more busy space or loud and crazy space it is
327 not the best place. But that is why every coworking has its own kind of target group. That is
328 why I think coworking spaces are not really in competition. Everyone has different target
329 groups. And we have kind of naturally developed into this vibe I think. And I think that the
330 team that is running the space is suitable for building this kind of a culture and vibe in the space.
331 #00:22:21#

332

333 I: Cool. Nice. And do you have any kind like questionnaire or some survey to figure out if the
334 people are satisfied? #00:22:30#

335

336 B: We did this a long time ago. We are planning to do it again. Every now and then, we are
337 asking: "What do you need in the community kitchen?" For instance. We put just a list and then
338 the people write many suggestions. That how we try to improve actually. Based on these
339 suggestions we are doing small questionnaires. We are trying to hear their voice regarding
340 topics like that. #00:23:02#

341

342 I: Yes. #00:23:07#

343

344 B: And of course if someone complains or asks about something we are also trying implement
345 it if it makes sense. #00:23:13#

346

347 I: Of course. What would you say are the main challenges when running the space? #00:23:20#

348

349 B: (...) I mean from my own perspective I think involving the team members that came here
350 because of their boss choice. That is the biggest challenge. Because it is really a huge trend in
351 the last year that companies and corporates bring their departments in coworking spaces. But it
352 is just because it sounds cool that these company has an office in a coworking space. But
353 involving the people is a tricky part. We are trying to have a kind of funny community events
354 with after work beers and stuff like that. We we are trying to focus also on the business interests
355 of the members. To see if they would get involved in that. We have small competitions every
356 now and then. It is not only the fun part but also the business part (laughing). Because corporate
357 people are pretty much business orientated. #00:24:28#

358

359 I: Yes. (...) And the last question: Did you change your prices a lot in the last couple of months?
360 Or is it more or less the same? #00:24:38#

361

362 B: It is more or less the same. I think we changed the office prices slightly a year ago.
363 #00:24:52#

364

365 I: So nothing were people would: "I can't pay this anymore!" #00:24:56#

366

367 B: No. No one left afterwards because of the prices. #00:25:01#

368

369 I: Okay. Cool. Awesome. Thank you a lot! #00:25:06#

370

371 B: You are welcome. #00:25:07#

1 **Blogfabrik**

2

3 I: Genau. Also ihr seid vor allem für Blogger? #00:00:02#

4

5 B: Wenn Du willst, kannst Du auch aufnehmen. #00:00:03#

6

7 I: Danke (lacht). #00:00:06#

8

9 B: Einfach Blogger, Content Creator. Also Leute, die quasi Medien produzieren, also eigene
10 Inhalte. Und so die Idee von der Blogfabrik, oder so die Mission, war immer: Wir wollen das
11 Netz schöner machen. Das heißt, wir versuchen halt Werbekunden, die Werbung online
12 schalten irgendwie Leute zu vermitteln, die quasi innerhalb ihrer Blogs authentische Werbung
13 quasi machen. Und die quasi nicht Sachen bewerben, die ihnen irgendwie aufgedrückt werden.
14 Sondern, dass sie sich ihre Kunden meist aussuchen können. Und dann auch wirklich nur das
15 bewerben, was sie selber gut finden. Dafür ist es halt gut, diese Community zu haben, die wir
16 halt hier haben in dieser Art von Coworking Space. Ich werde Dich später auch noch rumführen.
17 Wir haben hier quasi .../ Das ist unser Eventspace und unser Fotostudio. Das ist gerade ein
18 bisschen unaufgeräumt, weil hier gerade ein Shooting war. Die sind gerade quasi aus der Tür
19 raus. Und hier hinten haben wir quasi nochmal so viel Fläche, also noch dreimal so viel Fläche,
20 wo wir halt eben so Coworkers haben. Und wenn jemand hierherkommen möchte, dann kann
21 er sich eben bewerben mit seinem Produkt, mit seinem Blog oder seinen Fotos oder was auch
22 immer. Und bei uns zahlt man dann eine Grundgebühr, die recht niedrig ist. Plus eine Leistung
23 in Form einer Kreativleistung oder Workshops. Denn wir haben auch so eine Art kleines
24 Workshop-Festival einmal im Jahr, das heißt die Content Creation Week. Und da geben quasi
25 ganz viele dieser Blogger, die hier arbeiten, Workshops, oder auch Fotografen, zum Thema:
26 Wie funktioniert Social Media? Wie kann ich auf Twitter neue Leute rekrutieren? Also in allen
27 möglichen Bereichen. Das heißt, unser Coworking Space ist eigentlich so ein bisschen ein
28 Community Space würde ich eher sagen, weil Leute hier nicht nur zum Arbeiten hinkommen
29 und einen Arbeitsplatz hier haben, sondern auch irgendwie in Zusammenarbeit mit den anderen
30 Leuten Projekte verwirklichen oder halt auch Kunden akquirieren können und man sich
31 gegenseitig auch ein bisschen Knowledge weitergibt. Und hier einfach ein Forum hat, wo man
32 ganz gut so seine Skills austauschen kann. #00:02:13#

33

34 I: Und das heißt ihr selber legt auch sehr viel Wert darauf, dass hier genetworkt wird? Dass ihr
35 das sozuagen ein bisschen ankurbelt in dem Sinne. Oder dass .../ #00:02:21#

36

37 B: Das kam jetzt letztes Jahr ein bisschen zu kurz, ja. Aber grundsätzlich ist das natürlich unser
38 Wunsch. Also wir haben hier im Haus auch eine kleine Agentur, also die Blogfabrik ist unter
39 anderem auch eine Agentur eben für Werbekunden. Das heißt, wir networken sowieso mit den
40 Leuten, die hier arbeiten. Also jeder Blogger, der herkommt, den kennen wir. Im Moment ist
41 es ein bisschen eine Challenge, es zu schaffen, dass die untereinander auch viel mehr machen
42 und networken, aufgrund der Auftragslage und so. Also wenn viel los ist, kriegen wir es nicht
43 hin so Network-Treffen zu machen, wo dann irgendwie alle miteinander was kooperieren. Aber
44 auf jeden Fall ist das so der Geist und das ist schon gewünscht. Und wir sehen es natürlich
45 immer gerne, wenn Leute was zusammen machen. #00:03:00#

46

47 I: Ja. #00:03:01#

48

49 B: Und es ist halt auch so, dass wir halt .../ Diesen Space, der hier ist, denn haben wir auch hier
50 so frei. Also hier drinnen wird eigentlich nicht gearbeitet. Man kann hier arbeiten, wenn nichts
51 los ist. Aber grundsätzlich ist das eigentlich eine Fläche, die dafür da sein soll .../ Leute, die
52 hier Mitglieder sind, können einmal pro Monat diesen Space nutzen für zum Beispiel eine
53 Vernissage. Oder für eine Blogvorstellung. Oder wenn sie ihre Kunden zu einem Dinner
54 einladen. Oder sie nutzen ganz oft das Fotostudio, weil wir haben halt ganz viel Foto-
55 Equipment und so, und machen Fotos für ihre Blogs. Oder sonst was. Das heißt, dieser Raum
56 hier ist auch schon so gedacht, dass man quasi so Kreativprojekte oder halt größere Venues
57 oder halt Networking-Sachen auch einfach veranstalten kann. Das ist hier schon wichtig. Ja. So
58 kann man den halt nutzen. #00:03:53#

59

60 I: Und wann habt ihr die Blogfabrik gegründet? #00:03:57#

61

62 B: Oh, ich bin jetzt erst seit einem Jahr da. Musst Du es genau wissen? #00:04:00#

63

64 I: Nee. #00:04:02#

65

66 B: Dann müsste ich nochmal nachfragen. Ich glaube, uns gibt es drei Jahre. #00:04:04#

67

68 I: Ja. Und wie viele Quadratmeter habt ihr insgesamt? #00:04:09#

69

70 B: Fünfhundertfünfzig. #00:04:12#

71
72 I: Ah ja. Und wie viele Mitglieder habt ihr? #00:04:15#
73
74 B: Das kann ich Dir gleich sagen. #00:04:17#
75
76 I: (lacht) #00:04:19#
77
78 B: Das hat sich gerade ein bisschen verändert. Wir haben .../ (...) Im Moment haben wir nur
79 neunundzwanzig feste Mitglieder. Aber es ist tatsächlich so, dass wir dadurch .../ Also wir
80 haben viele Leute, die zum Beispiel ein halbes Jahr hier waren und jetzt nach Singapur gezogen
81 sind und so. Trotzdem haben wir dann immer noch oft viel mit denen zu tun. Also irgendwie:
82 Jedes Mitglied, das geht, bleibt irgendwie so im Herzen hier. Das heißt die Community ist
83 natürlich größer. Aber die festen Mitglieder, die gerade hier sind, sind neunundzwanzig. Und
84 es wäre auch nicht besonders komfortabel mehr als fünfzig Leute hier zu haben, weil dann
85 würde es eng werden. #00:04:54#
86
87 I: Okay. #00:04:56#
88
89 B: Heute sind relativ wenig Leute da. Einfach weil die meisten Leute bei diesen schönen
90 Temperaturen eher draußen arbeiten. #00:05:00#
91
92 I: Ja. #00:05:01#
93
94 B: Aber ich kann Dich gleich mal rumführen, dann kannst Du das alles angucken. #00:05:04#
95
96 I: Und habt ihr auch eine fixe Anzahl an Arbeitsplätzen? #00:05:13#
97
98 B: Na ja, wir haben halt einen Raum, der ist für Fixplätze. Also man kann hier, wenn man
99 möchte, mehr bezahlen. Dann kriegt man einen Fixplatz. Das ist ein Raum hinten. Da sitzen
100 zwei, vier, sechs, acht, zehn Leute. Und der ist auch voll ausgebucht. Und sonst haben wir
101 Flexplätze. Also die können sich dann irgendwo im anderen Bereich - den zeige ich Dir gleich
102 - hinsetzen wo sie wollen. #00:05:36#
103
104 I: Okay. Ja. Und Du bist jetzt als was genau mit dabei? #00:05:42#
105

106 B: Ich bin (lacht) .../ Das ist ein bisschen schrecklich. Ich habe drei Berufe gleichzeitig. Ich bin
107 die Community-, Event- und Office-Managerin. #00:05:51#

108

109 I: Aber nur von der Blogfabrik? #00:05:51#

110

111 B: Von der Blogfabrik. Genau. Das ist jetzt erstmal der Status Quo. Das heißt, ich kümmere
112 mich um die Community-Verträge. Ich mache ein bisschen die Büroorganisation. Und ich
113 vermittele auch die Termine für diese Buchungen hier im Fotostudio. Und ansonsten mache ich
114 noch Events. Also diese Fläche wird halt nicht so viel genutzt, wie sie genutzt werden konnte.
115 Deswegen vermieten wir den Eventspace auch so an externe Kunden, wenn die mal irgendwas
116 machen wollen. Sei es eine Lesung oder ein Workshop oder was auch immer. #00:06:23#

117

118 I: Und wie bist Du dazu gekommen jetzt in einem Coworking Space zu arbeiten? Also hast Du
119 davor irgendwie einen Bezug dazu gehabt? #00:06:28#

120

121 B: Nee. Ich war davor in der Filmbranche im Management mehr oder weniger. Und ich habe
122 dann dort aufgehört, weil ich nicht mehr beim Film sein wollte. Und ich war dann so ein
123 bisschen auf der Suche. Und dann ist das so über Mundpropaganda .../ Der eine hat erzählt,
124 dass ich was suche und dann bin ich hier irgendwie so reingeflutscht. #00:06:47#

125

126 I: Also gar kein direkter Zusammenhang? #00:06:48#

127

128 B: Nee. Ich habe jetzt nicht direkt danach gesucht oder so. #00:06:50#

129

130 I: Ja. Okay. Und gibt es jetzt für Dich in dieser Art von Arbeit, oder in dieser Community oder
131 jetzt bei der Organisation, spezielle Herausforderungen, die Du sonst noch nicht erlebt hast?
132 Oder wo Du sagen würdest, dass die im Coworking Space speziell sind? #00:07:06#

133

134 B: Also wenn man einen Coworking Space betreibt, der quasi auch Community bilden soll,
135 dann glaube ich ist die Herausforderung natürlich alle Bedürfnisse unter einen Hut zu kriegen.
136 Also ich glaube viele haben eine Erwartung, dass sie hier reinkommen und durch das
137 Networking irgendwie jeden Tag neue Projekte an sich ran karren. Das ist es halt nicht. Man
138 muss halt schon sehr viel Eigeninitiative zeigen. Und man muss auch irgendwie offen sein. Und
139 vielleicht auch ein bisschen Eigenbrot mitbringen. Also man kann nicht hierherkommen und
140 sagen: "So. Netzwerkt mal alle mit mir!" Sondern man muss selber sehr aktiv werden. Das ist

141 oft was, was bei den Leuten nicht so ganz ankommt. Oder wo sie andere Vorstellungen zu
142 Beginn haben. Und man das immer so .../ Also das sind oft so Sachen, wo es dann Reibereien
143 gibt. Wo es dann heißt: "Ich bin doch hergekommen, weil es hier, dass hier volles Netzwerken
144 am Start ist." Wo wir sagen: "Klar. Aber bei allen Gelegenheiten, die wir hatten, da warst Du
145 nicht da." Also das sind so Herausforderungen, glaube ich, wenn man so ein Community-Ding
146 aufzieht. Dass eben Leute sehr verschiedene Erwartungen daran haben, wie das funktioniert.
147 Wenn man einen klassischen Coworking Space hat, da ist ja jedem egal, was der andere macht.
148 #00:08:16#

149
150 I: Ja. Und wenn jetzt irgendwie Leute irgendwelche speziellen Wünsche habe, die jetzt
151 außerhalb eures aktuellen Services sind, seid ihr dem gegenüber dann offen? Also versucht ihr
152 dann die Sachen zu ermöglichen? Oder sagt ihr: "Unser Angebot ist umfangreich!" #00:08:31#
153

154 B: Wir machen das tatsächlich eher nicht. Weil es gibt hier eine gewisse Grundausstattung, die
155 sehr gut ist. Ich meine, die können das Fotoequipment umsonst benutzen, was echt einen großen
156 Wert hat. Die können hier die ganzen Getränke für umme trinken und so. Und eigentlich sind
157 diese 50 Euro Monatsbeitrag, jetzt zum Beispiel für einen Fixplatz, eine symbolische Nummer.
158 Zu sagen: "Hey, wir wollen ein bisschen Geld haben für den Platz und für die Getränke." Und
159 es ist nicht so, dass uns das einen Gewinn bringt. Diese 50 Euro sind nichts, woran wir dran
160 gewinnen. Das deckt wirklich nur ein bisschen die laufenden Kosten. Und deswegen sagen wir
161 eigentlich bei so Extrawürsten: "Nee." Einfach, weil das .../ Das würde man machen, wenn man
162 mehr Geld nehmen würde. Und wenn das Coworking Platz vermieten wirklich unsere
163 Haupteinnahmequelle wäre. Dann würden wir sagen: "Ja, klar." Dann sind es ja unsere Kunden
164 und nicht eine Community. Dann müssten wir uns natürlich danach richten. Aber der Space
165 gibt genug her, als dass man da .../ Also da muss man jetzt nicht auf jeden Wunsch eingehen.
166 Zumindest nicht in unserem Modell. Wenn das hier natürlich ein klassischer Coworking Space
167 wäre und es wäre unsere Haupteinnahmequelle, dann würden wir natürlich schauen, dass die
168 alle happy sind. Aber die sind auch alle happy. Also hier fehlt es an so gut wie nichts. Also das
169 Einzige, was jetzt bemängelt wurde, war, dass es keine Klimaanlage gab. Aber ich glaube, das
170 Problem .../ #00:09:44#

171
172 I: Das wurde gerade überall bemängelt (lacht). #00:09:47#

173
174 B: (lacht) #00:09:51#

175

176 I: Okay. Und ihr habt WLAN und Drucker und so was. Das habt ihr auch? #00:09:55#
177
178 B: Ja. WLAN. Drucker. #00:09:57#
179
180 I: Postboxen? #00:09:57#
181
182 B: Ja. Wir haben zumindest ein Postmanagement. Also man kann sich hier mit der Post
183 anmelden. Und wir haben eine Küche, die zu nutzen ist. Es gibt free Kaffee, free Getränke.
184 Auch für Kunden sogar. Also für deren Kunden. #00:10:14#
185
186 I: Das ist dann ja schon super! #00:10:14#
187
188 B: Das ist super viel. Diese Fläche hier können sie mieten und das Fotostudio. Also das sind ja
189 alles Extras, die gibt es nicht überall. #00:10:21#
190
191 I: Aber habt ihr denn sehr sehr viele Anfragen? Weil der Preis ja dann doch relativ niedrig ist
192 im Vergleich zu anderen Coworking Spaces. #00:10:28#
193
194 B: Nein. Weil ich glaube sehr viele Leute .../ Also wir kriegen die meisten Mitglieder über
195 Mund-zu-Mund-Propaganda. Das heißt wir bewerben diesen Space auch nicht: "Hey, komm'
196 in den Coworking Space!" Und bla bla bla. Das machen wir mal, wenn wir wirklich .../ Das
197 haben wir letztes Jahr mal gemacht, als uns hier wirklich ein bisschen die Leute fehlten. Da
198 haben wir mal eine Anzeige auf Facebook gemacht. Aber es sind meistens Leute, die irgendwie
199 im Dunstkreis unserer Community-Mitglieder sind. Weil es ja doch eine spezielle Art des
200 Vertrags ist, dass man halt eine Grundgebühr zahlt und dann diese Workshops noch macht. Das
201 würden halt viele Leute nicht wollen, dass sie dann so eine Kreativleistung oder so was noch
202 geben müssen. Da muss man halt Bock zu haben. #00:11:02#
203
204 I: Ja. Total. Und habt ihr dann .../ Also dann ist es sozusagen Coworking mäßig gar nicht
205 ausgerichtet, dass ihr daraus einen Gewinn erzielt? Sondern ihr deckt die Kosten, aber es ist
206 kein wirtschaftliches Modell in dem Sinne? #00:11:18#
207
208 B: Genau. Ja, ich vermute, wenn man jetzt alles zusammenrechnen würde, dann würde ein
209 Mini-Gewinn dabei herauspringen. Aber eigentlich nicht. Eigentlich ist es nur ein Leute bei
210 uns haben. #00:11:30#

211
212 I: Ja. #00:11:32#
213
214 B: Und wir schlagen da nicht groß einen Gewinn daraus. #00:11:36#
215
216 I: (...) Und, ich weiß nicht, kennst Du auch andere Coworking Spaces? Was würdest Du sagen
217 hebt euch davon ab, außer jetzt eure Zielgruppe? #00:11:49#
218
219 B: Dass wir halt sehr geradeaus auf Blogger ausgerichtet sind, glaube ich. Auf diese Digital
220 Natives Blogger. Das ist so unser USP, würde ich sagen. #00:12:04#
221
222 I: Ja. (...) Okay. Ich glaube sonst bin ich soweit mit meinen Fragen durch. Ich würde nochmal
223 ganz kurz schauen. Ich habe nämlich leider heute meinen Ausdruck nicht machen können.
224 #00:12:29#
225
226 B: Oh. #00:12:30#
227
228 I: Deswegen habe ich das jetzt auch nur so .../ #00:12:31#
229
230 B: Du kannst es mir schicken per E-Mail und ich kann es ausdrucken, wenn Du möchtest.
231 #00:12:34#
232
233 I: Ach so. Nee. Ich habe es hier eh. Ich habe nur heute früh mein ganzes Papier verdruckt (lacht).
234 Genau. Das haben wir eigentlich alles besprochen. (...) Habt ihr irgendwelche speziellen
235 Arbeitszeiten oder hat jeder einen Schlüssel? #00:12:49#
236
237 B: Wir haben jeder .../ Es ist ein bisschen kompliziert im Moment, das ist auch gerade in der
238 Klärung. Also jeder hat natürlich seinen Schlüssel. Und theoretisch kann jeder zu jeder Zeit
239 hierherkommen. Wir haben nur gerade Trouble mit der Hausverwaltung, weil die vorne immer
240 das Tor zusammen zu unterschiedlichen Zeiten und dann kommen die Leute hier nicht wieder
241 aus (lacht). #00:13:08#
242
243 I: Oh Gott! #00:13:08#
244

245 B: Aber das ist eigentlich ein internes Problem. Also das wird sich hoffentlich bald lösen (lacht).
246 Also, na ja, man könnte schon runterbrechen: Montag bis Freitag kann jeder kommen wann er
247 möchte. Am Wochenende machen wir eher piano und dann gibt es hier keinen Service und
248 nichts. Weil da ist einfach Wochenende. Das sehen wir nicht so als Arbeitszeit an. Aber, klar,
249 gibt es hier manchmal Veranstaltungen oder so. Nur das ist nicht unser Hauptding. #00:13:29#

250

251 I: Ja. Und wenn jetzt jemand neu im Space ist, habt ihr irgendwie eine Art von
252 Willkommensmaßnahme oder so? Dass er eingeführt wird oder die Community kennenlernt?
253 #00:13:39#

254

255 B: Wir haben eine recht rege interne Facebook-Gruppe. Das ist jetzt nichts Großes, aber wir
256 motivieren schon immer die Leute dazu, dass sie sich vorstellen. Und dass sie ein bisschen was
257 über sich schreiben. Und wir versuchen dann schon alle paar Wochen so ein Event zu machen,
258 wo dann alle zusammenkommen. Sei es irgendwie mal zu kochen. Oder, weiß ich nicht, bei
259 den Events irgendwie zusammenzuarbeiten. Das kommt leider nicht so oft .../ Also, wie gesagt,
260 letztes Jahr ist das ein bisschen brachgegangen, weil wir einfach wahnsinnig viel zu tun hatten.
261 Und dann ging es ein bisschen unter. Aber grundsätzlich wollen wir das so machen. Also in der
262 Facebook-Gruppe, da lernt man die meisten kennen. Das ist irgendwie witzig, da postet jeder
263 rein. Zum Beispiel auch: "Kennt jemand jemanden, der mir irgendwie schnell einen Hund
264 animieren kann? Ich brauche das für ein GIF." Und so lernen sich die Leute tatsächlich sehr
265 viel kennen. Auch so durch die Kommentare kriegt man immer schon so einen Eindruck, wie
266 jemand drauf ist und so. Und tatsächlich ist das immer so der Einsteiger, sich über Facebook so
267 ein bisschen zu vernetzen. Dann guckt man auf die andere Seite und guckt: Was macht der denn
268 so? Und das ist immer so das Ritual. Und eigentlich passieren Vorstellungen dann so in der
269 Küche. #00:14:46#

270

271 I: Ja. #00:14:46#

272

273 B: Oder als Du hier reingekommen bist, war Mark gerade dabei seinen .../ Keiner weiß so
274 richtig, was das für eine Sportart ist. Er meinte, es wäre seine eigene Sportart. Er macht so eine
275 Art "Breakdance, Yoga, Tai-Chi, sich auf dem Boden wälzen"- Ding. #00:15:00#

276

277 I: (lacht) #00:15:02#

278

279 B: Und die meisten lernen ihn kennen, weil sie einfach vorbeigehen und sagen: "Was machst
280 Du da?" Also wir sind ja zum Glück so klein, dass man sich doch sehr viel begegnet. Und wir
281 sind auch nur eine Etage, von daher passiert das von selber. #00:15:12#

282

283 I: Ja. Cool. Das geht automatisch. Und habt ihr irgendwie so eine Art Code of Conduct oder
284 Regeln auf der anderen Seite, die euch wichtig sind, die ihr mitteilt? #00:15:21#

285

286 B: Ja. Aber die schreiben wir nirgendwo auf, weil das immer so ein bisschen Assi ist (lacht).
287 Das ist irgendwie so ein bisschen: "Hey, mach' jetzt mal!" Sondern ich mache in der Regel als
288 Community-Managerin die Erst-Besichtigung, sage ich mal. Dann zeige ich den Space und sage:
289 "Hey, wir machen das so und so." Und eigentlich halten sich fast alle dran. Bis auf die klassische
290 Spülmaschinen-Thematik. Aber das ist ja in jedem Büro irgendwie, dass die Spülmaschine
291 nicht funktioniert. Aber sonst haben wir schon so einen Kodex, wo es ruhig ist, wo es laut sein
292 darf. Und wie man so auf Leute zugeht. Und das vermittele ich denen meistens, weil ich das
293 irgendwie blöd finde, das an die Wand zu pinnen. Das erzähle ich dann lieber so in einem netten
294 Gespräch. #00:16:02#

295

296 I: Und habt ihr irgendeine Art, wie ihr messt, ob eure Kunden - oder nicht eure Kunden, sondern
297 eure Community - ob die zufrieden ist? Oder ist das auch eher so ein persönliches Gespräch?
298 #00:16:13#

299

300 B: Nee, das machen wir tatsächlich so gut wie gar nicht. Wir kriegen natürlich Sachen mit aus
301 einem persönlichen Gespräch und versuchen das auch zu lösen. Aber so eine richtige Erhebung
302 machen wir tatsächlich gar nicht. #00:16:22#

303

304 I: Ja. Okay. #00:16:25#

305

306 B: Das war bis jetzt nicht nötig, weil wir dann doch alle so gut kennen, weil man es eh dann
307 merkt, wenn jemand angepisst ist. Also das ist halt diese Community. Man kennt sich einfach
308 irgendwann. Es ist nicht so, dass man hier reinkommt und dann geht jemand an mir vorbei und
309 ich denke: "Hä? Wie hieß der nochmal?" Sondern man kennt sich einfach. Und man kriegt das
310 sehr schnell mit, wenn jemand etwas nicht mag. #00:16:43#

311

312 I: Ja. Cool. #00:16:45#

313

314 B: Und ich glaube hier hat auch keiner scheu das zu sagen. #00:16:47#
315
316 I: Ja, das ist ja auch wichtig. (...) Ja. Genau. Du hast es vorhin schon ganz kurz erwähnt: Kunden
317 dürfen empfangen werden hier? #00:16:59#
318
319 B: Ja. #00:17:00#
320
321 I: Und wie ist es irgendwie mit Kindern oder Haustieren? #00:17:03#
322
323 B: (lacht) Wir haben leider ein Hundeverbot, weil wir in der Agentur zwei Leute haben, die
324 eine Hundehaar-Allergie haben. Allerdings dürfen die Hunde kommen, wenn diese Leute
325 Urlaub haben. Und das ist tatsächlich relativ oft (lacht). Also von daher dürfen Hunde nur in
326 Ausnahmefällen kommen. Zu Besuch ja, fest nein. Tatsächlich haben sehr viele bei uns Hunde.
327 Und würden die alle ihre Hunde mitbringen, dann wäre das hier einfach Chaos. Also das wurde
328 tatsächlich auch mit der Community entschieden. Da gab es irgendwann mal, noch vor meiner
329 Zeit, mal ein Meeting, wo solche Sachen besprochen wurden. Und dann hieß es: "Nee, Leute.
330 Kein Bock." Also da wurde drüber abgestimmt und dann haben die Leute gesagt: "Nee, wir
331 wollen kein Hunde Coworking Space sein." Kinder sind absolut willkommen zu jeder Zeit.
332 Allerdings muss man natürlich darauf achten, was natürlich immer schwierig ist, dass man
333 andere Leute nicht stört. Was aber möglich ist. Vorne ist der Bereich, wo es tatsächlich immer
334 sehr sehr ruhig ist. Dort würde man dann mit den Kindern nicht arbeiten. Aber jeder kann sich
335 hier hinsetzen und das Kind dahin setzen. Aber wir haben jetzt zum Beispiel nicht so was wie
336 so einen Kinder-Spielkoffer oder so. Das muss dann jeder so ein bisschen eigenverantwortlich
337 machen. #00:18:06#
338
339 I: Cool. Und berichtet ihr öffentlich über das, was hier so .../ Na ja, nachdem ihr im
340 Medienbereich seid schon. Aber ist es auch extra so sozusagen: "Blogfabrik hat jetzt gerade
341 Bloggerin XY hier und die macht was ganz Tolles?" Oder so? #00:18:21#
342
343 B: Ja. Wir haben eine Facebook-Seite. Dafür haben wir auch einen Social Media Manager, der
344 sich um die kümmert. Wir haben unsere Website, wo wir Sachen veröffentlichen. Also
345 natürlich, um unseren Laden am Laufen zu halten muss man immer wieder Werbung machen.
346 Klar. Und da berichten wir dann auch über Leute, mit denen wir zusammenarbeiten, über unsere
347 Blogger und so. #00:18:40#
348

349 I: Okay. Cool. (...) Ja, ansonsten .../ Das habe ich Dich alles schon gefragt. (...) Ja. Was würdest
350 Du sagen, in den letzten Jahren, wie viele Leute ihr gewonnen und verloren habt? #00:18:59#

1 **Boho**

2

3 I: Genau. Das ist so ein großer angelegtes Forschungsprojekt. Das ist eben zum einen in
4 Lissabon und hier in Berlin mit der Freien Uni. Ich bin jetzt eine Masterstudentin davon und
5 versuche Daten zu sammeln auf irgendeine Weise. #00:00:11#

6

7 B: Okay. #00:00:12#

8

9 I: Genau. Ist der Space jetzt ganz neu oder lief der schon mal vorher? #00:00:16#

10

11 B: Nee, der ist ganz ganz neu. Also jetzt seit 1. August. #00:00:18#

12

13 I: Ach, ihr habt schon eröffnet? #00:00:20#

14

15 B: Nee, noch nicht so wirklich. Also ich mache nicht so eine richtige Eröffnung, aber seit dem
16 1.8. kann man sich hier einmieten. #00:00:28#

17

18 I: Ach, cool. Und ist es nur das? Oder habt ihr noch mehrere Bereiche? #00:00:31#

19

20 B: Wir haben noch mehr Räume. Kann ich Dir gleich zeigen. #00:00:33#

21

22 I: Wie ist das so aufgeteilt? Gibt es so stille Bereiche oder geteilte? Oder wie macht ihr das so?
23 #00:00:36#

24

25 B: Also das ist so der generelle Bereich mit den Hot Desks, also diese Spur halt hier. Dann habe
26 ich drei Büros, die man komplett mieten kann. Und da hinten gibt es eine Küche, das ist dann
27 quasi .../ Also eine kleine Küche und so einen kleinen Konferenzraum, wo man sich
28 zurückziehen kann, wenn man telefonieren möchte oder so. Der ist aber noch nicht ganz fertig.
29 #00:00:58#

30

31 I: Und wie viele Quadratmeter sind es insgesamt? #00:01:03#

32

33 B: Zweihundertzwanzig. #00:01:04#

34

35 I: Und wie bist Du dazu gekommen? Oder was sind für Dich die Gründe einen Coworking-
36 Space aufzumachen? #00:01:10#

37

38 B: Also für mich .../ Ehrlich gesagt wurde ich dazu genötigt oder gezwungen (lacht). Also es
39 war so: Wir hatten uns das vorher geteilt. Ich bin eigentlich Wirtschaftsingenieur, Koch und
40 Ernährungsberater. #00:01:21#

41

42 I: Oh, wow. #00:01:22#

43

44 B: Ich habe auch Ernährungswissenschaften studiert. Und hier war früher eine Firma drin. Und
45 ich habe mich hier gelegentlich eingemietet, wenn ich so Workshops oder Seminare zum
46 Thema Ernährung gehalten habe. Die Firma ist jetzt insolvent gegangen. Und der Vermieter
47 hat mir gesagt er möchte nicht mehr, dass zwei Firmen hier drin sind, sondern dass nur noch
48 eine Person quasi Ansprechpartner ist. Ich kann alles mieten oder rausgehen. #00:01:43#

49

50 I: Ah, okay. #00:01:44#

51

52 B: Und dann habe ich mir gedacht: Mit Coworking Space habe ich selbst sehr viel zu tun und
53 nutze ich selbst sehr viel. Und das ist, glaube ich, dann die ideale Lösung hierfür. #00:01:53#

54

55 I: Hast Du selbst viel damit zu tun, weil Du auch viel da drin gearbeitet hast? Oder noch aus
56 anderen Gründen? #00:01:59#

57

58 B: Nee, weil ich selbst auch sehr viel unterwegs bin. Und dann Coworking-Spaces einfach nutze
59 um da zu arbeiten. #00:02:03#

60

61 I: Ach, cool. Und was würdest Du dann .../ Oder was war jetzt für Dich hier wichtig im
62 Vergleich zu irgendwie anderen Spaces? #00:02:10#

63

64 B: Also mein Alleinstellungsmerkmal soll sein - deswegen auch Boho Space - dass es sehr grün
65 ist. Weil es einfach hier alles .../ Weil einfach hier sehr sehr viel Natur im Hinterhof ist. Dann
66 möchte ich quasi Firmen reinbringen, die quasi fair sind und mit grünen Themen zu tun haben.
67 Sei es jetzt im Food-Bereich oder auch im Business-Bereich et cetera. Im sozialen Bereich.
68 #00:02:35#

69

70 I: Machst Du denn da entsprechendes Marketing, um die Firmen zu erreichen? #00:02:38#
71
72 B: Genau. Ja. #00:02:39#
73
74 I: Wo wirbst Du da? Oder wie vermarktest Du? #00:02:42#
75
76 B: Facebook. Ebay-Kleinanzeigen (lacht). Instagram habe ich jetzt begonnen. Dann habe ich
77 manche Firmen direkt angeschrieben, so wie jetzt zum Beispiel den VEBU, den
78 Vegetarierbund. Oder halt, wenn ich eine Firma haben möchte, dass ich die direkt frage.
79 #00:02:59#
80
81 I: Also Direktansprache? #00:03:01#
82
83 B: Ja. #00:03:03#
84
85 I: Und hast Du schon erste Mieter? #00:03:03#
86
87 B: Habe ich, ja. #00:03:04#
88
89 I: Ach, cool. Die haben schon angefangen sozusagen? #00:03:06#
90
91 B: Genau. Also hinten sind so .../ Also irgendwas Effektives mit Automotoren machen die
92 (lacht). #00:03:14#
93
94 I: Ja (lacht). #00:03:14#
95
96 B: Dann habe ich einen Holzingenieur. Und eine Frau die Marketing auch für Coworking-
97 Spaces macht. #00:03:21#
98
99 I: Ach, cool. Also ging der Start ganz gut so? #00:03:24#
100
101 B: Also ich habe zwei Monate vorher Vorbereitungsphase gemacht. Also mit einem irren
102 Ausbau ist es noch nicht so weit, weil die Maler jetzt irgendwie drei Wochen Verzug haben.
103 #00:03:32#
104

105 I: Ja. Berliner Handwerker, oder? #00:03:34#
106
107 B: Ja. #00:03:35#
108
109 I: (lacht) #00:03:35#
110
111 B: Na. Boho kommt einfach daher, da mein Vater Boris Hoffmann heißt. Und da habe ich eben
112 festgestellt, dass das ja auch ein Stil ist, den es gibt. #00:03:42#
113
114 I: Ja. Ach, witzig. Okay, cool. Und wie viele Plätze hast Du insgesamt? #00:03:48#
115
116 B: Also Hot Desks habe ich zwölf. Und feste Plätze habe ich neun. #00:03:56#
117
118 I: Und Hot Desks sind dann flexibel, dass man kommen kann und gehen kann. #00:03:59#
119
120 B: Genau. #00:04:01#
121
122 I: Und was sind für Dich so die Herausforderungen? Oder wahrscheinlich jetzt .../ Was waren
123 die Herausforderungen bei der Entwicklung? #00:04:10#
124
125 B: Die Herausforderung ist erstmal .../ Soll ich von ganz vorne anfangen? #00:04:14#
126
127 I: Gerne. #00:04:16#
128
129 B: Also ich weiß nicht, wie ich mit Firmengründung anfangen soll. Das war für mich ein
130 ziemlicher Akt. Ich bin jetzt hier eine UG erst mal. Dieser ganze Gründungsprozess. Dann: Wie
131 gehe ich auf die Leute zu? Wie finde ich quasi meine Mieter? Ich habe zum Beispiel festgestellt,
132 diese klassischen Portale wie Immobilienscout und so funktionieren gar nicht. Also die
133 funktionieren in dieser Art gar nicht. Dann bin ich so .../ Ich weiß nicht, ob Du Citizen Circle
134 kennst? #00:04:42#
135
136 I: Nee. #00:04:43#
137

138 B: Das ist so ein Unternehmernetzwerk. Da habe ich auch einige Leute bekommen, weil ich die
139 schon kenne. Und weil ich weiß, dass die auch da Bedarf haben. Und dann halt, wie gesagt,
140 zielgruppengerichtete Facebook-Werbung. #00:04:55#

141

142 I: Ja. Und hast Du jetzt das alles sozusagen aus eigener Tasche investiert? Oder hast Du
143 Investoren mit drin? #00:05:01#

144

145 B: Ich habe das alles aus eigener Tasche investiert. #00:05:04#

146

147 I: Und, ja gut, jetzt kannst noch nicht von wirklich großer Auslastung und Gewinn reden (lacht).
148 #00:05:16#

149

150 B: Also der Gewinn ist dieses Jahr plus/minus Null. Und nächstes Jahr hoffe ich auf 1.500 pro
151 Monat. #00:05:22#

152

153 I: Ja. Und von Deiner Preispolitik her hast Du verschiedene einzelne Pakete? #00:05:28#

154

155 B: Genau. Also ich habe ein .../ Also ich habe ein Drop-In, das werde ich jetzt bald neu machen.
156 Brauchst Du auch die Preise? #00:05:35#

157

158 I: Nicht unbedingt. #00:05:36#

159

160 B: Also es gibt einfach eine Tagesmitgliedschaft, dann eine Wochenmitgliedschaft und eine
161 Monatsmitgliedschaft. #00:05:41#

162

163 I: Ja. #00:05:42#

164

165 B: Bei mir ist immer monatlich kündbar. Weil ich mir denke, wenn die Kunden zufrieden sind,
166 dann bleiben sie da. Und wenn sie nicht zufrieden sind, dann passt es sowieso nicht. #00:05:52#

167

168 I: Und hast Du vor, jetzt irgendwie die Zufriedenheit speziell zu messen? #00:05:56#

169

170 B: Ja. Also bisher weiß ich es ja, weil ich mit den Leuten rede. Aber wenn es dann mehr werden,
171 würde ich .../ #00:06:00#

172

173 I: /... das auf jeden Fall messen? #00:06:02#
174
175 B: Genau. Darf ich zum Thema Werbung noch was sagen? #00:06:03#
176
177 I: Auf jeden Fall. Bitte. #00:06:05#
178
179 B: Waren wir da schon oder kommen wir da noch zu? #00:06:07#
180
181 I: Nee, gerne noch was sagen. #00:06:08#
182
183 B: Ich habe mich auch bei dem Portal shareDnC, falls Du die kennst? #00:06:11#
184
185 I: Das ist auch einfach so eine von den Portalen? Da habe ich jetzt schon ein paar gehört.
186 #00:06:15#
187
188 B: Genau, sharednc.com. Und One Coworking ist so eine App. #00:06:27#
189
190 I: Okay. Und was würdest Du sagen funktioniert am besten für Dich momentan? #00:06:30#
191
192 B: Was funktioniert am besten? Der Aushang draußen (lacht). #00:06:31#
193
194 I: (lacht) #00:06:33#
195
196 B: Der Aushang im Fenster. #00:06:34#
197
198 I: Okay. Und das darfst Du auch laut jeglicher Vorschriften und so? #00:06:37#
199
200 B: Ja. Ja. #00:06:39#
201
202 I: Ich habe nämlich kürzlich mit einem geredet, der totale Probleme hatte, da der keine
203 Außenwerbung machen darf. #00:06:42#
204
205 B: Also ich darf auch keine Außenwerbung machen. Aber was innen an der Scheibe hängen
206 habe .../ #00:06:44#
207

208 I: Was in Deinem Fenster hängt ist Deine Sache? #00:06:46#
209
210 B: Ja, genau. #00:06:46#
211
212 I: Super. Und jetzt mal .../ Ist es Dir sehr wichtig, dass hier so eine Community entsteht?
213 #00:06:55#
214
215 B: Auf jeden Fall! #00:06:56#
216
217 I: Also, dass die Leute zusammenpassen? #00:06:57#
218
219 B: Ja. #00:06:59#
220
221 I: Also das ist Dir schon ein wichtiges Anliegen? #00:06:59#
222
223 B: Ja. #00:07:00#
224
225 I: Würdest Du dann auch .../ Ja, gut, wenn es um grün und fair geht, wählst Du schon auch aus,
226 wer hier rein kann? #00:07:04#
227
228 B: Ja, genau. Ja. #00:07:05#
229
230 I: Du würdest auch mal sagen: "Nee, das passt nicht!" #00:07:06#
231
232 B: Ja. Genau. Ich hatte schon so ein paar Autovermietungen und einen Baustoffhandel. Da habe
233 ich gesagt: "Das passt irgendwie nicht!" #00:07:13#
234
235 I: Ja. Und würdest Du dann auch .../ Oder willst Du auch so Networking-Events machen?
236 #00:07:17#
237
238 B: Ja. #00:07:19#
239
240 I: Auf jeden Fall. #00:07:19#
241

242 B: Weil ich da ja selbst sehr aktiv immer dabei bin. Und da die Szene auch ganz gut kenne.
243 Und das dann gerne bei mir auch anstreben würde. #00:07:28#
244
245 I: Und wenn Du jetzt siehst, da sind zwei, die würden vielleicht eine gute Partnerschaft gründen
246 oder könnten irgendwie gut was zusammen machen, würdest Du da dann den Kontakt
247 initiieren? #00:07:36#
248
249 B: Klar. #00:07:37#
250
251 I: Das würdest Du unterstützen? #00:07:38#
252
253 B: Das mache ich ja jetzt schon so, wenn ich irgendwas weiß. Ich versuche immer die Leute zu
254 verbinden. #00:07:44#
255
256 I: Zu connecten? #00:07:45#
257
258 B: Zu connecten, genau. #00:07:46#
259
260 I: Okay, cool. Und jetzt so zu Deiner Erfahrung aus vergangenen Coworking Spaces: Würdest
261 Du sagen, das Networking war da schon immer so im Vordergrund? Oder dass die Leute schon
262 auch eher zum Arbeiten da waren? #00:07:59#
263
264 B: Na, das ist Network, finde ich, ist so der Grund. Also ich war in einer Factory. Also die
265 Leute arbeiten ja auch, aber da ist auch sehr viel Networking. Dann war ich bei rent24 in Mitte,
266 hier in der Oberwallstraße. #00:08:14#
267
268 I: Brand24? #00:08:14#
269
270 B: Rent24! #00:08:15#
271
272 I: Ah, rent24. Ja, die sind auch ganz groß, gell? #00:08:19#
273
274 B: Richtig. Die machen irgendwie alles kaputt, glaube ich. Die haben richtige Billigpreise.
275 #00:08:24#
276

277 I: Ah, okay. Das klingt, finde ich, auch nicht ansprechend. #00:08:30#
278
279 B: So sind die auch in der Preispolitik. #00:08:32#
280
281 I: Das ist halt schade. #00:08:33#
282
283 B: Ja. #00:08:34#
284
285 I: Okay. Und wenn Du jetzt grundsätzlich die Wahl hättest zwischen einem Mieter, der sehr
286 langfristig hier ist, aber der nicht so sehr unternehmerisch ist, sondern macht einfach so sein
287 Ding vor sich hin. Oder einem Mieter, der sehr viel unternehmerischen Spirit mitbringt, der
288 Startup orientiert ist und vielleicht dann nur ein bis drei Monate bleibt. Was würdest Du eher
289 wählen? #00:08:53#
290
291 B: Den Zweiten. #00:08:54#
292
293 I: Den Zweiten? #00:08:54#
294
295 B: Ja. #00:08:55#
296
297 I: Okay. #00:09:00#
298
299 B: So jemand wie den Ersten hatte ich schon. Das hat dann irgendwie nicht gepasst. Und dann
300 haben wir gesagt .../ Also er ist bei rent24 (lacht). #00:09:08#
301
302 I: Ja. #00:09:11#
303
304 B: Ich finde schon mal sollte eine Community sein. Oder sich fühlen wie in einer
305 Büroatmosphäre, wo man doch irgendwie ein Team ist, auch wenn man aus verschiedenen
306 Firmen ist. #00:09:20#
307
308 I: Und jetzt diese Büros, von denen Du da oben gesprochen hast: Würdest Du die dann nur an
309 Teams vermieten oder kann man da auch die einzelnen Plätze nehmen? #00:09:27#
310

311 B: Nee, nur an Teams erstmal. Also es ist für mich einfach wichtig, dass die Miete, die ich jetzt
312 zahle und die sehr hoch is, einfach so ein bisschen .../ #00:09:33#
313
314 I: /... wieder reinkommt? #00:09:34#
315
316 B: /... wieder reinkommt. Genau. #00:09:35#
317
318 I: Und das heißt, es wären dann in erster Linie Startups, die sich dann hier einmieten? Oder
319 kommen da auch von großen Firmen einzelne Teams? #00:09:39#
320
321 B: Nee. #00:09:40#
322
323 I: Also für Startups. #00:09:45#
324
325 B: Wobei ich habe jetzt auch eine Anfrage von der Berliner Aids-Hilfe. Ich weiß nicht, ob das
326 eine große Firma ist. Keine Ahnung. Die wollen halt einfach ein Team hier haben, die ein
327 Projekt machen. Und nach dem Projekt sind sie wieder raus. #00:09:55#
328
329 I: So was wäre ja zum Beispiel auch cool. Okay. (...) Ich glaube, das Meiste habe ich jetzt schon.
330 Für mich ist immer dieses Networking ganz wichtig. #00:10:09#
331
332 B: Ich plane auch Networking-Events. Also ich hatte schon eines für .../ Kennst Du diese DNX-
333 Community. #00:10:13#
334
335 I: Nee. #00:10:15#
336
337 B: Digitale Nomaden heißt das. Und die haben halt .../ So deutschlandweit sind das irgendwie
338 12.000 Leute. Und hier in Berlin sind es irgendwie 4.000, die hier in der Berliner Gruppe sind.
339 Und die machen hier immer so jetzt ihr monatliches Netzwerktreffen. #00:10:35#
340
341 I: Ah, okay. Cool. #00:10:34#
342
343 B: Da kommen meist so dreißig Leute. #00:10:36#
344

345 I: Ja. Ach, das ist ja super. Und das würdest Du dann zum Beispiel hier veranstalten?
346 #00:10:39#
347
348 B: Genau. Einmal, da war ich noch im Rohbau, aber da haben die das trotzdem hier gemacht.
349 #00:10:45#
350
351 I: Ja, super. Schön. Ja, dann können wir uns das vielleicht einfach noch einmal anschauen.
352 #00:10:49#
353
354 B: Ja. #00:10:52#
355
356 I: Ich weiß nicht .../ #00:10:52#

1 **Cowos**

2

3 Founded Nov, 2017. Will have a bigger space in 2019

4

5 Reasons: They got the space and build all furniture by themselves, no one wanted the space
6 before

7 They were looking for a new office for their media agency

8

9 Places: 23

10 Occupancy: at the moment 100% = only 19 people because of regulations. At the moment 9
11 people have desks rented

12 They also have a meeting room which they rent to external people mostly, occupancy: 50%

13 Opening of next floor: March 2019 with 30 additional places

14

15 In the space itself the people are not interested in coworking. They had some people that came
16 because there wasn't any networking activities in Cowos. Before they are experienced only
17 spaces with a lot of networking.

18 When they opened their new space they wanted to have weekly after work networking events

19 The media agency that runs the space is interested in networking themselves

20

21 Essential to run a good coworking space: coffee, they got the feedback that people only stay at
22 Cowos because of the coffee

23 Opening hours and 24/7 access (key), location

24

25 Most people that work there: employees that don't want to do home office.

26

27 Member selection: only a little bit, for example someone who wants to make phone calls all
28 day doesn't work. They meet the people once and then they can start after registering in an only
29 tool.

30

31 200m² in total, with 2 rooms 12m² and 18m² and the big open space 27m²

32 10 places in the open space

33

34 Code of conduct: no smoking, leave your place clean, bring back bottles and glasses

35

36 Working hours: 8-20 o'clock. They trust their members
37
38 Dogs: rather not, because they don't know what the people think. Pets make dirt.
39 Children: are often there because the owner have children. They do have a playstation in the
40 place
41 Guests: can join the people, if they stay longer they have to pay a daily rent
42
43 Atmosphere: no networking but it is a very informal and private conversation style. But they
44 have people working in very different fields
45
46 Services: they offer call center, and post service. Marketing agency offers consulting for the
47 members if they want it
48 They want to have a bistro for the meeting rooms and the members. They will open it soon.
49 Special wishes: they try to make it happen.
50
51 Members can have their clients, for such meeting the rent one of the meeting rooms.
52
53 If a new person starts: They want to have the logos of every firm outside. Personal welcoming,
54 first coffee for free
55 They help people to found their firms
56
57 Marketing: online portals, ebay, google maps. They want but are not allowed at the moment to
58 have a poster on the outside of the office. They have Facebook
59
60 They support alliances if there is need for it
61
62 Short term goal is to get the space full that's why they don't choose at the moment or have
63 preferences who is working there.
64
65 No external investment, they don't want external support.
66
67 They got on average 17 members and lost 2
68
69 USP: Coffee, smaller, comfortable, real wood and individual design.
70

71 Prices: in the beginning now they give big discounts to get the space filled up

72

73 People don't want to work in home office anymore. They want to have a "boarder" between

74 home and work.

1 **Early Bird**

2

3 The space was opened in April 2016. It was a test project from Axel Springer (AS). They had
4 the space and didn't really know what to do with it. In the beginning it was only for employees
5 of Axel Springer as well as family and friends. But this project didn't really work as the
6 employees preferred to work at their usual office place.

7 In November 2016 it was then opened to public. And until March 2017 it reached almost 100%.

8 At the moment (summer 2018) the members are 100% from extern.

9

10 Jana worked for AS before, she was in catering and events, but then she became the manager
11 of the space.

12

13 The space is 620m², there are 37 places for individuals and 6 firms are there at the moment.

14 They have 7 project rooms and areas where people can make phone calls or be on their ow.

15 For members it is 24/7 open, for the rest 8:30 to 19:00.

16 It has a 65m² meeting room from fall 2018 onwards there will be another 22m² meeting room.

17 Jana is measuring the satisfaction by doing a survey.

18 USP: It is one of the safest spaces in Berlin because people have to pass a security check to
19 enter the AS building. Also, service is important, it is always someone there the members can
20 talk to. It is very cosy and designed for people to feel comfortable. Furthermore, the location is
21 pretty good and the space is big and offers different areas.

22

23 As it has a very high occupation Jana wants to make it bigger to become some kind of business
24 center.

25

26 They don't choose their members, everyone can work there. The average age is 30 years.

27

28 They don't do community events, they offer a working space but don't put effort in community
29 building. That is not in the focus in this space.

30 To find out if the people are satisfied, Jana is in personal communication with the members.

31 Thereby she gets feedback on a regular basis. But she does support alliances.

32

33 Prices: they had to change the prices because the rent for the space changed a lot. But they try
34 to only implement it slowly especially for members.

35

36 In the middle of the year 2018 the space was fully booked and people were put on a list to be
37 able to become member when the next place gets empty. Sometimes rather big companies want
38 to work there but for those teams the space is not big enough.

39

40 If a member needs something special Jana is open minded and tries to realize it.

41

42 Challenge: the biggest challenge is to keep up with members and the business. When it started
43 the whole project was not made to make profit. At the moment there is almost no profit but also
44 no loss.

45

46 The space was invested and implemented by AS.

47

48 The space is more “Grown-up”, there is no competition between the members, there is more a
49 nice personal atmosphere.

50 Animals are not allowed. Children can be brought. There is also a AS kindergarten. And older
51 kids (from age 7) can join their parents in the space. In the space they have a playstation, games,
52 etc.

1 Heart Space

2

3 1. Space Management

4 1.1. Gründungsjahr:

5 2017

6 1.2. Gründe für die Entwicklung des Spaces:

7 *Nachfrage bei befreundeten Startups und die Gelegenheit die Fläche zu mieten hat sich*
8 *angeboten*

9 1.3. Erzählen Sie mir über Ihre Arbeitserfahrung bevor Sie das Co-working Space gegründet 10 haben:

11 *Ich (Elisabeth) komme aus einer ganz anderen Richtung - Ich habe Modedesign studiert und*
12 *wollte dann aber nicht mehr in der Modeindustrie arbeiten. So bin ich dann in die Startupwelt*
13 *eingetaucht und habe 1.5 Jahre bei einem Versicherungsstartup gearbeitet. Dann hat sich mit*
14 *meiner Schwägerin Mavi die Gelegenheit ergeben, den Coworking Space zu gründen. Mavi hat*
15 *Wirtschaftsrecht studiert und wir haben uns somit sehr gut ergänzt - ich habe die kreative Seite*
16 *übernommen und Mavi die finanzielle Seite. Alles andere wie Marketing und Sales lernen wir*
17 *“on the job” :)*

18 1.4. Wie ist Ihre akademische Qualifikation (Abschlüsse) und was ist Ihr Arbeitsgebiet? Stehen 19 Ihre Abschlüsse und Ihr Arbeitsgebiet in Verbindung zueinander, wenn ja, wie? *Siehe oben ;)* 20 *wir haben beide ein Bachelorstudium abgeschlossen*

21 1.5. Anzahl der Mitarbeiter Ende 2017:

22 *inkl. uns selbst 3*

23 1.6. Was sind Ihrer Meinung nach entscheidende Punkte um ein Co-working Space erfolgreich 24 zu betreiben?

25 *Also wenn man uns fragt dann: Herzlichkeit (--> HeartSpace ;), die Basics müssen stimmen,*
26 *also praktische Sachen wie bequeme Stühle, gutes WLAN, etc. Man sollte den Space auch*
27 *möglichst professionell führen (z.B. mit Empfang), hauptberuflich, vollzeit.*

28 1.7. Aktuelle Auslastungsrate (%):

29 80%

30 1.8. Bei 100% Auslastung, wie viele Co-working Bereiche hat Ihr Betrieb (Space)?

31 - Reservierte OpenSpace Bereiche (können nur von der Firma, die individuell dafür gezahlt hat,
32 genutzt werden)

33 48__ Anzahl der Personen, die den Space bei voller Auslastung nutzen können

34 270__ m² in etwa

35 *Ca. 72 % Auslastungsrate am Ende des ersten Geschäftsjahres*

36 _____ % Auslastungsrate zum Ende 2017

37

38 *Bei uns ist der geteilte / reservierte Bereich derselbe und wird je nach Nachfrage angepasst.*

39

40 - Geteilte OpenSpace Bereiche (können von jedem, der Zugang zum OpenSpace Bereich hat,
41 nach der Logik *first come first served*, genutzt werden)

42 _____ Anzahl der Personen, die den Space bei voller Auslastung nutzen können

43 _____ m² in etwa

44 _____ % Auslastungsrate am Ende des ersten Geschäftsjahres

45 _____ % Auslastungsrate zum Ende 2017

46

47 - Reservierte geschlossene Bereiche (können ausschließlich von der Firma oder der
48 Privatperson, die individuell dafür gezahlt haben, genutzt werden)

49 32____ Anzahl der Personen, die den Space bei voller Auslastung nutzen können

50 100____ m² in etwa

51 _____ % Auslastungsrate am Ende des ersten Geschäftsjahres

52 _____ % Auslastungsrate zum Ende 2017

53

54 - Geteilte geschlossene Bereiche (können von jedem, der Zugang zum geschlossenen Bereich
55 hat, nach der Logik *first come first served*, genutzt werden)

56 _____ Anzahl der Personen, die den Space bei voller Auslastung nutzen können

57 _____ m² in etwa

58 _____ % Auslastungsrate am Ende des ersten Geschäftsjahres

59 _____ % Auslastungsrate zum Ende 2017

60 *(Haben wir nicht)*

61

62 2. Co-Working Space Regeln / Interne Kontrolle

63 2.1. Bezüglich Ihrer Co-Working Space Grundsätze, welche Regeln hat JEDER zu befolgen,
64 unabhängig von dem jeweiligen Vertrag?

65 *Der letzte schließt ab und macht das Licht aus? :D*

66

67 2.2. Wie erfolgt die Kontrolle / Bewertung der Kunden?

68 *Wir lernen die potenziellen Kunden meistens zuerst bei einer Besichtigung kennen. Es gibt*
69 *keine offizielle Kontrolle / Bewertung, aber normalerweise wenn es nicht passt, sehen das beide*
70 *Seiten so und es kommt gar nicht dazu, dass wir Kunden ablehnen müssen.*

71
72 2.3. Co-Working Space Arbeitszeiten:
73 *24/7*
74
75 2.4. Können die Kunden ihre Kinder, Haustiere oder sogar Freunde mitbringen? Wenn ja, ist
76 dieser Service kostenfrei oder wird es bezahlt?
77 *Kinder ja, Haustiere manchmal (je nachdem wie sie sich mit unseren Hunden vertragen),*
78 *Freunde ja. Freunde müssen bei sporadischen Besuchen nicht zahlen, bei regelmäßigen*
79 *Besuchen ja.*
80
81 2.5. Wie würden Sie Ihren Co-working Space beschreiben, wenn es darum geht, wie die
82 Kunden miteinander umgehen? (Formell/informell)
83 *Informell*
84
85 3. Zusatzleistungen im Space
86 3.1. Welche Services können Kunden bei Ihnen im Co-working Space erwarten?
87 *unbegrenzte Nutzung der 3 Meetingräume*
88 *unbegrenzte Nutzung der 4 Phone Booths*
89 *24/7 Zugang zu den Räumlichkeiten*
90 *zwei Küchen*
91 *Empfangsservice*
92 *Post- und Paketannahme*
93 *bei Bedarf Vorbereitung der Meetingräume für Events oder Workshops*
94 *Soft Drinks, Kaffee, Tee, Bier*
95 *Frisches Obst & Gemüse*
96 *Müsli*
97 *Büromaterial Basics*
98 *unbegrenztes Drucken*
99 *WLAN*
100 *Ethernet Kabel an jedem Schreibtisch*
101 *Einmal im Monat Community Breakfast*
102
103 3.2. In welchem Maße werden die angebotenen Services an die Bedürfnisse der Kunden
104 angepasst? Wenn eine Anpassung möglich ist, wie wirkt sich das auf den Preis aus?

105 *Wir holen uns regelmäßig Feedback und Verbesserungsvorschläge und versuchen so gut es*
106 *geht auf alle Bedürfnisse einzugehen und uns anzupassen. An Preise haben wir das jetzt erstmal*
107 *nicht gebunden.*

108

109 3.3. Welche Formen der geteilten Bereiche gibt es in Ihrem Co-working Space?

110 *Küche, Esstisch, Teeküche, Sitzecken*

111

112 3.4. Können Kunden ihre eigenen Kunden, Partner und/oder Kollegen mitbringen?

113 *Ja*

114

115 3.5. Gibt es bei Ihnen im Co-working Space eine Art *Willkommensmaßnahme* für neue Kunden?

116 (Wie) Findet eine Integration in die bereits bestehende Co-working Community statt?

117 *Ja, wir haben einen Onboarding Prozess*

118

119 3.6. Wie vermarkten Sie Ihr Business?

120 *Google Adwords, Social Media, Mund zu Mund, Coworking Plattformen*

121

122 3.7. Gibt es Initiativen um öffentlich über Projekte oder Firmen, die in Ihrem Co-working Space
123 aktiv sind, zu berichten? Wenn ja, wie?

124 *Nein*

125

126 3.8. Gibt es irgendwelche Maßnahmen des Co-working Space Managements um Kunden dabei
127 zu unterstützen gemeinsam Allianzen oder Partnerschaften zu gründen?

128 *Wir versuchen sicherzustellen, dass alle sich kennen oder die Chance haben sich*
129 *kennenzulernen. Jede Firma hat außerdem am Platz / an der Tür ein Schild mit einer kurzen*
130 *Beschreibung der Tätigkeit, sodass man bei Interesse kollaborieren kann.*

131

132 3.9. Haben Personen Ihren Co-working Space verlassen, weil ihr wirtschaftlicher Wachstum
133 sie zu neuen und größeren Möglichkeiten verholpen hat?

134 *Ja, wenn wir nicht mehr genug Platz hatten oder sich irgendwann ein eigenes Office finanziell*
135 *mehr gelohnt hat.*

136

137 4. Nachhaltigkeit des Business

138 4.1. Welche Art von Kunden bevorzugen Sie? (A: Personen die tendenziell lange im Co-
139 working Space bleiben aber wenig Unternehmertum mitbringen, oder B: Personen mit sehr
140 starken unternehmerischen Spirit, die dadurch aber wahrscheinlich kürzer bleiben)

141 *Bei uns sind eigentlich fast nur Startups und Freelancer.*

142

143 4.2. Haben Sie sich auf irgendeine Art von frühen Investitionen verlassen, um den Space zu
144 eröffnen? Wenn ja, wie viel war es (%) im Vergleich zum Gesamtbetrag, der nötig war um den
145 Space zu eröffnen?

146 *Wir haben alles komplett selber finanziert bis zu diesem Zeitpunkt.*

147

148 4.3. Wie stehen Sie aktuell da? Sind Sie auf irgendeine Form von Investment angewiesen um
149 den Co-working Space erfolgreich betreiben zu können?

150 *Wir werden wahrscheinlich bald Investitionen brauchen um zu wachsen.*

151

152 4.4. Im Vergleich zu 2017, in welchem Maße erwarten Sie Ihre Gewinne bis zum Ende des
153 Jahres 2018 steigern zu können? 100 %

154

155 4.5. Wie viele Kunden haben Sie 2017 im Durchschnitt gewonnen? *ca. 2,88 Kunden pro Monat*

156

157 4.6. Wie viele Kunden haben Sie 2017 im Durchschnitt verloren? *ca. 2,13 Kunden pro Monat*

158

159 4.7. Was unterscheidet Ihren Co-working Space zu denen Ihrer Konkurrenz?

160 *Wir sind ein Familienunternehmen und bei uns ist alles etwas persönlicher und wir kümmern*
161 *uns individuell um jeden Kunden. Das macht einen großen Unterschied.*

162

163 4.8. Wie messen Sie die allgemeine Zufriedenheit Ihrer Kunden bezüglich des Arbeitens in
164 Ihrem Co-working Space?

165 *Anhand unserer letzten internen Umfrage können wir sagen, dass 70% der Kunden sehr*
166 *zufrieden sind und 25% zufrieden. Wir hoffen das noch steigern zu können ;)*

167

168 4.9. Was sind die größten Herausforderungen für Sie bei der Organisation des Co-working
169 Space?

170 *Immer wieder in die Instandhaltung / Erneuerung / Verbesserung des Spaces zu investieren.*

171 *Und dadurch, dass wir nur Startups haben, ist die Fluktuation oft sehr hoch, weil sie so schnell*
172 *wachsen und ständig neue Flächen brauchen.*

173

174 4.10. Wie ist Ihre Preispolitik und wie haben Sie sie definiert? Haben Sie sie seit Beginn Ihrer
175 Karriere als Co-working Space Betreiber verändert?

176 *Relativ straightforward anhand unserer Ausgaben und einer Gewinnmarge. Wir haben sie*
177 *insofern verändert als dass wir uns nicht mehr ganz so stark runterhandeln lassen wie am*
178 *Anfang, da wir inzwischen unseren Wert kennen.*

1 **Im.Puls**

2

3 I: Also es geht ja um meine Masterarbeit. Das ist ein groß angelegtes Forschungsprojekt zum
4 Thema Coworking. Und wir versuchen eben jetzt so viele Daten wie möglich zu generieren.
5 Und ich habe jetzt einfach mal den Interviewleitfaden dabei. Und Sie können ja beantworten,
6 was Sie wissen. Sind Sie hier die Leiterin? Haben Sie das ins Leben gerufen? #00:00:18#

7

8 B: Ich betreue das mit, ja. Also ich bin für die Organisation, die Vermietung und so zuständig.
9 #00:00:25#

10

11 I: Okay. Alles klar. Wann wurde das denn gegründet? #00:00:27#

12

13 B: Wir sind letztes Jahr im Herbst fertig geworden mit den Baumaßnahmen. Und eröffnet haben
14 wir zum 01.11.17. #00:00:33#

15

16 I: Okay. Also noch kein ganzes Jahr (lacht)? #00:00:36#

17

18 B: Genau. #00:00:38#

19

20 I: Schön. Und wie kam es dazu? Was waren die Gründe? #00:00:43#

21

22 B: Die ganze Fläche, die Sie hier sehen, das war vorher ein Caterer. Also eine Kantine war hier
23 komplett drinnen. Diese ist insolvent gegangen, 2015 oder 2016 war das. Und dann haben wir
24 eben überlegt: Was machen wir jetzt mit der ganzen frei gewordenen Fläche? Da gab es mehrere
25 Überlegungen. Es wurde überlegt, ob wir lauter Einzelbüros machen oder ob wir hier nur
26 Lagerflächen machen oder was auch immer. Da wurden eben alle Alternativen besprochen.
27 Und zu dem Zeitpunkt war gerade der Hype mit den ganzen Coworking Spaces. Und dann hat
28 man eben gedacht, weil es hier in der näheren Umgebung so was noch nicht gab, außer bei der
29 HTW Schöne weide .../ Da gab es Ansatzweise so was. Ansonsten gab es das hier gar nicht.
30 Deshalb sind wir auf dieses Pferd aufgesprungen. Dass wir gesagt haben: "Wir probieren das
31 einfach mal aus." Und dann ging die ganze Planungsphase los: Wie soll das aussehen? Mit
32 Besichtigungen von anderen Spaces, um ein Gefühl dafür zu bekommen: Was wollen wir? Wie
33 muss es sein? Wen wollen wir überhaupt drinnen haben? Was fordern wir für Anforderung?
34 Genau. Das war der Werdegang. #00:01:40#

35

36 I: Und so kam es dann? #00:01:40#

37

38 B: Richtig. Genau. #00:01:43#

39

40 I: (lacht) Und was haben Sie gemacht, bevor Sie den Coworking Space geleitet haben?

41 #00:01:45#

42

43 B: Grundsätzlich ist unsere Firma die Betreibergesellschaft des Wissenschafts- und
44 Technologieparks Adlershof. Das heißt, wir sind für die Vermietung, Vermarktung, für die
45 Öffentlichkeitsarbeit des gesamten Standortes zuständig. Wir haben eigene
46 Technologiezentren, die wir eben auch gebaut haben. Wo auch Laborflächen drin sind. Das war
47 eigentlich bisher so unser Kerngeschäft. Das heißt, das passt natürlich trotzdem perfekt zu uns
48 rein. Weil wir in diesem Metier eh tätig sind. Und viele, die hier ansässig sind, arbeiten auch
49 im technologieorientierten Bereich. So, dass das natürlich ein super Mehrwert ist. Auch für die
50 bereits ansässigen Unternehmen. Und die kleineren Unternehmen hier können natürlich gleich
51 super Kontakte knüpfen. #00:02:22#

52

53 I: Ja. Okay. Also Ihr Arbeitsgebiet war generell so das Management/Organisation? Oder haben
54 Sie speziell was studiert, was jetzt in die Richtung .../ #00:02:34#

55

56 B: Ich habe vorher jahrelang im Bereich Kommunikation gearbeitet. Dann im Marketing-
57 Bereich. Und dann gab es bei uns im Unternehmen einige Umstrukturierungen. Und als dann
58 dieser Coworking Space neu gemacht worden ist, bin ich vom Marketing-Bereich dann in den
59 Technologiezentrum-Bereich gewechselt, weil ich das dann hier übernehmen sollte.
60 #00:02:53#

61

62 I: Ja, okay. Alles klar. Und wie viele Mitarbeiter hatten Sie jetzt .../ Gut, Ende 2017 ist jetzt
63 wahrscheinlich schwierig. Sagen wir mal jetzt. #00:03:00#

64

65 B: Da hatten wir noch nicht so viele. Da hatten wir in etwa 10, Ende 2017. Jetzt aktuell, im
66 August, sind wir ausgebucht. Also da haben wir 42 Plätze belegt. #00:03:09#

67

68 I: Ach, super. Wie schnell ging das, dass das sozusagen .../ #00:03:11#

69

70 B: Das war überraschenderweise relativ zügig. Also wir haben bisher so gut wie gar keine
71 Werbung gemacht. Weil die Leute alle selber auf uns zugekommen sind. Aber was auffällig
72 war, war eben wirklich, dass gerade die, die hier in der näheren Umgebung wohnen, das sehr
73 gerne in Anspruch nehmen und das nutzen. Damit sie nicht mehr in die Stadt müssen und so
74 weiter. Und zusätzlich haben wir jetzt dieses Projekt Gründerwerkstatt. Das ist so ein
75 gefördertes Projekt. Und die sitzen auch hier drinnen. Die kriegen zwar von uns den Platz
76 kostenfrei, das ist eine Vereinbarung. Aber das ist natürlich auch nochmal ein super Mehrwert.
77 Also wir haben zum Beispiel ein Unternehmen, das hatte hier vorher gemietet. Das hat sich
78 dann bei der zweiten Runde der Gründerwerkstatt beworben und wurde auch genommen und
79 sitzt jetzt auch hier drin. #00:03:54#

80

81 I: Ach, super. #00:03:56#

82

83 B: Und zwei haben sich dann auch gleich zusammengetan. Einer, der hier auch gemietet hatte,
84 ist dann jetzt in diese Firma mit reingegangen, weil die festgestellt haben: "Der hat genau das,
85 wonach wir gesucht haben!" #00:04:02#

86

87 I: Ah ja. Das ist ja super. Das heißt in dem Sinne wird hier schon viel genetworkt? #00:04:12#

88

89 B: Ja. Die haben sich dann auch wirklich zusammengetan haben. #00:04:11#

90

91 I: (...) Das muss ich mir mal kurz notieren. (...) So. (...) Genau. Und was würden Sie jetzt sagen
92 .../ Oder was waren für Sie so die Kernpunkte? Sie haben ja gesagt, Sie haben sich auch andere
93 Spaces angeguckt, damit das hier erfolgreich wird. Was wollten Sie auf jeden Fall umsetzen?
94 #00:04:31#

95

96 B: Ja, uns war wichtig, dass das ein Bereich ist, wo eben dieses Netzwerken stattfindet. Also,
97 dass alles miteinander ist. Dass da also nicht dieses Abgeschottete ist. Die Überlegung war eben
98 auch: Machen wir das alles einzeln? Weil da gibt es natürlich auch Anfragen: Haben wir auch
99 Einzelbüros? Die haben wir dann in dem Falle nicht. Sondern es ist ja alles sehr offen. Es ist ja
100 so, dass hier jeder jeden sehen kann. Und auch die Küche. So sollte es auch sein. Wichtig war
101 uns auch, dass wir gemeinsame Projekte vielleicht auch haben. Oder eine Veranstaltung haben,
102 wo wir den Mietern hier auch einen Mehrwert bringen. Einmal im Monat versuchen wir immer
103 irgendwie fachspezifische Veranstaltungen zu machen. Einmal haben wir was zu Förderung
104 und Anträgen gemacht. Zu Finanzierungssachen. Oder einmal hatten wir eben auch einen

105 Pressesprecher, da haben wir unseren genommen, der eben erklärt: Wie komme ich an die
106 Presse? Was muss ich da eigentlich machen? Wann gehe ich erst an die Presse? Weil das sind
107 ja schon alles wichtige Informationen, gerade wenn man anfängt sein Unternehmen
108 aufzubauen. Dass man so ein bisschen Erfahrungswerte .../ Oder seien es gemeinsame
109 Mittagessen mal. Auch Abendessen oder grillen. Wichtig war uns eben, dass hier eine kleine
110 Community eben auch entsteht, die gut harmoniert eben auch. Und das funktioniert tatsächlich
111 sehr gut. #00:05:40#

112

113 I: Also das war von Anfang an so? #00:05:41#

114

115 B: Ja. Wir haben wirklich die richtigen Leute hier drin (lacht). Das ist wirklich immer witzig.
116 Und Sie sehen ja, manche haben sich auch schon häuslich eingerichtet. #00:05:49#

117

118 I: Ja, das habe ich gesehen. Es wirkt wie ein normales Büro. #00:05:52#

119

120 B: Genau. Das wollten wir auch. Also wir haben vorher nichts reingemacht. Wir haben überlegt:
121 Machen wir noch überall Pflanzen und Bilder hin? Aber dann haben wir gesagt: "Nein, sonst
122 geben wir ja alles vor." Ich meine, ich habe da auch immer überlegt: Sein eigenes Büro macht
123 man ja auch so. Man bringt dann seine eigenen Sachen mit. Ich habe dann gesagt: "Warten wir
124 erstmal ab, ob die Leute selber was mitbringen. Dann sollen die sich das doch einrichten." Weil
125 wenn wir denen das alles vorgeben, dann ist das ja irgendwie nur fertig. Und das belebt es
126 tatsächlich auch. #00:06:18#

127

128 I: Ja. #00:06:18#

129

130 B: Und wir haben eben auch eine schöne Mischung. Also wir haben recht junge Menschen, also
131 Studenten, hier und dann eben schon kleine und mittelständische Unternehmen. #00:06:25#

132

133 I: Und wählen Sie dann auch entsprechend aus, wer sozusagen hier arbeiten darf? Oder wenn
134 man sich jetzt sozusagen anmeldet, darf jeder .../? #00:06:37#

135

136 B: Wir fragen schon nach, was sie machen und so weiter. Aber bisher war das nicht nötig zu
137 sagen: "Nein, Du nicht!" #00:06:44#

138

139 I: Okay. #00:06:46#

140

141 B: Grundsätzlich lassen wir uns das aber natürlich offen, wenn wir das Gefühl haben: "Der
142 passt gar nicht hier her! Das ist überhaupt nicht das, was wir wollen!" Aber das war bisher
143 tatsächlich nicht so. Aber wir wollen nicht ausschließen, dass das vielleicht irgendwann mal so
144 sein wird. Aber grundsätzlich sind wir erstmal offen für alle. #00:06:58#

145

146 I: Okay. Also Sie haben jetzt zu Beginn noch nicht gleich gesagt: "Nur IT. Oder nur dies und
147 das."? #00:07:05#

148

149 B: Nein. Grundsätzlich finden wir die Vielfalt sogar sehr schön. Also wenn es
150 technologieorientierte Unternehmen sind, dann ist es noch umso schöner. Weil wir natürlich
151 hier am Standort fünf Technologiefelder haben. Also eigentlich decken wir so gut wie alles ab.
152 Aber wenn jetzt ein Künstler sagt, er möchte gerne hierherkommen, dann werden wir das nicht
153 ablehnen. Weil ich eben auch glaube, das würde das auch noch mal bereichern, weil nochmal
154 ein anderes Gefühl dann reinkommt. Eine andere Ansicht und so weiter. #00:07:31#

155

156 I: Die bunte Mischung macht es? #00:07:31#

157

158 B: Richtig. Genau. #00:07:33#

159

160 I: Alles klar. Gut. Okay, ja, die aktuelle Auslastungsrate ist hundert Prozent. Das heißt, wie
161 viele .../ Haben Sie dann zweiundvierzig Plätze? #00:07:44#

162

163 B: Offiziell haben wir fünfzig Plätze. Hinten sind noch die Stehsitz-Arbeitsplätze. Die sind aber
164 eben für die, die wirklich monatlich hier sitzen, nicht unbedingt geeignet. Sondern die sind
165 mehr so für Tagesgäste. Oder die nutzen wir im Moment auch, wenn Veranstaltungen sind.
166 Also die sind immer noch so die Option, die wir haben. Aber oben sind eben diese
167 zweiundvierzig Arbeitsplätze, mit 6er-Inseln. Und die sind diesen Monat tatsächlich alle belegt.
168 Das wird nächsten Monat wieder ein bisschen anders sein, weil einige definitiv Ende August
169 ausziehen. #00:08:15#

170

171 I: Aber ist die Buchung grundsätzlich monatlich? Also verlängert man pro Monat? Oder sagt
172 man: "Ich mache das jetzt sechs Monate." #00:08:22#

173

174 B: Beides ist möglich. Wir haben zwei Verträge. Einmal ohne Endzeit. Das heißt, man mietet
175 sich ein und kann dann alle zwei Wochen zum Monatsende kündigen. Das heißt, man kommt
176 eigentlich jederzeit wieder raus. Der Vertrag verlängert sich automatisch. Aber wenn man
177 gleich weiß: "Ich bin nur für die drei Monate da!" Dann wird es gleich mit Enddatum gemacht
178 und endet dann auch automatisch. Wenn ich dann doch verlängern will, muss ich das halt eben
179 vorher ansagen. Und dann wird das verlängert. Ansonsten endet der automatisch. Also wir
180 bieten monatlich an oder eben tageweise. Und dann auf Anfrage. Also wenn zum Beispiel
181 jemand sagt: "Ach, ich brauche das jetzt nur mal für zwei Wochen." Dann machen wir das auch.
182 Das steht zwar so nicht im Netz drin, aber individuelle Anfragen bearbeiten wir auch. Und
183 gucken dann: Können wir das realisieren oder nicht? #00:09:00#

184

185 I: Ja, klar. Das heißt das geht dann auch pro Firma wahrscheinlich? Wenn Sie sagen, Sie haben
186 auch Mittelständler, die reservieren sich dann gleich eine gewisse Anzahl an Plätzen? Oder
187 macht das jeder Mitarbeiter selber? #00:09:13#

188

189 B: Nee. Also wenn eine Firma bucht, dann sagen die gleich: "Wir brauchen so und so viele
190 Plätze." #00:09:17#

191

192 I: Genau. Und haben Sie da jetzt einen Bereich, wo Sie sagen: "Hier können jetzt nur die Firmen
193 hin. Und hier .../""? #00:09:22#

194

195 B: Ich gucke dann tatsächlich: Wo ist noch etwas frei? Jetzt haben wir bei der zweiten Runde
196 der Gründerwerkstatt eben geguckt, dass wir das dann gleich schon alles so platzieren, dass wir
197 nicht alles zu sehr stückeln. Sondern, dass wir auch noch was Zusammenhängendes haben, falls
198 jetzt einer kommt und sagt er braucht drei Plätze. Ansonsten .../ Am Anfang konnten sich noch
199 alle die Plätze aussuchen. Davon sind wir jetzt weg. Weil jetzt müssen die dahin, wo eben Platz
200 ist. #00:09:45#

201

202 I: Wo es einen Platz gibt. Und wie ist insgesamt so die Raumgröße? #00:09:50#

203

204 B: 550 Quadratmeter. Mit allen Drum und Dran. Also auch der Konferenzraum da vorne und
205 das Foyer. #00:10:00#

206

207 I: Alles klar. #00:10:02#

208

209 B: Ich kann Ihnen auch nochmal eine Broschüre mitgeben, wenn Sie das möchten. #00:10:06#
210
211 I: Unbedingt (lacht). Sehr gerne. Genau. Das heißt es gibt dann auch eigentlich gar nicht so was
212 wie reservierte, geschlossene Bereiche? Sondern es ist alles ein Bereich? #00:10:13#
213
214 B: Genau. Also geschlossene Bereiche haben wir hier nicht. #00:10:16#
215
216 I: Wunderbar. Dann können wir das überspringen. Genau. Haben Sie so was wie Regeln, die
217 Sie den Kunden vorgeben? #00:10:23#
218
219 B: Ja. Also wir haben überlegt, wie wir das machen. Wir wollten nicht zu viele Regeln machen.
220 Wir wollten das auch nicht zu bürokratisch machen. Weil Coworking Spaces leben ja davon,
221 dass es Freigeister sind. Aber Regeln gibt es trotzdem. Also eine wichtige Regel ist eben: Der
222 Letzte, der rausgeht, zum Beispiel, der muss alle Türen zuschließen, Fenster zumachen und
223 Licht aus und so weiter. Damit das hier nicht durchgehend alles brennt. Oder aber eben auch
224 das, was so Standard ist. Dass hier keine illegalen Sachen durchgeführt werden dürfen. Dass
225 hier nicht übernachtet werden darf. Und so weiter. Also diese normalen Standardregeln, die
226 man auch überall woanders dann hat. Aber es gibt dann in dem Fall keine Extra-Sonderregeln,
227 die wir hier eingeführt haben. #00:11:02#
228
229 I: Ja. Und haben Sie so eine Art Code of Conduct? Oder hat sich das auch eher so entwickelt
230 von den verschiedenen Freigeistern, die hier sind? So eine Kultur haben Sie jetzt nicht?
231 #00:11:11#
232
233 B: Nee, also eigentlich hatten wir wirklich das Glück - und ich bin wirklich überrascht, dass
234 das gleich so geklappt hat - dass sich diese Kultur, die wir uns erhofft haben und uns auch
235 erwünscht haben sich gleich von alle entwickelt. #00:11:21#
236
237 I: Ja. #00:11:23#
238
239 B: Also was hier ist, ist, dass wir uns alle duzen. Das entspannt das alles nochmal so ein
240 bisschen. Und, ja, das harmoniert wirklich sehr gut. Das ist sehr schön auch zu sehen. Wenn
241 man dann manchmal hier reinkommt und plötzlich hallendes Gelächter ist, weil gerade wieder
242 irgendjemand .../ Also das war wirklich ein Glücksgriff, den wir hatten, dass es von Anfang an
243 so gut funktioniert hat. Es hätte sicherlich auch anders kommen können. Aber ich habe immer

244 gesagt: "Wir gehen erstmal vom Positiven aus!" Weil eben auch früher die Überlegung war:
245 Was machen wir mit der Küche? Sagen wir: "Herd? Machen wir nicht!" Dann habe ich gesagt:
246 "Gehen wir doch erstmal vom Vertrauen aus und denken, dass alles funktioniert." Und es
247 funktioniert auch. Wenn mal irgendwas nicht klappt, dann sagen wir das und dann ist das
248 erledigt. Also ich denke auch, ein kleiner Vertrauensvorschuss, ein Vertrauensbonus, ist gar
249 nicht verkehrt. Und dann muss man erstmal die Sache auf sich zukommen lassen. Weil man
250 kann sicherlich .../ Es gibt alle möglichen Eventualitäten. Aber wenn ich die vorher irgendwie
251 durchspiele und alles absichern möchte, dann weiß ich ja gar nicht, ob das .../ Dann wird es
252 schon wieder zu bürokratisch. Und dann ist es nicht mehr das, was es sein sollte. Und dann
253 kann ich das, was ich erreichen wollte, gar nicht bekommen. Weil ich dann zu viele Regeln und
254 Schlösser schon davorgesetzt habe. Dass wir gesagt haben: "Okay, wir nehmen lieber einen
255 Gang zurück und schauen erstmal was kommt!" Das war das Beste, was wir machen konnten.
256 #00:12:38#

257
258 I: Und haben Sie da irgendeine Art, wie Sie das kontrollieren? Oder merken Sie einfach, wenn
259 irgendwie jetzt jemand .../ #00:12:43#

260
261 B: Ja. Also wir merken das schon. Ansonsten kriegen wir manchmal auch Hinweise. Oder die
262 Mieter selbst schreiben dann irgendwie, dass hier irgendwas nicht zu oder offen war. Das hatten
263 wir auch schon. Ansonsten sehen da schon viel. Also gerade was die Küche zum Beispiel
264 betrifft. Wenn ich mal in die Mikrowelle gucke und merke: "Mensch, die ist aber ganz schön
265 schmutzig." Dann schreibe ich da einen Zettel dran: "Bitte saubermachen". Und dann ist die am
266 nächsten Tag wieder sauber. #00:13:05#

267
268 I: Ah, okay. #00:13:04#

269
270 B: Weil ich habe gesagt, dass ich so was nicht mache (lacht). Ich bin hier nicht die Hausmutter.
271 Und das funktioniert aber auch. Das ist tatsächlich alles kein Problem. Das funktioniert.
272 #00:13:17#

273
274 I: Ja. Alles klar. Und die Arbeitszeiten? #00:13:21#

275
276 B: Grundsätzlich .../ Also wer monatlich bucht, kann vierundzwanzig Stunden kommen. Da
277 gibt es dann einen Transponder, mit dem sie dann reinkommen. Über die normalen
278 Hausöffnungszeiten kann man immer über den Haupteingang des Hauses kommen. Das

279 schließt immer abends um 19.00 Uhr. Dann müssen die Leute mit ihren Transpondern hier
280 durch die Seitentür kommen. Weil wir wollten nicht, dass die durch das öffentliche Haus
281 durchgeiern. Weil da eben auch andere Büros sind und auch Sicherheitsmechanismen. Und
282 dann haben wir gesagt: "Solange das Haus tagsüber offen ist, ist es egal. Da können sie alle
283 durchgehen." Und ansonsten tageweise tagsüber. Aber die meisten haben hier vierundzwanzig
284 Stunden, sieben Tage die Woche. Das heißt, die können jederzeit kommen und gehen, wann
285 immer sie wollen. #00:14:00#

286

287 I: Und wird das viel genutzt, so jetzt mal spät am Abend oder nachts? #00:14:06#

288

289 B: Ja. Einige sitzen hier manchmal noch bis 21.00 Uhr. Oder auch 22.00 Uhr. Und viele sind
290 manchmal auch am Wochenende da. #00:14:13#

291

292 I: Ja, klar. #00:14:17#

293

294 B: Was ich dann so mitbekomme. Weil ich bin selten am Wochenende hier. #00:14:19#

295

296 I: (lacht) #00:14:21#

297

298 B: Aber das sehe ich dann einfach an dem Kaffeeautomaten. Oder ich wusste, dass sie eben
299 gesagt haben, dass sie eh das Wochenende bleiben, weil sie hier irgendwelche
300 Bewerbungsgespräche oder so was haben. #00:14:29#

301

302 I: Genau. Und das heißt Kaffee et cetera ist dann auch inklusive? #00:14:32#

303

304 B: Genau. In dem Preis, in dem Monatspreis, ist die Benutzung von Kaffeeautomaten, WLAN,
305 Drucker alles inklusive. Und alles, was hier ist, kann so genutzt werden wie es da ist.
306 #00:14:41#

307

308 I: Und Postfächer gibt es auch? #00:14:41#

309

310 B: Kann man buchen. #00:14:44#

311

312 I: Ah, okay. #00:14:43#

313

314 B: Also wir haben ein paar Briefkästen und die können gebucht werden. Aber das kostet dann
315 zehn Euro extra im Monat. #00:14:49#

316

317 I: Ja. Alles klar. Und wie ist das mit Kindern, Hunden, Tieren? #00:14:54#

318

319 B: Grundsätzlich ist das erlaubt. Tiere hatten wir auch schon mal. Einer bringt ab und zu seinen
320 Hund mit. Der andere hat jetzt auch mal angefangen. Grundsätzlich haben wir nichts dagegen.
321 Man muss eben gucken: Funktioniert das mit dem Hund? Oder wenn dann eben einer sagt:
322 "Nee, das geht gar nicht. Ich habe eine Allergie." Dann muss man eben gucken. Aber
323 grundsätzlich sagen wir nicht nein. Und Kinder auch. Wir haben da links noch so einen kleinen
324 Konferenzraum oder Allzweckraum. Das war früher eigentlich so als Raum gedacht, eben auch,
325 wenn er sein Kind mitbringt, dann kann er drin dann arbeiten. Da ist auch eine Schiebetür bei.
326 Und dann kann das Kind auch etwas lauter sein. Inzwischen wird das für alles Mögliche
327 genutzt: Zum Telefonieren, für Konferenzen. Also der kann genutzt werden. Aber Kinder
328 können natürlich grundsätzlich mitgebracht werden. #00:15:39#

329

330 I: Aber es gibt keine Extrakosten dann? #00:15:42#

331

332 B: Nein. Also das ist ja meistens dann nur sporadisch. #00:15:45#

333

334 I: Eine Ausnahme. Ja, genau. #00:15:46#

335

336 B: Richtig. Wenn es natürlich klar ist, dass es jeden Tag so sein wird und dann immer ein Platz
337 .../ Also bei Kindern nicht. Aber wenn man zusätzlich jemanden mitbringt, dann müsste man
338 darüber reden. Aber für so was nicht. Und auch, wenn jemand Termine oder so hat .../ Die
339 Gäste, die dann da sind, da wird dann auch nichts extra berechnet. Sondern das ist dann eben
340 einfach das Geschäft, was wir haben. Und dann ist das inklusive. #00:16:06#

341

342 I: Okay. Ja. Sie haben ja vorhin schon ein bisschen erzählt: Sie würden wahrscheinlich eher
343 sagen, dass es hier eher so ein informeller Umgang ist? Relativ entspannt, freundschaftlich?
344 #00:16:17#

345

346 B: Ja. #00:16:18#

347

348 I: Ja. (...) Okay. #00:16:28#

349

350 B: Also Sie wissen, dass sie uns mit allem ansprechen können. Sie wissen auch, wer der
351 Ansprechpartner ist. Die kommen auch auf uns zu. Das ist keine Frage. Es ist sehr entspannt
352 und auch freundschaftlich und alles auf guter Ebene. Aber sie wissen aber eben auch, dass wir
353 darauf achten, wenn irgendwie was ist. Also deswegen sagen wir eben auch, wenn uns was
354 nicht gefällt oder so was. Dann sagen wir das auch und dann funktioniert das auch wieder. Also
355 das ist dann nicht so freundschaftlich, dass man das Gefühl hat, dass sie uns nicht mehr
356 ernstnehmen oder nicht mehr respektieren. Das ist tatsächlich nicht der Fall. Das ist eigentlich
357 wirklich auf Augenhöhe und ein Geben und ein Nehmen, wie man immer so schön sagt.
358 #00:16:59#

359

360 I: Ja. Und jetzt .../Neben dem, was Sie schon gesagt haben: Gibt es noch irgendwelche Services,
361 die es hier gibt, die irgendwie speziell sind vielleicht? #00:17:14#

362

363 B: Na, was natürlich ein großer Vorteil ist, ist dieser Standort an sich schon. Wir haben über
364 tausend Unternehmen hier, davon fünfhundert technologieorientierte, außeruniversitäre
365 Forschungseinrichtungen. Die Humboldt Uni ist hier mit ihren sechs Instituten. Das heißt
366 natürlich hier ist ein unglaublich hohes Wissen und Potenzial für Zusammenarbeit da. Eine
367 Firma, die zwei Studenten hier, die haben jetzt schon mit zwei Firmen hier am Standort
368 zusammengearbeitet und werden auch gemeinsam Projekte machen, die sich dann
369 refinanzieren. Das ist natürlich ein riesiges Plus, was wir hier am Standort haben, den viele
370 andere Spaces in der Stadt nicht haben. Dieses technologieorientierte Umfeld hier schon gleich.
371 Das heißt, auch Fragen, die dann vielleicht von Unternehmen kommen: "Sagt mal, kennt ihr
372 jemanden? Gibt es hier so was?" Wenn die speziell nach was suchen oder wenn die was
373 brauchen, dann haben wir natürlich diese Kontakte. Das heißt, wir können auf kurzem Wege
374 Kontakt zu den Unternehmen herstellen. Das war auch schon zwei/drei Mal der Fall. Die Frage
375 war auch, ob es hier ein Institut gibt, das bestimmte Laborflächen hat. Dann habe ich zwei/drei
376 angeschrieben und die haben und auch sofort geholfen und haben sich gemeldet. Also das
377 funktioniert tatsächlich auf kurzem Wege. Dass wir unglaublich schnell Kontakte herstellen
378 können, um dadurch hier Prozesse auch voranzutreiben. Und für die Kunden ist das natürlich
379 super, weil die dann schon gleich einen Fuß drinnen haben und nicht erst lange .../ Und dadurch
380 hat sich schon viel ergeben. Das ist natürlich ein riesen Plus. #00:18:34#

381

382 I: Ja. Auf jeden Fall. #00:18:34#

383

384 B: Zudem haben wir eben innerhalb unseres Hauses auch noch mehrere Veranstaltungsräume,
385 die, wenn man mal was Größeres hat, komplett gebucht werden können. Ja. Ich glaube, der
386 Standort an sich ist einfach schon das zusätzliche Plus. #00:18:50#

387

388 I: Das auf jeden Fall. #00:18:54#

389

390 B: Also wir unterstützen dann auch, wie gesagt, wenn dann wirklich Fragen sind. Fachliche
391 Fragen oder so was. Wir haben ja auch mehrere Mitarbeiter, die in diesen Technologiebereichen
392 tätig sind. Die können dann auch weiterhelfen und so weiter. Oder wir nehmen sie mit zum
393 Netzwerken. Also da tun wir unglaublich viel. #00:19:10#

394

395 I: Okay. (...) Und wenn jetzt irgendwelche Kunden hier im Space irgendwelche Extrawünsche
396 haben. Mir fällt jetzt gerade kein gutes Beispiel ein. Aber gibt es grundsätzlich einen variablen
397 Preis? Oder ist der einfach fix und es gibt das, was es gibt. #00:19:34#

398

399 B: Nein. Also grundsätzlich .../ #00:19:37#

400

401 I: Außer jetzt der Briefkasten für zehn Euro. #00:19:38#

402

403 B: Genau. Also wenn jemand wirklich mal was Spezielles haben will oder Wünsche hat, dann
404 sind wir erstmal offen für alles und dann prüfen wir das. Und wenn ich dann feststelle, dass das
405 nicht geht und dass wir das nicht leisten können, dann muss ich das natürlich so kommunizieren.
406 Aber wenn das irgendwie machbar ist für uns, aber dadurch Kosten entstehen, dann wird das
407 durchkalkuliert und dann eben entsprechend .../ Entweder man kann sagen: "Gut, das kann man
408 so machen, weil wir es eh schon haben." Oder aber man muss sagen: "Gut, wenn Du das so
409 haben willst, können wir Dir das so machen. Das kostet dann aber gleich so oder so viel mehr."
410 Aber grundsätzlich verneinen wir das nicht. Sondern ich höre mir immer erstmal alles an, wenn
411 irgendwelche Fragen sind. Und dann lieber erstmal miteinander sprechen und gucken, ob es
412 vielleicht schon eine andere Möglichkeit gibt. Weil wir das vielleicht so ähnlich an anderer
413 Stelle schon haben. Oder ob man eben gucken muss, wie wir das dann handhaben #00:20:32#

414

415 I: Okay. Und es gibt zwei Konferenzräume oder .../ #00:20:38#

416

417 B: Zwei! Einmal den großen draußen, der ist für bis zu zehn Personen. Und dann, wie gesagt,
418 den kleinen Allzweck-Konferenzraum, aber der wird auch mehr für Konferenzen oder
419 Besprechungen dann eben genutzt. #00:20:48#

420

421 I: Und eine Küche und .../ #00:20:52#

422

423 B: Genau. Eine Küche. Und hier ist der Think Tank, die Telefonzelle. Das werden wir jetzt
424 noch erweitern, weil die tatsächlich nicht mehr ausreicht jetzt bei der Menge an Personen.
425 #00:21:00#

426

427 I: Da geht man rein für längere Telefonkonferenzen? Oder kann man .../ #00:21:05#

428

429 B: Am Platz an sich ist telefonieren nicht erlaubt. #00:21:05#

430

431 I: Okay. #00:21:07#

432

433 B: Weil das sonst einfach nachher wie so ein Callcenter klingen würde. Kleine, kurze, leise
434 Telefonate, dagegen sagt keiner was. Das machen die auch wirklich nur. Aber wenn man mal
435 länger telefoniert .../ Manche Telefonate sind ja auch so, dass man auch mal ein bisschen lauter
436 wird. Das ist ja normal. Und da müssen sie dann einfach in die geschlossenen Räume gehen.
437 Weil das sonst, wenn man jemanden telefonieren hört .../ #00:21:24#

438

439 I: /... zu viel wird? #00:21:24#

440

441 B: Genau. #00:21:26#

442

443 I: Ja. #00:21:26#

444

445 B: Dann wird das zu viel. #00:21:26#

446

447 I: Okay. Und das hier sind so Aufenthaltsräume für Pausen? #00:21:29#

448

449 B: Genau. Das sind so die Lounge-Bereiche, die wir hier haben. Die sind zur freien Benutzung.
450 Wir haben dort auch so eine kleine Bibliothek eingerichtet. Es hat aber angefangen mit ein paar
451 Fachzeitschriften und Büchern, die ich hatte. Und jetzt haben andere schon was mit dazu

452 gepackt. Also so, wie es sein sollte. Also ich habe dann geschrieben: "So. Wir haben schon was
453 hingemacht und ich würde mich freuen, wenn ihr vielleicht was dazu packt, wenn ihr was habt."
454 Und seitdem kommen da immer mal wieder ein paar neue Bücher mit rein. #00:21:52#

455

456 I: Perfekt. Super. (...) Genau. Das haben Sie mir auch schon beantwortet, dass
457 Kunden/Partner/Kollegen mitgebracht werden für Besprechungen et cetera. #00:22:03#

458

459 B: Ja. Natürlich. #00:22:04#

460

461 I: Genau. Wenn jetzt jemand neu kommt, gibt es irgendwie eine Willkommens-Maßnahme?
462 Ein Onboarding oder irgendwas? Oder hat der einfach einen Platz und dann integriert der sich
463 selber? #00:22:15#

464

465 B: Also so, dass wir den allen vorstellen, das machen wir nicht. Also wenn dann der Neue
466 kommt .../ Wir haben uns meistens vorher schon gesehen. Und dann am Tag, wenn er dann
467 einzieht, dann machen wir nochmal die Mietvertrag-Unterzeichnung und die
468 Schlüsselübergabe. Dann zeige ich ihm nochmal, wo dann das Plätzchen ist. Dann kriegt er alle
469 E-Mails von mir mit WLAN-Zugang, die Einladung zur Slack-Gruppe, Drucker .../ Also alles,
470 was man erstmal so allgemein braucht. Und meistens ist es dann so, dass die sich dann selbst
471 vorstellen. Beziehungsweise die Leute sehen ja schon, dass da jemand kommt. Und dann .../
472 Aber, dass ich rumgehe und sage: "So, das ist der Neue!" Das mache ich tatsächlich nicht. Ich
473 sage immer nur: "Wenn irgendwas ist: Ich bin dort und dort." Ansonsten sind alle sehr nett hier.
474 Und die kommen auch alle meistens sofort ins Gespräch. Gerade wenn jemand an einen Tisch
475 kommt, wo schon Leute sitzen. Dann stellt der sich ja meistens schon gleich vor: "Hallo, ich
476 bin der und der." Und dann ist schon das Eis gebrochen. Also das funktioniert wirklich schnell.
477 Einen hatten wir neulich, der eingezogen ist, gerade vor einem Monat, der hat sich dann gleich
478 in der Slack-Gruppe vorgestellt. Der hat dann gesagt: "Hi, hier bin ich. Ich wollte mich nur mal
479 vorstellen. Ich bin der Neue." Und dann haben ihn gleich viele angeschrieben: "Herzlich
480 willkommen." Also das funktioniert bei jedem anders. Aber grundsätzlich mache ich so eine
481 Vorstellungsrunde nicht. #00:23:19#

482

483 I: Und Slack-Gruppe ist wie so ein Intranet? #00:23:22#

484

485 B: Ja, genau. Das ist .../ Wir haben zwar in der Küche diese Boards, wo ich auch Informationen
486 ran schreibe. Aber über Slack schicke ich das dann auch für die, die eben nicht hier sind. Da

487 kommen dann so allgemeine Infos wie: "Achtung, morgen wird der Strom ausgestellt." Oder:
488 "Nächste Woche ist gemeinsames Frühstück." Oder wenn irgendwas nicht in Ordnung ist:
489 "Bitte denkt dran, dass ihr die Türen abschließt!" Und so weiter. Genau. #00:23:42#

490

491 I: Cool. #00:23:43#

492

493 B: Oder, wenn die Mieter selbst Fragen haben. Einer hat neulich mal gefragt: "Kennt jemand
494 einen Rechtsanwalt, der auf das und das spezialisiert ist?" Und so weiter. #00:23:49#

495

496 I: Ja. Das ist so ein kleiner Online-Austausch? #00:23:52#

497

498 B: Richtig. Genau. #00:23:53#

499

500 I: Das ist ja cool. Vermarktung, haben Sie gesagt, geht eigentlich relativ von alleine?
501 #00:23:59#

502

503 B: Im Moment ja. Das wird auch sicherlich wieder anders sein. Also es gibt durchaus Ideen,
504 was wir dann machen. Im Moment habe ich nicht so viel im Marketing-Bereich, weil es jetzt
505 eben nicht wirklich Sinn macht. Weil ich habe ja nicht mehr so viele Flächen frei. Aber
506 sicherlich, wenn sich das Projekt Gründerwerkstatt dem Ende neigt, dann muss ich schon ein
507 paar Monate vorher anfangen, weil ich dann ja weiß, dass Plätze auf jeden Fall frei werden.
508 Und dann haben wir aber auf jeden Fall gesagt will ich erst mal im Bezirk Treptow-Köpenick,
509 weil ich da einfach schon festgestellt habe, von denen die auch hier sitzen, dass da ein großes
510 Potenzial besteht. Also ich gehe dann nicht gleich raus in die weite Welt. Sondern ich gucke
511 erstmal in der näheren Umgebung, um dort das Publikum zu erreichen. Und dann wird es
512 sicherlich auch gehen. Wir haben eine eigene Facebook-Seite, also von IM.PULS, wo wir eben
513 auch was machen. Wir sind dort dann auch vernetzt mit anderen Spaces. Genau. Dann sind wir
514 auf der Adlershof-Webseite. Und wir werden sicherlich auch Anzeigen machen, auch online.
515 Und wir gehen auf Veranstaltungen, um dann nochmal explizit .../ Also wir machen das ja jetzt
516 auch schon ein bisschen. Aber eben nicht so stark. Weil wenn jetzt so viele Anfragen kommen
517 und ich die alle wegschicken müsste, dann wäre das einfach schade. Das ist glaube ich auch
518 nicht so .../ Wir gucken natürlich, wenn manche Anfragen kommen, wenn ich die nicht
519 bedienen kann, ob vielleicht einer meiner Kollegen in den Technologiezentren diese bedienen
520 kann, wenn das passt. Gerade wenn jemand nach einem geschlossenen Raum sucht. Das habe
521 ich ja hier nicht. Dann leite ich das auf jeden Fall weiter. Da gab es eben auch schon eins/zwei,

522 die dann da mit bedient werden konnten. Ansonsten haben wir ja auch noch mehrere Investoren,
523 die hier selber Büroflächen gebaut haben, so dass dann immer noch eine Möglichkeit besteht,
524 dass man dann trotzdem in den Adlershof kommen kann. #00:25:26#

525

526 I: Oh, okay. Wunderbar. #00:25:27#

527

528 B: Und dass dann hier nicht gleich Endstation ist. Sondern wir können dann gleich gucken, ob
529 es dann noch eine andere Möglichkeit gibt. #00:25:32#

530

531 I: Ja. Und wie viele Plätze hat die Gründerwerkstatt jetzt momentan? #00:25:36#

532

533 B: Moment, ich habe das letztens ausgerechnet .../ Ich glaube siebenundzwanzig sind jetzt
534 IM.PULS, also die hier eingemietet sind. Und der Rest ist Gründerwerkstatt. #00:25:50#

535

536 I: Ah, okay. #00:25:55#

537

538 B: So in dem Dreh war das. #00:25:57#

539

540 I: Alles klar. Gut. (...) Ach so, berichten Sie öffentlich über was, was hier sozusagen entwickelt
541 wird / entsteht? Also die Firmen, die jetzt hier sitzen? #00:26:11#

542

543 B: Ja. Also wir haben schon was in unserem Adlershofs-Journal publiziert, weil hier eine
544 interessante Firma war. Oder auch Spezial auf der Internetseite. Auf der Facebook-Seite stellen
545 wir dann auch die aus der Gründerwerkstatt dann vor mit ihren Themen. Also da passiert auch
546 regelmäßig was. Natürlich immer in Abstimmung mit den Unternehmen, ob wir das
547 veröffentlichen dürfen. Aber bisher gab es da auch keine Probleme. Aber das ist natürlich auch
548 schon interessant auch für die Außenstehenden zu sehen: Was passiert hier denn gerade und
549 so? Ja, das machen wir. #00:26:39#

550

551 I: Okay. Und dass Sie die Kunden unterstützen Allianzen und Partnerschaften zu gründen, dass
552 haben Sie ja gesagt, das gibt es ganz viel. (...) Und gibt es jetzt Leute, die den Space verlassen
553 haben, um sich irgendwo wirtschaftlich besser zu positionieren? Ich weiß nicht, ob Sie das
554 überhaupt wissen. #00:27:02#

555

556 B: Es gab die Firma [unverständlich #00:27:04#] hieß die, die jetzt aber bei der
557 Gründerwerkstatt ist. Aber die wäre hier sonst auch irgendwann ausgezogen, weil sie größer
558 geworden ist. Die wäre dann in eines unserer Technologiezentren gezogen. #00:27:14#

559

560 I: Okay. #00:27:15#

561

562 B: Das war tatsächlich dann der Fall. Das ist natürlich einerseits traurig, wenn die ausziehen,
563 weil das ein schönes Projekt ist. Andererseits ist es auch schön zu sehen, dass das so gut
564 funktioniert hat, dass die größer geworden sind. Bisher war es aber so, die, die ausgezogen sind,
565 wollten dann hier am Standort bleiben. Weil sie eben dann hier schon viele Synergien dann
566 eben auch hatten. Die mussten dann halt einfach nur raus aus verschiedenen Gründen. Einmal,
567 weil sie eben eine große Ausschreibung gewonnen haben und deren Partner eben nicht wollte,
568 dass die hier unten so sitzen. Weil ihnen das zu offen ist und die Angst hatten, dass vielleicht
569 Daten vom Bildschirm gesehen werden könnten. Die mussten dann einfach in geschlossene
570 Räume ziehen. Auch da haben wir geguckt, dass wir die dann trotzdem hier innerhalb des
571 Standortes unterbringen konnten. #00:27:53#

572

573 I: Okay. #00:27:53#

574

575 B: Ansonsten fühlen die sich hier unten tatsächlich alle so wohl, dass sie, wenn es geht,
576 eigentlich so lange wie möglich bleiben wollen. #00:28:00#

577

578 I: Ja. Das klingt doch sehr gut. #00:28:04#

579

580 B: Gerade bei solchen Temperaturen (lacht). #00:28:07#

581

582 I: Ja (lacht). #00:28:07#

583

584 B: Sehr viele denken ja am Anfang, wenn man die Treppe runtergeht: "Mhm, jetzt muss ich in
585 den Keller, in den dunklen Keller." #00:28:12#

586

587 I: Aber da ist es halt kühler. #00:28:12#

588

589 B: Aber es ist ja auch wirklich sehr hell, durch die ganz große Fensterfront. Man hat ja nicht
590 tatsächlich das Kellergefühl. Das war früher anders, als da noch die eine Wand war. Da war es

591 ja nun mal auch wirklich ein Keller und so weiter. Aber jetzt ist es ja überhaupt nicht so. Und
592 bei den Temperaturen kann man eigentlich nur sagen: "Juchhu, ich sitze im Keller!" (lacht)
593 #00:28:29#

594

595 I: (lacht) Da wird es nicht ganz so heiß. Besser als unter dem Dach. (...) Haben Sie irgendwie
596 eine Art von Kunden, die Sie bevorzugen? Also eher welche, die lange hierbleiben, aber wenig
597 Unternehmertum mitbringen? Oder Personen, die halt einen totalen unternehmerischen Spirit
598 haben, aber wahrscheinlich sehr schnell wieder weg sind? #00:28:49#

599

600 B: Ich glaube sowohl als auch. Weil aus unternehmerischer Sicht und finanzieller Sicht ist
601 natürlich langfristig besser. Weil dann auf jeden Fall klar ist, dass die Miete reinkommt. Aber
602 wenn ich eben auch will, dass das Ding lebt und erfolgreich ist und sich irgendwie auch selbst
603 bewirbt - weil die sagen: "Komm' hier her, hier ist es super!" - ist natürlich ein Mix, glaube ich,
604 sehr gut. Also grundsätzlich finde ich es natürlich auch gut, dass ich eben auch Mieter habe,
605 die eben auch langfristig buchen. Weil ich weiß, dass der Vertrag nicht endet. Aber wir haben
606 auch einige, die eben schon ganz klar sagen .../ Einer war jetzt schon ein paar Mal hier, der
607 kommt immer nur für eins/zwei Monate und kommt dann irgendwann nochmal wieder. Und
608 das ist auch in Ordnung. Das ist dann .../ Ich finde den Mix eigentlich gar nicht schlecht. Ich
609 habe welche, wo ich weiß, dass da auf jeden Fall die Miete reinkommt. Und der Rest ist dann
610 immer, was sich noch so neu ergibt. #00:29:35#

611

612 I: Ja. (...) Hatten Sie .../ Genau. Haben Sie irgendwelche Investitionen bekommen, um den
613 Space zu eröffnen? #00:29:51#

614

615 B: Nein. #00:29:52#

616

617 I: Oder war das sozusagen .../ #00:29:53#

618

619 B: Das sind in dem Falle alles Eigenkapital gewesen. #00:29:57#

620

621 I: Also da mussten Sie sich auf nichts Fremdes verlassen? #00:30:00#

622

623 B: Nein. Also wir haben keine Fördermittel oder so was bekommen. #00:30:03#

624

625 I: Und jetzt momentan, sind Sie auf irgendwelche Formen von Investment angewiesen?
626 #00:30:09#
627

628 B: Nein. Das gehört der WISTA und das sind unsere Räumlichkeiten. #00:30:12#
629

630 I: Ja. Ja, gut, sie sind jetzt noch so jung. Jetzt ist die Frage: In welchem Maß erwarten Sie die
631 Gewinne bis zum Ende des Jahres steigern zu können im Vergleich zum Vorjahr (lacht)?
632 #00:30:25#
633

634 B: Also Ziel ist schon und eben auch die Vorgabe, dass sich diese ganzen Investitionskosten
635 wieder decken. Weil die schon hoch waren, weil das war vorher nun mal eine Kantine. Das hier
636 zum Beispiel, diese Seite, war alles eine Etage tiefer nochmal ein bisschen. Das waren hohe
637 Investitionskosten, die hier geflossen sind. Und deswegen gibt es schon so eine Anforderung,
638 dass .../ Ich glaube 30.000 Euro bis 40.000 Euro pro Jahr sollten das schon, damit sich das alles
639 langfristig wieder deckt. #00:31:00#
640

641 I: Gut. Aber jetzt mit einer aktuellen hundertprozentigen Auslastung ist die Aussicht ja
642 tendenziell gerade gut? #00:31:06#
643

644 B: Im Moment läuft es wirklich gut. #00:31:07#
645

646 I: Genau. Ja. #00:31:08#
647

648 B: Wie gesagt, dadurch, dass die von der Gründerwerkstatt sind, zahlen die ja keine Miete.
649 Wenn man das aber reinrechnen würde .../ Aber da kriegen wir halt wieder Fördermittel,
650 deswegen ist das dann so ein hin- und hergerechne. Im Moment läuft es wirklich gut. Nur ich
651 weiß eben auch, dass sich das auch ruckizucki ganz schnell ändern. Da muss man dann einfach
652 gucken .../ Deswegen habe ich auch immer noch in der Hinterhand: Wie gehe ich dann an den
653 Markt? Wie bewerbe ich das nochmal, damit das nicht vergessen wird? Im Moment nur eben
654 etwas flacher. Aber wenn es dann sein muss, kann man sofort wieder hochgehen. #00:31:39#
655

656 I: Ja. Und gibt es jetzt, wenn Sie wissen, im August ziehen schon einige aus. Gibt es zum
657 Beispiel auch so was, dass Leute sich jetzt schon für September oder für Oktober sogar
658 einbuchen? #00:31:47#
659

660 B: Ich habe Anfragen, die sagen ab September oder Oktober. Und weil ich weiß, dass ein paar
661 auf jeden Fall Ende August rausgehen, weil das nur eine Zwischenlösung war, dann weiß ich:
662 "Okay, ich habe da auf jeden Fall was frei, ich kann das sofort annehmen." Also ich muss nicht
663 sagen: "Ich setze sie auf die Warteliste." Sondern ich kann das sofort bedienen. #00:32:02#

664

665 I: Alles klar. Und sonst wissen Sie halt nach dem Ablauf der zwei Wochen, dass .../ #00:32:08#
666

667 B: Richtig. Die meisten Sachen sind tatsächlich kurzfristige Anfragen. Also es ist bisher nicht
668 so oft gewesen, dass jemand wirklich Monate im Voraus gesagt hat: "Ich komme dann mal
669 dann und dann." Sondern es ist dann oft: "Ich habe das gelesen, ich bin interessiert." Ich zeige
670 das dann und dann besprechen wir wann, wo, wie. Und entweder die sagen gleich: "Wenn es
671 geht, dann fange ich gleich morgen an." Ist ja auch gut. Oder er sagt eben, er kommt zum
672 nächsten Monat. Also da ist die Zeitspanne .../ Also mit langem Vorausplanen ist es eigentlich
673 gar nicht so oft. Sondern dass ist immer: "Ich bin jetzt da und mag einziehen." #00:32:34#

674

675 I: Ein bis drei Wochen wahrscheinlich? #00:32:36#

676

677 B: Einer ist mal an dem Tag gleich gekommen .../ Also er hat das angeguckt und ich habe den
678 Mietvertrag gemacht. Zehn Minuten später hat er gegessen und gearbeitet. #00:32:41#

679

680 I: Oh (lacht). #00:32:42#

681

682 B: Also das gab es auch schon. #00:32:43#

683

684 I: Ja. Okay. #00:32:45#

685

686 B: Das hat es auch schon gegeben. #00:32:45#

687

688 I: Cool. Und wie viele Kunden haben Sie im Durchschnitt gewonnen und verloren jetzt im
689 letzten Jahr? #00:32:57#

690

691 B: (...) Wer da gegangen ist, ist auch wiedergekommen. Einer ist jetzt erstmal weg. (...) So viele
692 sind nicht ausgezogen. Die Firma ist da einfach ins Gründerzentrum gezogen. Deswegen ist er
693 ja nicht wirklich verloren. Er ist nur nicht mehr hier unten (lacht). Ja, ich glaube so zwei/drei
694 Firmen sind jetzt raus. (...) Was heißt Firmen? Einer war nur eine Einzelperson. Das andere war

695 eine Firma mit zwei Plätzen, die hier dann ins Gründerzentrum gezogen sind. Ja, im Moment
696 sind eigentlich alle die, die schon vorher da waren. Das ist manchmal so ein fliegender Wechsel.
697 Einer geht und dafür kommt schon gleich wieder der Nächste. #00:33:42#

698

699 I: Genau. Der Großteil .../ Es ist ja eigentlich fast fünfundneunzig Prozent belegt. #00:33:45#

700

701 B: Ja. Genau. #00:33:49#

702

703 I: Wunderbar. Und was würden Sie sagen, wie unterscheidet sich Ihr Space zur Konkurrenz?

704 Außer dem Standort? Gut, den schreibe ich gleich mal auf. #00:33:57# #00:33:57#

705

706 B: Gute Frage. Ich glaube so vom Inhaltlichen her und vielleicht von der Art zu arbeiten nicht
707 wirklich viel. Ich glaube, da sind sich die Spaces schon alle ein bisschen ähnlich. Und viele
708 wollen ja auch mit dem Spirit leben, mit der Community, dass da eben so Freigeister sind. Und
709 dass man alles locker vom Hocker macht. Ich denke ein großer Pluspunkt ist tatsächlich dieser
710 Mehrwert, der hier am Standort ist. Durch diese Unternehmen, die hier schon sitzen. Dass eben
711 einfach kurze Wege zu Forschungseinrichtungen oder eben auch zu Unternehmen sind. Zu
712 Investoren, zu möglichen Investoren. Oder auch zu Projekten, die man dann gemeinsam
713 erarbeiten könnte. Das ist definitiv ein großer Pluspunkt. Jemand, der direkt in die Stadt will,
714 der fühlt sich dann hier nicht wohl. Das ist tatsächlich .../ Ich glaube, hier geht es eben da drum
715 .../ Hier sitzen auch mehr die, für die die Stadt nicht so wichtig ist. Sondern die tatsächlich das
716 Arbeiten mehr im Vordergrund sehen. Wo habe ich meine möglichen Kooperationspartner?
717 Wo kann ich mich am besten entwickeln? Und das ist hier dann natürlich nochmal extrem
718 positiv. Also wir haben hier viele, die im Bereich Energiebereich tätig sind. Erneuerbare
719 Energien und so weiter. Und dann sind wir natürlich auch sehr gut aufgestellt als Standort. Also
720 da gibt es viele viele Möglichkeiten, dann hier was aufzubauen. #00:35:20#

721

722 I: Ja. Okay. Und messen Sie die Zufriedenheit hier in irgendeinem Sinne? Machen Sie
723 irgendwelche Umfragen? #00:35:28#

724

725 B: Nein, haben wir bisher noch nicht. Das habe ich aber auch schon mal überlegt, ob wir das
726 vielleicht mal machen. Also man kriegt zwar so mal was mit. Und grundsätzlich würde ich
727 sagen, dass die alle zufrieden sind. Aber ich hatte eben auch schon mal überlegt, ob man, um
728 einfach nicht immer nur seine subjektive Wahrnehmung irgendwie zu haben .../ Und oft ist es

729 ja auch so, dass sagt: "Ja, alles schick, alles schick." Und innerlich brodelt vielleicht doch
730 irgendwo was, was man dann gar nicht so mitbekommt. #00:35:46#
731
732 [kurze Unterbrechung]
733
734 B: Wo waren wir? #00:36:19#
735
736 I: Um die subjektive Wahrnehmung ging es. #00:36:20#
737
738 B: Ach so, genau. Also ich hatte schon mal überlegt, ob ich so was mache. Ob man so was
739 macht, wenn jemand auszieht. Aber im Moment wäre das ja nicht so oft. Oder ob man das
740 einfach mal so zwischendurch macht. Um einfach so ein Gefühl dafür zu bekommen: Wie sieht
741 es denn aus? Wir wollen das einfach mal wissen und so weiter. Dass man so was macht, um
742 auch verlässliche Zahlen zu haben. Und das es nicht heißt: "Das denkt ihr nur!" Sondern ich
743 kann es dann eben auch mal belegen. Also ich glaube grundsätzlich sollte man das ab und zu
744 mal machen, um wirklich auch so ein Rückbild zu bekommen: Ist das, was man wahrnimmt,
745 Realität? Oder guckt man nur noch durch seine rosarote Brille? #00:36:55#
746
747 I: Ja. (...) Also Sie haben sozusagen für die Zukunft jetzt mal auf Ihrem Schirm, dass Sie das
748 irgendwann mal auf jeden Fall einführen wollen? #00:37:04#
749
750 B: Genau. Dann würde ich hier mal so eine Box hinstellen, wir haben solche Boxen, und dann
751 kriegt jeder so einen Zettel. Also auf kurzem Wege: "Wir würden uns freuen, wenn .../" Und
752 dann mal gucken, ob was reinkommt. Wenn nichts reinkommt, dann kann es nicht so schlimm
753 sein. #00:37:17#
754
755 I: Ja, ja. genau. Das ist ja eigentlich auch ein gutes Zeichen. #00:37:18#
756
757 B: Und meist wird ja so was nur gemacht, wenn man was zu meckern hat. #00:37:20#
758
759 I: Ja. #00:37:22#
760
761 B: Wie gesagt: Meckern ist ja nicht schlimm, wenn es konstruktiv ist. Also lieber werde ich auf
762 was hingewiesen und kann dann entscheiden: "Ach, das ist nicht wichtig!" Oder ich stelle fest:
763 "Oh, Mensch! Das ist mir noch gar nicht aufgefallen." Dann ist das ja gut. #00:37:31#

764

765 I: Ja. #00:37:32#

766

767 B: Man sieht ja auch nicht immer alles. #00:37:33#

768

769 I: Ja. Genau. Und was sind für Sie die größten Herausforderungen hier bei der Organisation
770 und im Management? #00:37:42#

771

772 B: Tatsächlich immer irgendwie, neben den anderen Projekten, die man noch hat, allem
773 gleichzeitig gerecht zu werden. Also es ist tatsächlich so, dass diese vielen Kleinigkeiten, also
774 alles hinlegen, gucken, dass alles da ist und alles funktioniert .../ Da wir eben alles wie WLAN
775 und Drucker und so anbieten, muss ich eben auch immer gucken und schnell reagieren können,
776 wenn mal irgendwas nicht funktioniert, dass ich dann auf kurzem Wege das alles immer klären
777 kann. Grundsätzlich ist das eine sehr schöne und spannende Aufgabe. Auch eine sehr
778 bereichernde Aufgabe, weil man eben viel Kundenkontakt hat. Man bekommt auch viel zurück.
779 Einfach, wo man dann immer merkt: "Ach, danke! Das hat super funktioniert!" Also das ist
780 schon schön zu merken, wenn man dann auch merkt, dass man das nicht alles umsonst macht.
781 Dadurch, dass das Publikum im Moment wirklich recht einfach zu handhaben ist und alles so
782 gut funktioniert, klappt das auch mit der Arbeit. Ich glaube, es wäre deutlich schwieriger, wenn
783 man ständig hinterherrennen müsste. Dann wäre das, glaube ich, nochmal deutlich
784 anstrengender. Aber so funktioniert das einfach sehr gut. Es ist ja auch nicht dreckig irgendwo.
785 Ich meine wir haben hier eine Reinigungsfirma drin. Klar, da muss man auch immer gucken,
786 ob das funktioniert. Oder muss man was monieren und so weiter. Auch die Küche ist spätestens
787 am nächsten Morgen immer aufgeräumt. Die Spülmaschine wird ausgeräumt. Also da ist nichts,
788 wo ich ständig hinterherrennen muss. Das erleichtert natürlich vieles. #00:39:03#

789

790 I: Ja, auf jeden Fall. #00:39:05#

791

792 B: Also wenn ich mir vorstelle, dass ich das jetzt jedes Mal noch machen müsste .../ Das wäre
793 schon anstrengend, glaube ich. Weil dann würde man fast nur noch Hausmütterchen spielen
794 und könnte sich gar nicht mehr auf die inhaltlichen Dinge konzentrieren. #00:39:13#

795

796 I: Ja. #00:39:14#

797

798 B: Ansonsten ist es natürlich schon .../ Mit den Mietverträgen, das alles zu koordinieren. Dann
799 die Abrechnung. Denn immer, wenn der neue Monat kommt, muss ja Geld eingesammelt
800 werden. Aber das ist eine spannende Aufgabe. #00:39:28#

801

802 I: Ja. Okay. (...) Die Preispolitik haben Sie jetzt wahrscheinlich seit 2017 noch nicht verändert?
803 #00:39:36#

804

805 B: Nee. Wir haben .../ Nee, wir fangen ab 200 Euro im Monat an, 100 Euro für Studenten.
806 Tagesticket 20 Euro. Und wir haben eben gesagt, wenn sich hier mal ein Großkonzern für
807 interessiert, der würde deutlich mehr als 200 Euro zahlen. Die können dann auch .../ Das ist das
808 Einzige, was wir abgeändert haben. Auch auf der Internetseite. Vorher stand da 200 Euro als
809 Standard. Jetzt haben wir geschrieben ab 200 Euro, weil ich jetzt schon ein paar Anfragen hatte,
810 warum man mehr zahlen soll. Ich sage dann klar: "Diese 200 Euro gelten nur für Startups und
811 für kleine und mittelständische Unternehmen. Für andere gilt was Anderes." #00:40:15#

812

813 I: Ja. #00:40:17#

814

815 B: Das ist das Einzige, was wir geändert haben. Ansonsten ist eigentlich an der Preispolitik
816 bisher noch nichts passiert. Im Moment wollen wir auch nicht daran schrauben. Es kann aber
817 vielleicht durchaus sein, dass vielleicht in eins/zwei Jahren entweder aus dem Preis was
818 rausgenommen wird oder wir die Preise etwas anpassen und dafür alles andere kostenfrei
819 lassen. Das muss die Entwicklung zeigen, wie sich das auch mit den Einnahmen entwickelt und
820 so weiter. Und den Ausgaben. #00:40:39#

821

822 I: Wunder. Dann bedanke ich mich soweit schon mal sehr herzlich. #00:40:42#

823

824 B: Ach, sind wir durch? #00:40:43#

1 **Origin**

2

3 B: Bei der Gelegenheit sind wir dann über dieses Büro gestolpert und haben gesagt: "So, vor
4 allen Dingen wollen wir arbeiten. Aber das ist natürlich zu groß, wir sind zu viert insgesamt."
5 Das ist viel zu groß für vier Personen. Und dann haben wir gesagt: "Gut, wir wollen trotzdem
6 hier arbeiten! Und müssen wir uns halt noch ein paar Leute dazu suchen." Und so sind wir halt
7 dann dazu gekommen, nachdem wir halt auch irgendwie selber in Coworking Spaces waren.
8 Und dort auch gesehen haben, wie groß da der Bedarf an Arbeitsplätzen ist und so. Und da wir
9 uns jetzt aber auch, sag' ich mal, räumlich in den letzten Spaces nicht so wohl gefühlt haben,
10 dachten wir: "Okay, wir machen was Eigenes." Aber halt, wie gesagt, wollten wir halt auch
11 nicht irgendwo irgendwas nehmen, sondern halt einen schönen Ort. Und dann haben wir
12 gedacht: "Okay, dann machen wir das halt noch ein bisschen mit." #00:00:54#

13

14 I: Okay. Also die Idee war nicht vor der Bürosuche da. Sondern die Bürosuche hat sozusagen
15 die Idee ausgelöst das zu machen? #00:01:00#

16

17 B: Ja. #00:01:02#

18

19 I: Okay. Cool. Jetzt hast Du eigentlich schon meine nächsten zwei/drei Fragen beantwortet.
20 Hast Du irgendwas studiert? Oder hast Du irgendeinen speziellen Abschluss im
21 Medienbereich? #00:01:10#

22

23 B: Ja. Ich habe Kommunikationsdesign studiert. Mein Mitgründer Christoph hat das Gleiche
24 studiert. Also wir kennen uns auch vom Studium seit vielen Jahren. Seit 2006. Wir haben immer
25 wieder als Freelancer zusammen an Projekten gearbeitet. Und haben dann halt letztes Jahr die
26 GmbH .../ #00:01:33#

27

28 I: Ach, da hat sich dann auch erst die Medienagentur gebildet? #00:01:35#

29

30 B: Genau. Ja, ja. Also wir haben vorher als GbR zusammengearbeitet. Aber dass wir jetzt
31 offiziell firmiert sind so was, das haben wir letztes Jahr gemacht. #00:01:43#

32

33 I: Ach, cool. Okay. Und wie viele Kunden, sag' ich jetzt mal, habt ihr denn jetzt hier?
34 #00:01:52#

35

36 B: Ja. Also ich habe ja auch schon mal gesagt, wir haben so ein bisschen Gemeinschaftsbüro
37 als Coworking, sag' ich mal. Und das heißt, wir haben einige Teams hier sitzen. Also unten sitzt
38 noch ein anderes Team, das sind fünf Personen. Halt eine Firma mit fünf Personen. Ansonsten
39 haben wir hier an Laufkundschaft .../ Im Moment ist es wirklich auch ruhiger wegen den
40 Sommermonaten. Da sind viele weg. Das heißt, wir haben im Moment noch zehn, die jetzt im
41 Moment noch regelmäßig reinkommen zusätzlich. Also bis auf unsere eigenen Mitarbeiter sind
42 wir so insgesamt, glaube ich, bei knapp zwanzig Personen. Wir hatten bis vor vier Wochen
43 ungefähr die komplette obere Etage an eine Firma vermietet. Das waren im Endeffekt .../
44 Deswegen sind die auch raus. Weil es dann doch auch zu eng wurde. Es waren am Ende vierzig
45 Leute. #00:02:46#

46

47 I: Ach, okay. #00:02:48#

48

49 B: Das war ein bisschen eng. Und, genau, waren wir auch selber im Urlaub. Wir haben jetzt im
50 Moment noch nicht wirklich den riesen Drive gehabt hier wieder Leute reinzuholen. Aber
51 prinzipiell ist das auch so das Modell, dass wir uns wünschen. Dass sich hier eine Firma oder
52 zwei Firmen reinsetzen, dass die sich den Platz hier oben so ein bisschen teilen. Dass wir dann
53 unten aber natürlich die Sachen dann gemeinschaftlich nutzen können. #00:03:11#

54

55 I: Und hattet ihr .../ Und wie war eure Auslastung letztes Jahr zum Ende des Jahres, nachdem
56 ihr eröffnet hattet. #00:03:17#

57

58 B: Da waren wir gerappelt voll! #00:03:17#

59

60 I: Gerappelt voll? #00:03:18#

61

62 B: Also hier oben war komplett vermietet, das waren dreißig Leute, die haben halt den Meeting-
63 Raum komplett mitgenutzt. Und unten war es voll. Also wir waren wirklich bis unter das Dach
64 voll. Also es sind dann insgesamt knapp sechzig Plätze oder so was. #00:03:34#

65

66 I: Cool. Und was würdest Du sagen ist ein entscheidender Punkt, um einen Coworking Space
67 erfolgreich betreiben zu können? #00:03:44#

68

69 B: Ja. Ich glaube so ein bisschen Flexibilität. Also das haben uns einige Leute, die hier von
70 anderen Coworking Spaces hinkamen, gesagt. Du hast halt diese großen Coworking Spaces wie

71 WeWork oder Factory oder so was. Mit denen kann und will man nicht wirklich konkurrieren.
72 Weil die haben halt Millionen Fundings dahinter und haben da ihre relativ strikten Strukturen.
73 Das war aber auch eigentlich gar nicht so unter Ziel. Also dass man hier reinkommen kann und
74 sagen: "Okay, kommst Du heute nicht, dann kommst Du morgen." So ungefähr. Also wir sind
75 was Preise oder Sonderevents oder sonst irgendeinen Kram angeht eigentlich immer relativ
76 flexibel. Weil das gehört uns, wir sind zurzeit hier. Wir sind meistens auch persönlich hier. Und
77 wir können sagen: "Setze Dich doch einfach mal eine Woche hierhin. Und wir werden uns
78 schon irgendwie einig darüber, ob Du uns danach was dafür gibst oder halt irgendwie einfach
79 mal Deinen Freunden davon erzählst." Also so ein bisschen so. Also Erfolg ist ja dann auch
80 immer die Frage .../ Die Frage ist halt, wie man das definiert. Ob man das jetzt in Zahlen
81 bemisst? Also unser primäres Ziel ist ja nicht, damit Geld zu verdienen. #00:05:04#

82

83 I: Sondern das abzudecken hier? #00:05:05#

84

85 B: Genau. Also wir sind halt eigentlich ganz froh, wenn unsere Miete bezahlt ist und dann
86 umsonst das schöne Büro nutzen können. #00:05:17#

87

88 I: Ja. #00:05:18#

89

90 B: So. Und wenn das erreicht ist, dann sind wir schon erfolgreich. Und ich glaube da gehört
91 nicht so viel zu. Aber wenn man dann halt Leute in ein bisschen in so ein paar Strukturen
92 reinzwingt .../ Das war zum Beispiel auch meine Erfahrung im letzten Coworking Space. Und
93 ich dachte so: "Okay, wir haben hier jetzt einmal die Woche unsere Community Events. Und
94 da musst Du dran teilnehmen!" So ungefähr. Oder: "Du musst Dich jedes Mal ein- und
95 auschecken, wenn Du kommst und wir rechnen hier irgendwie einen Minutenpreis ab."
96 #00:05:47#

97

98 I: Gibt es so was? #00:05:48#

99

100 B: Ja, das war bei dem letzten so. #00:05:49#

101

102 I: Ach, krass. Mit ein- und auschecken? #00:05:50#

103

104 B: Ja, genau. #00:05:50#

105

106 I: Okay. Verrückt. Das habe ich auch noch nicht gehört. #00:05:53#
107
108 B: Das war nichts für uns. Oder die dann auch teilweise noch irgendwie Geld machen. Oder die
109 Kosten decken über Cost Setting von irgendwie Kaffee und Kuchen so ungefähr. Das war nichts
110 für uns. #00:06:13#
111
112 I: Ja, klar. Und macht ihr grundsätzlich so irgendwelche Networking-Events? Oder legt ihr da
113 Wert drauf, dass hier so was stattfindet? Oder seid ihr da einfach .../ #00:06:19#
114
115 B: Doch, das auf jeden Fall. Also wir haben ja unten quasi eine kleine Bühne, die man benutzen
116 kann. Wir machen selber mal so ab und zu Meet-Ups zu bestimmten Themen, in denen wir halt
117 arbeiten. Aber wir vermieten aber dafür auch den Raum. Wir hatten da auch schon verschiedene
118 Events aus ganz unterschiedlichen Bereichen. Was so wirklich Software angeht. Aber wir
119 hatten auch schon Social Events, wo Kinder irgendwie Robotik gelernt haben. Wir hatten hier
120 mal einen Fermentationsworkshop. Also alles dabei so ungefähr. Aber im Moment halt wie
121 gesagt, durch die Sommerpause ist das auch alles relativ runtergefahren. #00:07:02#
122
123 I: Ja. Und wenn jetzt Leute kommen und sich bei euch einbuchen wollen, achten ihr da schon
124 darauf, dass irgendwie die Mischung passt? Oder was für eine Art Unternehmen das ist? Oder
125 sagt ihr einfach: "Wenn es passt, dann passt das." #00:07:11#
126
127 B: Nee. Also, genau. Wir sagen halt immer so: "Komm' mal hin, setze Dich mal eins/zwei Tage
128 hin. Und guck' mal, ob es passt." Und es gibt halt einfach Leute, die merken halt auch relativ
129 schnell selber, dass es nicht passt. Also wenn jetzt jemand halt irgendwie im Outbond-
130 Marketing arbeitet und den ganzen Tag halt irgendwie ins Telefon schreit, dann ist der vielleicht
131 nicht der beste Kandidat für einen Coworking Space. Und das merkt man dann, glaube ich,
132 auch relativ schnell selber. Beziehungsweise .../ #00:07:40#
133
134 I: /... kriegt man halt mit. #00:07:41#
135
136 B: Das kriegt man halt irgendwie mit so. Aber im Prinzip ist das erstmal offen für alle. Wir
137 haben auch eine ganz bunte Mischung hier von Schreibern, Softwareentwicklern, Designern,
138 Architekten. #00:07:56#
139
140 I: Ja. #00:07:58#

141
142 B: Also alles Mögliche. #00:07:59#
143
144 I: Cool. Und das hier oben hast Du gesagt ist eher so der ruhigere Raum. #00:08:03#
145
146 B: Genau. #00:08:04#
147
148 I: Eben wird eher gesprochen. #00:08:05#
149
150 B: Genau. #00:08:07#
151
152 I: Wie viele Quadratmeter sind das jeweils. #00:08:09#
153
154 B: Das sind jeweils zirka hundert Quadratmeter. Also etwas drüber. #00:08:13#
155
156 I: (...) Ihr habt es jetzt aber auch nicht so, dass gewisse Bereiche nur von Firmen reserviert
157 werden können und andere .../ #00:08:23#
158
159 B: Nee. Das ist jetzt auch nicht so ultra strikt. Also hier oben ist jetzt auch kein Sprechverbot.
160 Und ich meine unten gibt es auch Leute, die sagen, dass sie trotzdem lieber unten sitzen. Da ist
161 halt die Küche und da ist es ab und zu ein bisschen lauter. Wenn jemand kocht oder wenn sich
162 in der Küche welche beim Essen unterhalten. Die machen auch manchmal ein bisschen Musik
163 an oder so was. Aber halt immer so, dass halt irgendwie die Leute, die da sind sich nicht gestört
164 fühlen. Sonst haben sie ja auch immer noch die Möglichkeit hoch zu gehen und auszuweichen.
165 #00:08:54#
166
167 I: Ja. Okay. Super. So. Habt ihr irgendwie jetzt spezielle Regeln? Oder so eine Art Code of
168 Conduct, den ihr am Anfang vermittelt? #00:09:06#
169
170 B: Ich glaube .../ Nee, haben wir nicht. Also wir haben keine Einführung. Also wir haben
171 einfach das Übliche, was man halt so voraussetzen kann. Also irgendwie nichts Illegales, nichts
172 Rassistisches, nichts Sexistisches und so was hier betreiben. Das versteht sich aber, glaube ich,
173 von selbst. Wir haben halt AGB, wo das halt drinsteht. Aber das ist so .../ Ich glaube .../ Wir
174 zeigen die auch nicht: "Les' Dir das mal durch und unterschreib' das!" Aber ansonsten geht bei
175 uns relativ viel wirklich so auf der Vertrauensbasis. Also wir haben auch irgendwie was zum

176 Beispiel Getränke und Snacks und so was angeht .../ Also wir haben halt unten Kaffee, Getränke
177 und so was stehen und die stellen wir da immer hin. Und wenn man was nimmt, dann schmeißt
178 man halt was in die Kaffeetasse. Und wenn die Getränke leer sind, gehen wir halt von dem Geld
179 was Neues kaufen. Und wenn das halt nicht passt, dann gehen wir halt weniger kaufen so
180 ungefähr. Und so ungefähr funktioniert halt der ganze Space im Endeffekt. Wenn Du sagst:
181 "Hier, ich suche gerade einen Arbeitsplatz für eine Woche. Aber ich habe nicht wirklich viel
182 Geld." Dann sagst Du: "Okay, setz' Dich hin. Und dann machst Du mal ein bisschen Werbung
183 für uns." Oder so was. #00:10:19#

184

185 I: Cool. Also das funktioniert auch so auf der Vertrauensbasis? #00:10:19#

186

187 B: Ja. #00:10:21#

188

189 I: Cool. Also braucht ihr in dem Sinne dann auch keine Kontrolle et cetera für das, was hier
190 abgeht? Sondern das läuft so? #00:10:26#

191

192 B: Nee. #00:10:28#

193

194 I: Ja. #00:10:29#

195

196 B: Da machen wir auch eigentlich nichts. #00:10:29#

197

198 I: Ja. Und habt ihr spezielle Arbeitszeiten? Oder seid ihr vierundzwanzig Stunden .../ Also
199 kriegen die Leute einen Schlüssel? Oder wie ist das? #00:10:36#

200

201 B: Also beides. Wir haben .../ Also normalerweise haben wir .../ Wir arbeiten selber hier. Und
202 von uns ist eigentlich immer jemand von 9.00 Uhr bis 18.00 Uhr da. So, irgendjemand
203 zumindest, der einen Schlüssel hat. Wenn Du jetzt aber schon weißt, dass Du halt manchmal
204 länger was machen musst oder halt irgendwie eine Veranstaltung abends hier noch gerne
205 machen willst, dann kriegst Du halt einen Schlüssel so ungefähr. Prinzipiell ist es kein 24-
206 Stunden-Access, sondern in Ausnahmen .../ Also das kostet auch nichts extra oder so was, wenn
207 Du sagst: "Ich würde ganz gerne heute mal länger machen, weil ich noch irgendwie ein
208 Telefonat mit den USA habe." Oder so was. #00:11:18#

209

210 I: Okay, cool. Und ich habe jetzt gerade unten schon gesehen, dass ihr hier einen Hund habt.
211 Es können also Hunde mitgebracht werden. Kinder auch? #00:11:25#
212

213 B: Ja. Also das hatten wir bisher noch nicht. Aber da haben wir jetzt prinzipiell erstmal nichts
214 gegen. Auch da muss man halt gucken .../ Also der Hund ist jetzt .../ Gut, das ist auch unser
215 Hund. Aber wir hatten auch schon andere Hunde hier. Und solange die sich .../ Auch da muss
216 man gucken, dass die halt niemanden stören. Bisher hat sich noch niemand über den Hund
217 beschwert, sag' ich mal so. Aber wenn der Hund jetzt irgendwie Leute belästigt oder sich Leute
218 sich von dem, aus welchem Grund auch immer, belästigt fühlen, dann muss man halt gucken.
219 Dann passt der hier vielleicht nicht so gut hin. #00:11:54#
220

221 I: Ja. #00:11:55#
222

223 B: Und das Gleiche ist es halt mit Kindern. Wenn das Kind irgendwie die ganze Zeit rumschreit,
224 dann .../ #00:11:59#
225

226 I: /... bringt es nichts? #00:12:01#
227

228 B: Ja. Dann ist es vielleicht auch nicht unbedingt der beste Platz für das Kind. Aber auch da
229 muss man gucken, dass die Leute, die halt dann hier sitzen, entsprechend damit einverstanden
230 sind. #00:12:09#
231

232 I: Ja. Alles klar. Und würdest Du sagen, hier herrscht untereinander ein eher formeller Umgang.
233 Oder ist das schon eher alles sehr lässig und so ganz entspannt. #00:12:20#
234

235 B: Das ist sehr lässig. Genau. Also das ist auch wichtig, dass es entspannt bleibt. #00:12:33#
236

237 I: Was für Services bietet ihr an? Also wahrscheinlich WLAN und drucken. Auch so was wie
238 Postbox? #00:12:42#
239

240 B: Ja. Also wir haben WLAN-Zugang. Firmen, die hier länger sitzen, haben auch ein eigenes
241 WLAN und Netzwerk. Wir haben drucken und scannen. Wir haben eine Dusche. Die hat noch
242 nie jemand genutzt. Stimmt gar nicht, die hat sogar schon mal jemand genutzt. Man kann sich
243 hier die Post auch hinschicken lassen. Die eine Firma macht das schon, weil die hat hier auch
244 offiziell ihre Firmenadresse angemeldet. Und die haben wir auch unten dran geklebt. Ansonsten

245 .../ Wir haben es jetzt so im Sinne von: "Melde Dich hier an und schreibe drauf 'bei Origin
246 Berlin' und wir holen es aus dem Postkasten und legen es Dir oben auf den Schreibtisch." Das
247 ist kein Problem. Aber wir machen kein großes Postmanagement oder sonst irgendwas. Wir
248 haben Locker, elektronische Locker, wo man seine Sachen auch mal einschließen kann. Ja. Und
249 mit Services, sag' ich mal, war es das dann. #00:13:55#

250

251 I: Wenn sich jetzt jemand irgendwelche speziellen Services wünscht oder irgendwas Spezielles
252 braucht, seid ihr dann da relativ offen gegenüber? #00:14:02#

253

254 B: Ja. #00:14:03#

255

256 I: Also würdet ihr das dann versuchen zu ermöglichen? #00:14:03#

257

258 B: Ja. Auf jeden Fall. Also machen wir auch regelmäßig. Dann sagen wir irgendwie .../ Zuletzt
259 waren ein großes Thema natürlich Ventilatoren und so. Das heißt, da haben wir nochmal
260 irgendwie geguckt, was wir .../ Also Ventilatoren sind in Berlin natürlich ausverkauft.
261 #00:14:22#

262

263 I: Ja, sowieso (lacht). #00:14:23#

264

265 B: Aber da haben wir geguckt, was wir noch zu Hause hatten und das halt mitgebracht, um das
266 Ding hier halt irgendwie halbwegs kühl zu halten. Oder Leute haben sich hier auch schon mal
267 Gardinen gewünscht oder so. Also solche Geschichten. #00:14:34#

268

269 I: Ja. #00:14:37#

270

271 B: Also wir sind ja auch froh darüber .../ #00:14:38#

272

273 I: /... wenn man so ein Feedback kriegt? #00:14:41#

274

275 B: Also wenn die sagen, was sie noch brauchen und was wir da machen können. #00:14:42#

276

277 I: Ja, cool. Okay. Können jetzt die Leute, die hier arbeiten, auch mal einen Kunden von sich
278 empfangen? #00:14:52#

279

280 B: Ja. #00:14:53#
281
282 I: Dann mieten sie zum Beispiel den Meeting-Room und können da .../ #00:14:55#
283
284 B: Genau. Auf jeden Fall. #00:14:56#
285
286 I: Ja. #00:14:57#
287
288 B: Genau. Wir haben halt auch so einen Meeting-Room. Und eigentlich alles, was hier ist,
289 Meeting-Room, Telefonbox und so weiter und so fort ist quasi alles inklusive ohne Extrakosten.
290 Und wir haben da so ein Buchungssystem für. Also, jetzt halt, wenn das nicht gebucht ist .../
291 Oder ich glaube ich habe es sogar gebucht für uns .../ Aber, wenn es nicht gebucht ist, dann
292 kann man da auch einfach reingehen. Aber wenn jemand sagt: "Ich stehe auf dem Plan!"
293 #00:15:23#
294
295 I: Dann muss man raus? #00:15:23#
296
297 B: Dann muss man entsprechend raus. Genau. Und das kann man dann auch einfach nutzen.
298 Da kann man auch mit Kunden hin. #00:15:32#
299
300 I: Cool. Ich glaube, Du hast vorhin schon gesagt .../ Also ihr habt jetzt keine spezielle
301 Willkommensmaßnahme, wenn jemand kommt? Sondern der kriegt so die Infos .../ #00:15:40#
302
303 B: Der kriegt ein Glas Wasser und einen WLAN-Schlüssel. So ungefähr. #00:15:44#
304
305 I: Ja. Okay. #00:15:45#
306
307 B: Klar, mal irgendwie eine kleine Runde drehen. Aber jetzt nichts irgendwie nach einem
308 Protokoll oder so was von wegen: "Wir machen jetzt das und das." Also das passiert dann
309 irgendwie aus eigenem Interesse. Wenn dann jemand kommt, dann will man ja auch irgendwie
310 schon wissen, wer das ist. Und wenn es dann halt gerade passt, dann isst man schon mal
311 zusammen eine Kleinigkeit oder so was, wenn wir eh gerade mittags was machen oder so. Aber
312 das ist jetzt eher aus eigenem Interesse so. #00:16:12#
313
314 I: Nichts fest Geplantes? #00:16:12#

315

316 B: Um die Leute mal kennenzulernen so ein bisschen. #00:16:14#

317

318 I: Ja. Und wie vermarktet ihr den Space? #00:16:22#

319

320 B: Im Endeffekt haben wir so Social Media Seiten. Facebook. Instagram und so was. Wir haben
321 eine eigene Webseite natürlich. Und ansonsten .../ Nee, stimmt gar nicht. Wir haben auch noch
322 ShareDnC, das ist so eine Webseite für Coworking Spaces. Da haben wir uns auch irgendwie
323 .../ Das sind im Prinzip so kostenlose Directoires. Da haben wir uns auch mal angemeldet. Aber
324 wir haben da jetzt kein großes Marketing-Budget oder so was für abgestellt, um den Space
325 bekannter zu machen. #00:17:01#

326

327 I: Aber er ist so auch relativ bekannt, oder? #00:17:04#

328

329 B: Wir profitieren halt so ein bisschen davon, dass hier früher mal ein Coworking Space war.
330 Das Agora war hier früher mal. Und viele Leute kommen dann und sagen: "Agora?" - "Nee, ist
331 es nicht mehr. Aber wir sind auch ein Coworking Space. Also kannst Du einfach hierbleiben."
332 So ungefähr. #00:17:18#

333

334 I: Ach, das ist natürlich echt ein Vorteil. #00:17:20#

335

336 B: Ja. #00:17:23#

337

338 I: Ach, cool. (...) Berichtet ihr in irgendeiner Art darüber, was es hier so für Projekte gibt? Oder
339 wenn irgendwelche Firmen was Tolles erreichen? Oder was hier so passiert? #00:17:40#

340

341 B: Eigentlich nur bei uns selber halt. Aber selbst das eigentlich nicht (lacht). Also nee.
342 #00:17:49#

343

344 I: Unterstützt hier jetzt die Leute, die hier arbeiten, wenn ihr jetzt zum Beispiel denkt: "Ah,
345 okay, bei den zweien, da könnte sich irgendwie eine Partnerschaft oder eine Allianz ergeben."?
346 Stellt ihr da Kontakt her? #00:17:59#

347

348 B: Nee. Also wir haben selbst schon davon profitiert, dass da irgendwie eine Firma war, die
349 gesagt hat: "Wir können das!" Und wir haben dann halt auch mit den Leuten schon irgendwie

350 Projekte gemacht. Es ist auch schon passiert, dass Leute untereinander, also ohne uns, Projekte
351 gemacht haben. Aber wir sagten jetzt halt nicht .../ #00:18:18#
352
353 I: "Ihr zwei passt zusammen"? #00:18:19#
354
355 B: Genau. Also wir haben so ein schwarzes Brett. Da kann man auch dranhängen: "Suche
356 jemanden." Aber das ist auch alles was wir machen, so ungefähr. #00:18:31#
357
358 I: Alles klar. Und hat mal jemand den Space verlassen, weil sie jetzt schon so groß gewachsen
359 sind? Wahrscheinlich diese Firma mit den vierzig Leuten? #00:18:38#
360
361 B: Genau. #00:18:40#
362
363 I: Also das kam schon mal vor? #00:18:40#
364
365 B: Ja. #00:18:41#
366
367 I: Okay. Wenn ihr jetzt die Wahl hättet, was würdest Du auswählen: Lieber eine Person, die
368 lange hier ist, aber wenig unternehmerischen Spirit mitbringt? Oder eine Person, die jetzt nicht
369 so lange hier ist, aber dafür halt sehr unternehmerisch ist, sehr jung und Startup mäßig?
370 #00:18:56#
371
372 B: Lieber langfristig. Ja. #00:18:59#
373
374 I: Okay. Habt ihr das hier sozusagen aus eurem eigenen Budget gestemmt. Oder habt ihr
375 Investoren, die mit drin sind? #00:19:08#
376
377 B: Nee, das ist alles komplett .../ Da haben wir unser eigenes Erspartes auf den Kopf gehauen.
378 #00:19:14#
379
380 I: (lacht) Und es ist jetzt auch nach wie vor so. Also es haben sich mittlerweile auch keine .../
381 #00:19:17#
382
383 B: Ja. Genau. Also wir haben zwei Gesellschafter und haben das fünfzig/fünfzig aufgeteilt.
384 #00:19:29#

385
386 I: Und kannst Du in Prozent sagen, wie sehr ihr jetzt dieses Jahr im Vergleich zum letzten Jahr
387 eure Gewinne gesteigert habt? #00:19:37#
388
389 B: Was Coworking angeht würde ich sagen minus fünfzig oder so was. Und was unser eigenes
390 Geschäft angeht plus hundert oder so. #00:19:48#
391
392 I: Okay. Gut. (...) Und wie viele Kunden habt ihr letztes Jahr durchschnittlich gewonnen?
393 #00:19:58#
394
395 B: Jetzt an Personen? #00:19:59#
396
397 I: Mhm [bestätigend]. #00:20:00#
398
399 B: Ja, da wir letztes Jahr angefangen haben, würde ich sagen, waren es dann so sechzig.
400 #00:20:03#
401
402 I: Alle sechzig. Und verloren? #00:20:07#
403
404 B: Knapp .../ Also wenn wir jetzt ungefähr zwanzig sind, dann halt vierzig. Die dann hier quasi
405 mit der Firma komplett rausgegangen sind. #00:20:14#
406
407 I: Ja. Und was würdest Du sagen unterscheidet euern Space zu den von der Konkurrenz?
408 #00:20:21#
409
410 B: Ja. Also zum einen, dass wir halt, glaube ich, ein bisschen unsere eigenen Kunden sind. Also
411 dass es uns halt auch selber wichtig ist, dass hier eine gute Atmosphäre ist. Und wir sind auf
412 jeden Fall heller als die meisten anderen Coworking Spaces. Genau. Der wesentliche Punkt ist
413 eigentlich, dass .../ Wir haben den Coworking Space nicht des Coworking Spaces wegen
414 aufgemacht. Und dementsprechend sind einige Dinge vielleicht ein bisschen laissez-faire
415 gegenüber anderen Coworking Spaces. #00:21:07#
416
417 I: (...) Okay. Und messt ihr irgendwie die Zufriedenheit eurer Kunden? Oder merkt ihr das
418 einfach im persönlichen Gespräch? #00:21:16#
419

420 B: Genau. Ja, ja. Also wir machen keine qualitativen Erhebungen oder so was. #00:21:23#

421

422 I: Was würdest Du sagen ist die größte Herausforderung? #00:21:26#

423

424 B: Die größte Herausforderung ist vielleicht so ein bisschen .../ Was ich eben meinte, dass halt
425 nicht nur für Dich selber ansprechend sein soll. Sondern da sind ja noch andere Leute, die
426 vielleicht andere Ansprüche an so einen Space haben. Die halt auch zu hören und dann auch
427 irgendwie entsprechend zu befriedigen. Genau. Also da muss man schon ein bisschen Empathie
428 aufbringen für die Bedürfnisse anderer. Aber das klappt eigentlich ganz gut. #00:22:04#

429

430 I: Gut (lacht). (...) Habt ihr jetzt die Preise geändert von den Arbeitsplätzen seitdem ihr
431 aufgemacht habt? Oder ist das seitdem gleichgeblieben. #00:22:16#

432

433 B: Nee. Das sind die gleichen Preise. Also wir haben uns halt daran orientiert, was wir selber
434 vorher in anderen Coworking Spaces bezahlt haben. Und wir haben .../ Und wir wollten jetzt
435 weder einen Kampfprijs machen, noch halt irgendwie einen Luxus Space hier eröffnen. Und
436 entsprechend haben wir so einen Mittelwert genommen und geguckt, dass wir halt selber unsere
437 Kosten decken können. #00:22:40#

438

439 I: Ja. #00:22:41#

440

441 B: Und das sind dann halt so Standardpreise. #00:22:43#

442

443 I: Habt ihr auch verschiedene Modelle? #00:22:44#

444

445 B: Genau. Ja. Wir haben diesen Flex Desk, Fix Desk und Week Pass. #00:22:51#

446

447 I: Also drei? #00:22:51#

448

449 B: Und halt Team Spaces. Also quasi .../ Also wir haben Flex Desks für 175 Euro. Fix Desk für
450 250 Euro. Und einen Week Pass für 75 Euro. Das sind halt quasi 5-Tages-Tickets, wenn man
451 so will. Die müssen auch nicht an einem Stück genommen werden, in einer Woche. Das sind
452 halt einfach fünf freie Eintritte. #00:23:13#

453

454 I: Ja. #00:23:16#

455

456 B: Und quasi für Teams, die setzt sagen: "Wir wollen einen ganzen Tisch und längerfristig was
457 machen." Da haben wir eh quasi Sonderkonditionen, die wir dann jedes Mal aushandeln.
458 #00:23:28#

459

460 I: Okay. Eine letzte Frage noch: Wie würdest Du einschätzen, ist es den Leuten, die hier
461 arbeiten, sehr wichtig eine Community zu haben und zu networken? Oder würdest Du sagen,
462 die sind einfach hier zum Arbeiten und die gehen mal zu einer Feierabend Happy Hour?
463 #00:23:42#

464

465 B: So/so. Also beides würde ich sagen. #00:23:44#

466

467 I: Beides? #00:23:45#

468

469 B: Ja, genau. Also ich glaube vielen ist es wichtiger, dass es dieses Angebot gibt, mal irgendwas
470 zu machen. Aber nicht quasi .../ #00:23:59#

471

472 I: /... so auferlegt. #00:24:00#

473

474 B: Erstens nicht auferlegt. Aber vor allem ist das auch nicht der Grund, sag' ich mal. Die suchen
475 halt in erster Linie einen Arbeitsplatz und dann Community. #00:24:06#

1 **Red Bok**

2

3 I: Okay. So. Habt ihr hier in eurem Space irgendwie so Regeln? Habt ihr unten Telefonboxen?
4 Wie handhabt ihr das so? #00:00:11#

5

6 B: Wollen wir haben (lacht). Wir sind dabei welche zu holen. Wir haben unten zwei
7 Besprechungsräume, einen großen und einen kleinen. Und eigentlich vermieten wir die. Aber
8 jetzt zum Beispiel den kleinen haben wir aufgemacht für Telefonate, damit es hier oben halt
9 nicht so laut wird. Weil der Sound trübelt schon ganz schön. Aber ansonsten sind die Leute,
10 die hier sind, nachsichtig. (...) Andere Regeln? Also wir vergeben zum Beispiel Schlüssel an
11 Leute die hier längerfristig sind. Dass die halt auch länger bleiben oder früher kommen können.
12 Also wenn man länger bei uns mietet bekommt man auch einen Schlüssel. Wir verkaufen
13 Getränke, ich weiß nicht, ob das darunterfällt. #00:01:03#

14

15 I: Ja. #00:01:04#

16

17 B: Also wir haben alles für einen Euro. Wasser, Kaffee, Mate, Cola. Also unsere Küche
18 benutzen wir eigentlich eher nicht. Beziehungsweise wir sagen auch, dass wir nicht wollen,
19 dass die Leute da kochen. Weil das eine kleine Küche ist. Die ist halt so fürs Getränke machen
20 oder vielleicht mal einen Snack oder so. Wir haben Schließfächer. (...) Und sonst weiß ich nicht
21 .../ #00:01:28#

22

23 I: Das klingt doch schon ganz gut (lacht). Und für Leute, die keinen Schlüssel haben, wie sind
24 da die Arbeitszeiten? Von 9.00 bis .../ #00:01:36#

25

26 B: /... 18.30 Uhr. #00:01:36#

27

28 I: 18.30 Uhr. Und Wochenende ist auch nur für die, die einen Schlüssel haben. #00:01:43#

29

30 B: Ja. Also eigentlich kommt keiner am Wochenende. Ich komme immer am Wochenende. Das
31 ist aber, weil ich zu Hause kein Internet habe. #00:01:47#

32

33 I: (lacht) Okay. Und jetzt unten zum Beispiel in den Besprechungsräumen, können da Kunden
34 mitgebracht werden von Coworkern? #00:01:56#

35

36 B: Ja. #00:01:57#
37
38 I: Ja. Und können irgendwie Haustiere oder Kinder oder irgendwas? #00:02:01#
39
40 B: Nee. Also wir haben .../ Also Matthias hat eine kleine drei Monate / vier Monate / fünf
41 Monate alte Tochter. Die ist immer mal hier. Aber es ist eigentlich nicht erlaubt. #00:02:11#
42
43 I: Nee. Okay. Und wie ist hier .../ Also achtet ihr darauf, dass ihr eine Community habt? Habt
44 ihr irgendwelche Community Events? #00:02:19#
45
46 B: Also das ist geplant. Geplant haben wir sehr viel. Als ich angefangen habe, habe ich gleich
47 eine Opening Week organisiert. Also eine ganze Woche, wo man umsonst Coworken und
48 Kaffeetrinken kann, damit wir halt Leute hier reinkriegen. #00:02:35#
49
50 I: Und hat das funktioniert? #00:02:36#
51
52 B: Ja und nein. Also die [unverständlich #00:02:38#] hat immer Events gemacht und die waren
53 eigentlich ziemlich gut. Also das war super. Tagsüber hatten wir ein paar Leute hier und die
54 Leute sind auch gekommen für eine Woche und so. Aber es waren Sommerferien. Und man hat
55 das total gemerkt. Also ich hätte das nie so erwartet. #00:02:56#
56
57 I: Ja. #00:02:58#
58
59 B: Genau. Also so Events machen wir noch. Wir haben dieses Wochenende zum Beispiel eins.
60 Da sind Leute das ganze Wochenende hier. Und Sonntag .../ Das ist halt so ein Design Thinking
61 Workshop mit Sustainability. Und am Sonntag machen die die Pitches. Und dann haben wir ab
62 Oktober vielleicht auch eine Salsa-Klasse einmal die Woche. #00:03:19#
63
64 I: Cool. #00:03:17#
65
66 B: Halt solche Sachen versuchen wir auch zu machen. #00:03:18#
67
68 I: Ja. #00:03:20#
69

70 B: Eigentlich so Entwicklungshilfe-spezifisch, dass es halt ins Thema mit reinpasst.
71 Beziehungsweise Nachhaltigkeit. Oder Sozialunternehmertun. Aber wir wollen auch, dass
72 Leute aus der Nachbarschaft herkommen und dass wir halt ganz viele verschiedene Leute hier
73 reinkriegen. #00:03:32#
74
75 I: Okay. Cool. Und ist der Umgang hier eher so informell? Alle duzen sich? #00:03:38#
76
77 B: Total. Ja. Wir haben unten .../ Unsere Getränkekeasse ist eine Vertrauenskeasse. Da steht eine
78 kleine Figur von Karl Marx oben drauf. #00:03:46#
79
80 I: Okay. Und wenn eure Kunden irgendwas brauchen, was ihr hier jetzt nicht habt, seid ihr dann
81 dem gegenüber offen? Versucht ihr das dann zu ermöglichen? #00:03:54#
82
83 B: Ja. Also es wenn im Bereich des Möglichen ist, dann ja. Wie gesagt, es mich sich ja
84 irgendwie auch rechnen. Aber eigentlich versuchen wir das schon. Aber es ist eigentlich sehr
85 interessant .../ Wir haben jetzt ein Angebot von jemanden, der die ganze Halle mieten möchte.
86 Und wenn wir das machen, dann müssen wir gucken .../ Dann können wir höchstens einmal die
87 Woche oder vielleicht zwei Mal im Monat Events machen. Das limitiert das natürlich auch
88 total. Man muss schon diese Balance finden zwischen .../ Wir haben Leute hier und die
89 bezahlen. Und das brauchen wir, weil wir haben so viel Geld hier reingesteckt. Aber
90 gleichzeitig nehmen die dann auch dieses Community Feeling raus. #00:04:43#
91
92 I: Aber ihr seid dann schon so, dass ihr aktiv auswählt wer hier reinkommt, um diesen
93 Entwicklungshilfe- und Nachhaltigkeitsaspekt im Hintergrund zu haben? #00:04:50#
94
95 B: Das ist wirklich das, was wir schon oft besprochen haben. Wir wissen es einfach nicht?
96 #00:04:55#
97
98 I: Das ist eher so Zukunftsmusik jetzt? #00:04:56#
99
100 B: Ja, genau. #00:04:58#
101
102 I: Gerade, wenn noch nicht so viele kommen? #00:04:58#
103

104 B: Genau. Also wir würden es gerne. Und es ist auch wirklich was, was wir diskutiert haben.
105 Ob wir das sehr limitieren. Oder ob das denn wirklich so unser Fokus sein soll, ob es Kunden
106 dieser Art gibt. Ich meine, das ist jetzt auch interessant. Die Nächsten sind auch so ein bisschen
107 in dem Bereich. Nicht ganz, aber man kann es schon mit reinzählen. Aber ich muss ganz ehrlich
108 sagen: Am Anfang war es sehr auf: "Wir wollen nur Entwicklungshilfe!" Dann jetzt ist es eher
109 auf Profit. Weil es sich erstmal rechnen muss. Und ich denke mal, sobald wir dann wir ein
110 bisschen Kapital haben .../ #00:05:34#

111

112 I: /... dann kann man wieder schauen, dass man da in eine Richtung geht. #00:05:36#

113

114 B: Ja. Genau. #00:05:39#

115

116 I: Wenn jetzt hier jemand neu anfängt und neu in die Community kommt, hast Du / macht ihr
117 irgendwas, um ihn willkommen zu heißen? Gibt es irgendein Ritual? #00:05:46#

118

119 B: Ich habe eines angefangen. #00:05:47#

120

121 I: Cool. #00:05:48#

122

123 B: Aber wir haben das .../ Wie gesagt, die waren jetzt unsere ersten großen Kunden sozusagen.
124 Und ich mache halt erstmal die ganze Introduction, wie der ganze Space funktioniert und so.
125 Ich habe immer kleine Willkommensgeschenke und so. Ich kann Dir das mal zeigen. Auf die
126 Tische kommt dann immer so ein bisschen so was mit "Willkommen". Und Süßigkeiten und
127 so. #00:06:17#

128

129 I: Voll cool. #00:06:18#

130

131 B: Dass das halt ein bisschen schön aussieht. Dass sich die Leute halt willkommen fühlen. Und
132 dann versuche ich auch .../ Ich habe eigentlich immer persönliche Gespräche mit den Leuten,
133 wenn die reinkommen. Ich frage, was die machen und so. Und wenn ich dann weiß: "Ach, das
134 würde mit dem gut zusammenpassen, dann stelle ich die auch einander vor." #00:06:33#

135

136 I: Okay. #00:06:34#

137

138 B: Also, wie gesagt, bei uns ist das noch sehr überschaubar. #00:06:38#

139
140 I: Perfekt. Also er regt das dann schon an, dass da auch genetworkt wird und so? #00:06:44#
141
142 B: Genau. #00:06:45#
143
144 I: Und wie vermarktet ihr jetzt das Red Bok? #00:06:50#
145
146 B: Ach Gott. Also ich hatte mit Social Media angefangen. Aber ich mache es nicht mehr
147 wirklich. Eigentlich eher weil, weil das [unverständlich #00:07:00#]. #00:07:03#
148
149 I: Mhm [bestätigend]. #00:07:03#
150
151 B: Aber wir haben halt ganz viel Social Media gemacht. Die Events waren da. Die Opening
152 Week war unser großes Marketing-Ding sozusagen. Ich schaue jetzt auch auf verschiedenen
153 Webseiten, wenn man irgendwo einen Eintrag reinstellen kann. Wir haben halt auch ein paar
154 Leute, die hier ein Event gemacht haben. Und dann haben die uns, in Return sozusagen, auf ihre
155 Website genommen. #00:07:31#
156
157 I: Ah, ja. Okay. #00:07:30#
158
159 B: Und wir haben den Coworking gelistet bei diesen Listing-Services. Settings. ShareDnC. Es
160 gibt jetzt zwei neue, aber da sind wir noch nicht. Aber die haben angefragt und da überlegen
161 wir uns das. Irgendwie so in diese Richtung. Diese Services. Also ShareDnC ist unser engster
162 Partner würde ich sagen. #00:07:59#
163
164 I: Okay. Cool. Und .../ Na gut, da habt ihr jetzt gerade wahrscheinlich auch noch keine Tendenz.
165 Aber wenn ihr jetzt wählen würdest, hättet ihr lieber Entwickler und Startup-Leute, die so
166 irgendwie was Neues aufmachen wollten, also die so entrepreneurial sind? Oder lieber so
167 welche, die einfach lange hier sind und ihr Ding machen? #00:08:20#
168
169 B: Also, ich meine, wenn man sich unsere Webseite anguckt .../ Wir wollen eigentlich schon
170 gerne so Sachen, die innovativ sind oder die nachhaltig sind. Aber gleichzeitig, glaube ich, gibt
171 es auch ganz ganz viel Mehrwert von Leuten, die schon Ewigkeiten das machen, was sie
172 machen. #00:08:34#
173

174 I: Ja. #00:08:35#

175

176 B: Ich denke mal, wenn man da einen guten Mix hat .../ Das macht es aus. #00:08:38#

177

178 I: Ja. #00:08:40#

179

180 B: Weil dann kann man auch voneinander lernen. Beziehungsweise die einen werden
181 innovativer, die anderen kriegen halt so [unverständlich #00:08:44#] .../ #00:08:47#

182

183 I: Und Du hast vorhin mal gesagt, dass ihr hier viel Investment reingesteckt habt. War das dann
184 alles aus eigener Tasche investiert oder fremd? #00:08:55#

185

186 B: Aus eigener Tasche. #00:09:01#

187

188 I: Und habt ihr dieses Jahr schon Kunden verloren? #00:09:02#

189

190 B: Was heißt das? #00:09:04#

191

192 I: Also ob Leute angefangen haben, die dann aufgehört haben, weil irgendwie ihr Startup so
193 groß wurde plötzlich? Oder die jetzt .../ #00:09:11#

194

195 B: Also Kunden verloren? Also wir haben Leute, die vielleicht mal eine Monatskarte gebucht
196 haben und nicht wiederkommen. Ja, total. #00:09:18#

197

198 I: Ja, okay. #00:09:20#

199

200 B: Das ist aber auch wie gesagt .../ Unten ist gerade ein Kunde, der hat gesagt: "Ich will einfach
201 nur für zwei Monate hier sein, weil ich kein Bock auf mein Office gerade habe." Oder die haben
202 sich eine Zehnerkarte gekauft und .../ Also weil wir das halt sehr flexibel machen, nutzen viele
203 das auch sehr flexibel. #00:09:38#

204

205 I: Ja. #00:09:39#

206

207 B: Aber es gibt natürlich Leute, die einmal gekommen sind und nicht wiedergekommen sind.

208 Das auf jeden Fall. Also wir machen auch immer einen halben Tag umsonst, so dass man das

209 mal ausprobieren kann. Und da gibt es auch Leute, die sagen: "Ja, ja. Ich komme dann auch
210 wieder!" Ich so: "Ja." Und ich weiß, ich sehe die nie wieder. Das ist halt so. Leute suchen nach
211 verschiedenen Sachen. Ich meine, wir müssen uns auch noch ein bisschen anstrengen, dass wir
212 auch wirklich verstehen, wonach die Leute suchen. Damit wir das auch anbieten können. Aber
213 im Moment ist es so ein bisschen: "Hey, so sind wir. Wenn ihr mögt, bleibt. Wenn nicht, ist es
214 auch okay. Verstehen wir." #00:10:07#

215

216 I: Ja. #00:10:08#

217

218 B: Weil ich meine, wie Du auch schon gesagt hast .../ Es gibt so viele Coworking Spaces in
219 Berlin. #00:10:13#

220

221 I: Ja. #00:10:14#

222

223 B: Ich glaube es sind über einhundertzwanzig. Und die sind ja alle sehr unterschiedlich. Und
224 dann ist es eben halt so .../ Es ist so individuell abgestimmt, was die Leute wollen. #00:10:32#

225

226 I: Ja. #00:10:31#

227

228 B: Es gibt auch welche, wie Du schon gesagt hast, mit Kindern. Dass Du da Kinder mitbringen
229 kannst. Es gibt welche spezifisch für Coaches und Berater. #00:10:41#

230

231 I: Ich finde es auch irre. Weil ich habe jetzt ja schon mit vielen gesprochen und man denkt das
232 im ersten Moment gar nicht. Aber klar, es muss sich dann am Ende auch finanziell lohnen. Weil
233 man hat ja schon ziemlich hohe Ausgaben für die Fläche. #00:10:55#

234

235 B: In Berlin ist das schon .../ Aber, na ja, das ist interessant. Weil was wir jetzt mitgekriegt
236 haben ist, dass nach Privatbüros eine große Nachfrage besteht. Also wo sie eine Tür haben, die
237 sie abschließen können sozusagen. Wir haben da ganz ganz viele Anfragen gekriegt. Das haben
238 wir auch nicht. Und ich weiß gar nicht .../ Also ich arbeite Teilzeit noch woanders. Und die
239 haben auch nach einem neuen Office gesucht. Und die haben irgendwie gesagt, innerhalb von
240 drei Monaten ist die freie Fläche in Berlin von, ich weiß nicht, von über zwanzig Prozent zu
241 drei Komma vier Prozent geschrumpft. #00:11:26#

242

243 I: Das ist irre. #00:11:31#

244

245 B: Also deswegen .../ Das haben wir auch gemerkt, dass unsere Privatbüros auf jeden Fall
246 wesentlich bessergehen als die einzelnen Tische. #00:11:37#

247

248 I: Und würdest Du jetzt noch irgendwas sagen, was jetzt Euch von anderen Coworking Spaces
249 abgrenzt? #00:11:43#

250

251 B: (lacht) Also ich denke mal es ist schon der Fokus. Es ist halt einfach, dass es wesentlich
252 privater ist. Also Du lernst die Gründe eigentlich immer kennen, warum die hier sind. Das ist
253 eine sehr sehr sehr private Basis. Manchmal vergesse ich die Leute abzurechnen. Und dann
254 sagen die immer: "Anna, ich muss noch bezahlen!" #00:12:06#

255

256 I: (lacht) Okay. Und habt ihr jetzt schon irgendwas gemacht, um so herauszufinden, wie
257 zufrieden die Leute sind? Was Ihnen fehlt, was Sie brauchen? Oder habt ihr das vor zu machen?
258 #00:12:22#

259

260 B: Eigentlich sage ich den Leuten immer, dass sie mir doch bitte sagen sollen, wenn ihnen was
261 nicht gefällt. #00:12:27#

262

263 I: Ja. #00:12:28#

264

265 B: Also ich versuche es halt mit persönlichen Gesprächen. Und wir haben auch schon, also
266 besonders in der Opening Week, viele Gespräche geführt. Und da haben wir auch schon so ein
267 paar Anhaltspunkte gekriegt. Zum Beispiel .../ Ich zeige Dir nachher nochmal den
268 Beratungsraum, dann weißt Du auch wovon ich rede. #00:12:42#

269

270 I: (lacht) #00:12:43#

271

272 B: Der hat keine Fenster. Und wenn man einen Meeting-Raum hat, der keine Fenster hat, dann
273 kann man da nicht den ganzen Tag bleiben. #00:12:46#

274

275 I: Ja. #00:12:49#

276

277 B: Ich meine, da kann man nicht gegen tun. Aber solche Sachen halt. Und da habe ich jetzt
278 gelernt, dass wenn Kunden den buchen für einen ganzen Tag, dann sage ich denen erstmal

279 Bescheid. Ich sage das dann. Da verlieren wir wahrscheinlich Geschäfte durch. Aber ich habe
280 lieber nicht das Geschäft als wenn Leute sagen: "Das ist scheiße!" #00:13:06#
281
282 I: Man verliert nämlich am Ende eventuell mehr Geschäfte als .../ #00:13:07#
283
284 B: Genau. Deswegen. Halt solche Sachen. #00:13:18#
285
286 I: Cool. Und was würdest Du sagen ist so die größte Herausforderung? #00:13:22#
287
288 B: Leute finden! #00:13:24#
289
290 I: (lacht) Okay. #00:13:26#
291
292 B: Das ist halt .../ Es ist wirklich .../ Beziehungsweise erstmal, dass Leute Dich finden. Ich
293 meine über Google Book findet man das eh schon sehr gut. Nicht Google Books! Google Maps!
294 Aber auch wirklich genau Leute zu finden, die wir haben wollen und die hier sein soll. Dann
295 man da eine Synergie gewinnt. #00:13:44#
296
297 I: Dass man da ein Match hat? #00:13:45#
298
299 B: Ja. #00:13:46#
300
301 I: Cool. Na ja, und eure Preispolitik habt ihr, denke ich, seitdem ihr offen habt nicht verändert
302 (lacht)? #00:13:51#
303
304 B: Noch nicht. #00:13:52#
305
306 I: Das hätte mich gewundert. Cool. Das war es erstmal soweit. #00:13:55#
307
308 B: Ja. Super. #00:13:55#
309
310 I: Was mich aber noch interessieren würde: Wo warst Du denn im Ausland? #00:13:58#

1 **Tuesday**

2

3 B: Die Mitglieder die haben Zugang zu beiden Spaces. Die können einmal dort drüben und hier
4 arbeiten. #00:00:10#

5

6 I: Okay. Cool. #00:00:16#

7

8 B: Und die müssten auch nicht extra dafür bezahlen, dass sie beide Spaces benutzen. Alles ist
9 im Preis drin. Und wir versuchen alles so simpel zu gestalten wie möglich. Also das gibt es
10 keine Extrakosten. Keine Kosten fürs Drucken. Oder außerhalb unserer Öffnungszeiten Zugang
11 zu haben, das ist alles in dem gleichen Paket drin. #00:00:38#

12

13 I: Und wie kam es dazu, dass Du einen Coworking Space gemacht hast? #00:00:43#

14

15 B: Aus Not. Also ich dachte, ich würde vor Langeweile sterben. Ich habe von zu Hause aus
16 übersetzt. Und das habe ich dann neun Jahre lang gemacht. Und ich konnte mich dann von zu
17 Hause aus nicht mehr konzentrieren und war ständig abgelenkt von YouTube, Facebook und
18 so. Und dann kam ein Tag, wo ich einfach einen Schraubenkatalog zu viel übersetzt habe. Und
19 das war dann: "Okay, ich muss jetzt etwas Anderes machen." Und es hat sich so ergeben .../
20 Also ich konnte dann von den Spaces aus auch weiterarbeiten als Übersetzer während der
21 Anfangsphase. Und jetzt ist es so, dass ich hauptsächlich mit dann über Coworking bezahle.
22 Und dass ich langsam die Übersetzung aufgebe. #00:01:38#

23

24 I: Okay. Ja. #00:01:39#

25

26 B: Das hier ist viel interessanter. Man kann Events veranstalten. Und man lernt neue Leute
27 kennen und man kann auch so Sachen mit Kultur machen. Also das ist sehr viel interessanter
28 als Bedienungsanleitungen zu übersetzten. #00:01:57#

29

30 I: Ja. Das heißt .../ Ist das jetzt Dein volles Programm oder machst Du immer noch Deinen alten
31 Job? #00:02:02#

32

33 B: Nee. Ich habe das jetzt tatsächlich in diesem Monat aufgegeben. Keine Übersetzungen mehr.
34 #00:02:08#

35

36 I: Was war das gerade? #00:02:09#

37

38 B: Keine Übersetzungen mehr. #00:02:12#

39

40 I: Übersetzungen, ach so. #00:02:17#

41

42 B: Wobei ich das noch machen könnte. Also ich habe noch Kontakte zu den Agenturen. Aber
43 ich habe da keinen Bock drauf. Und ich glaube, ich werde mir dann Ende September was
44 bezahlen werden. #00:02:33#

45

46 I: Ja. Super. #00:02:34#

47

48 B: Also nach zweieinhalb Jahren wird es auch Zeit, glaube ich. #00:02:36#

49

50 I: Ja. Und wie viele Plätze habt ihr insgesamt? #00:02:40#

51

52 B: Also wir sind hier noch am Wachsen. Also ich habe tatsächlich drei weitere Tische bestellt.
53 Die werden heute ankommen. Insgesamt .../ Also Tische oder so Plätze, wo man arbeiten kann?
54 #00:02:54#

55

56 I: Ja, wo man arbeiten kann. #00:02:56#

57

58 B: Also man kann, technisch gesehen, auch auf dem Sofa da arbeiten. Also wenn man .../ (...)
59 Neunzig plus die drei, die kommen. Zweiundzwanzig Plätze hier. Und drüben sind es neunzehn
60 Plätze, wo man arbeiten kann. Wobei beide Spaces haben dann auch Meeting Rooms. Das habe
61 ich jetzt nicht so dazugezählt. #00:03:30#

62

63 I: Und wie ist so die Auslastung? #00:03:34#

64

65 B: Also momentan sind wir .../ Also wir hatten es vor zwei Monaten so, dass wir eine Warteliste
66 hatten und dass wir voll ausgebucht waren. Also da habe ich so diese magische Zahl .../ Also
67 ich wusste nicht, wie viele Leute ich dann aufnehmen konnte. Also wir hatten halt
68 fünfundzwanzig Mitglieder und Platz für neunzehn. Und ich denke, ich hätte eigentlich mehr
69 Mitglieder haben können. Wir waren nie ständig überfüllt oder so was. Es gab immer Plätze.

70 Jetzt mit dem zweiten Space haben wir halt keine Warteliste mehr. Und ich glaube insgesamt
71 könnten wir siebzig Leute aufnehmen. Vielleicht mehr. #00:04:24#
72
73 I: Und seid ihr jetzt in den letzten Jahren stark gewachsen? Also jetzt auch so vom letzten zu
74 diesem Jahr mit der Neueröffnung? #00:04:28#
75
76 B: Schon. Also wir haben letztes Jahr fünfundzwanzig Mitglieder gehabt. Und dieses Jahr
77 haben wir jetzt, glaube ich, zweiundvierzig Leute. #00:04:38#
78
79 I: Wow. #00:04:41#
80
81 B: Ja. #00:04:43#
82
83 I: Und wenn sich neue Mitglieder anmelden, wählst Du dann aus, was für Leute hier reinpassen?
84 Wer irgendwie .../ #00:04:51#
85
86 B: Also wenn Sie keinen Waffenhandel betreiben (lacht) .../ Solche Sachen. Wir haben bis jetzt
87 keine Spezialisierung, außer, dass wir keine Teams annehmen. #00:05:02#
88
89 I: Okay. #00:05:05#
90
91 B: Also gut, Teams, die aus zwei Menschen bestehen, vielleicht schon. Aber wir hatten es mal
92 so, dass wir Teams hatten in dem anderen Space. Ich weiß nicht, ob Du denn .../ #00:05:18#
93
94 I: Da war ich vorhin. Ja. #00:05:20#
95
96 B: Hast Du alles gesehen? #00:05:22#
97
98 I: Mhm [bestätigend]. #00:05:22#
99
100 B: Da gibt es einen Raum, wo so ein ganz langer Tisch ist. Und da hatten wir zwei verschiedene
101 Teams, je zwischen vier und acht Leuten, gehabt. Und das Problem da war, dass die sich nicht
102 so richtig integriert haben. Die blieben unter sich. Und das hat quasi für schlechte Stimmung
103 gesorgt. #00:05:45#
104

105 I: Ja. #00:05:47#

106

107 B: Und als die Möglichkeit bestand, dass keine Teams mehr kommen, dann habe ich gesagt:
108 "Okay, wir machen keine Teams mehr!" Und wir nehmen dann drei/vier Freiberufler auf. Und
109 das hat dann diese Einnahme, die dann ausgefallen ist, ein bisschen gestemmt. Also dann kamen
110 die ganzen Einnahmen, die ich für einen Team-Raum nehmen würde, wieder rein. Und seitdem
111 wir das machen läuft alles blendend. #00:06:22#

112

113 I: Ach, cool. Okay. Und das heißt, legst Du auch selber schon Wert darauf, dass genetworkt
114 wird? #00:06:31#

115

116 B: Ich versuche das schon. Also es kommt auf die Menschen an. Also viele wollen einfach an
117 ihre eigene Arbeit denken. Und kommen dann rein, sagen "Hallo" und dann gehen sie wieder
118 nach einigen Stunden und sagen "Tschüss". Wir versuchen Events zu machen, wo die Leute
119 miteinander netzwerken. Einfach eine Happy Hour haben wir freitags zum Beispiel. Da
120 spenden wir einen Kasten Bier. Das ist immer abwechselnd. Also diese Woche ist es hier.
121 Nächste Woche ist es drüben. Und dann gibt es halt diese Mischung zwischen den beiden
122 Spaces immer noch. #00:07:14#

123

124 I: Ja. #00:07:15#

125

126 B: Es gibt einige Leute, die an dem einen Tag hier arbeiten und am anderen Tag drüben und
127 dann den nächsten Tag wieder hier. #00:07:20#

128

129 I: Ja. So kommen die dann zusammen. #00:07:24#

130

131 B: Also man merkt sich dann auch die Gesichter. Also es ist nicht so, dass alle nur hier arbeiten.
132 #00:07:29#

133

134 I: Ja. Und wenn Du jetzt weißt, da könnten Allianzen entstehen oder Partnerschaften, stellst Du
135 dann den Kontakt her oder unterstützt Du dabei zwischen den Coworkern? #00:07:42#

136

137 B: Ich würde es nicht direkt herstellen, sondern ich würde denen sagen: "Die macht genau das,
138 was Du machst." #00:07:49#

139

140 I: Ah, okay. #00:07:48#

141

142 B: "Du kannst sie gerne ansprechen." Oder sonst was. Ich würde nicht zu denen gehen und
143 sagen: "Hey. Das ist der, das ist die." Sondern ich überlasse das denen, das zu entscheiden. Ich
144 will mich da nicht aufdrängen. #00:08:04#

145

146 I: Ja. Auf jeden Fall. Cool. (...) Und gibt es irgendwie so eine Art Code of Conduct, der hier am
147 Anfang vermittelt wird? Oder spezielle Regeln, die jetzt irgendwie anders sind? #00:08:20#

148

149 B: Außer, dass man hier nicht wirklich telefoniert. Also die Leute entweder hier rein oder in
150 die Küche. Wir bauen dann in den nächsten sechs bis acht Wochen eine Kabine hier nebenan.
151 Aber sonst können die Leute ein- und ausgehen. Wir haben auch eine Bank draußen, da kann
152 man sich hinsetzen und quatschen. Und hier herrscht eigentlich Ruhe. Wir haben schon ein
153 Radio, was ständig so Ambiente-Musik spielt. Aber sehr leise. Und deswegen ist es nicht so
154 ganz still hier. #00:09:04#

155

156 I: Also eher so ruhiges Arbeiten. Und wenn jemand neu anfängt, gibt es dann irgendeine
157 Willkommensmaßnahme? #00:09:11#

158

159 B: Wir schicken eine E-Mail. Und da drin stehen die ganzen Informationen, wie man sich beim
160 Drucker anmeldet oder was für Events wir haben. Und wo man sich die Events anschauen kann
161 auf der Webseite. #00:09:36#

162

163 I: Ja. #00:09:38#

164

165 B: Ich versuche einige Sachen selber zu erklären, also wie die Kaffeemaschine funktioniert,
166 wie man reinlässt mit dem Handy und solche Sachen. Manchmal muss man einfach solche
167 Sachen vorführen. Aber für die gängigsten Sachen reicht eine E-Mail. #00:09:50#

168

169 I: Ja. Alles klar. Dürfen Kinder oder Hunde mitgebracht werden? #00:09:57#

170

171 B: Hier ja. Drüben nicht. #00:09:59#

172

173 I: Okay. #00:10:01#

174

175 B: Unsere Vermieterin verbietet dem ganzen Haus Haustiere. #00:10:05#
176
177 I: Okay. #00:10:07#
178
179 B: Ich hätte sehr gern einen kleinen Hund, dass der hier rumlaufen würde. #00:10:10#
180
181 I: Ja (lacht). #00:10:10#
182
183 B: Es kommt glaube ich im September eine Freundin von mir her und fängt dann hier an. Und
184 sie hat einen kleinen weißen Terrier, den bringt sie mit. #00:10:17#
185
186 I: (lacht) Ah ja, okay. Also das ist grundsätzlich hier erlaubt. Und hier so der Umgang
187 miteinander, ist der eher so formell oder schon eher so informell/leger? #00:10:28#
188
189 B: Der ist ziemlich lässig. #00:10:29#
190
191 I: Ja. #00:10:33#
192
193 B: Also man grüßt sich schon in der Küche. Hier auch, wenn man so reinkommt. Viel
194 gesprochen wird in dem Hauptraum nicht. Aber schon der Küche, da .../ #00:10:44#
195
196 I: /... wird sich schon unterhalten? #00:10:47#
197
198 B: Mhm [bestätigend]. #00:10:47#
199
200 I: Ja. #00:10:48#
201
202 B: Wir versuchen auch dienstags zusammen zu essen. Aber das gestaltet sich schwierig, weil
203 Leute eigentlich immer rausgehen. Im Winter ist es viel einfacher das zu gestalten. Aber im
204 Sommer ist .../ #00:11:00#
205
206 I: /... es schwierig. Ja. (...) Genau. Können hier Kunden empfangen werden? Also wenn man
207 jetzt den Meeting-Raum bucht, kann man wahrscheinlich auch seine Kunden empfangen?
208 #00:11:17#
209

210 B: Ja. Wir vermieten diesen Raum auch extern. Also an Nicht-Mitglieder. Und das ist auch eine
211 ganz wichtige Einnahmequelle. #00:11:27#

212

213 I: Ja. Und was machst Du so als Vermarktungsmaßnahmen? Machst Du irgendwie Werbung
214 oder läuft das so? #00:11:37#

215

216 B: Ja. Ich habe verschiedene Erfahrungen gemacht. Ich fand Facebook Retargeting ziemlich
217 gut. Also Google AdWords hatte ich schon mal, aber das war überteuert und hat wenig
218 gebracht. Also man kann so gegen WeWork gar nicht gewinnen. Also das ist zwecklos. Aber
219 Facebook .../ Also das bezieht sich auf Retargeting bei Facebook. Also noch nicht so normale
220 Facebook-Werbung. Das hilft auf jeden Fall. Ansonsten versuchen wir auch .../ Wir sind auch
221 auf anderen Portalen zu finden. Also Spacebase und ShareDesk und Deskbookers. Und
222 ShareDnC. Und die sind alle provisionsbasiert. Also je nach Buchung bekommen die zehn
223 Prozent oder so was. Jetzt möchten wir uns auch als Veranstaltungsort hier etablieren, weil wir
224 gerade die Räume dafür haben. Und ich bin seit zwei Wochen jetzt bei eventsofa gelistet. Und
225 die machen das anders. Also mit einer Jahresgebühr oder einer Sechs-Monats-Gebühr. Und
226 mein Treffen vorher war mit dem Chef von fiyo. Das ist "Find Your Location". Das ist auch
227 so ein Eventportal. #00:13:10#

228

229 I: Ja. #00:13:11#

230

231 B: Wir haben auch eine Verlinkung auf berlin.de und das ist .../ Also wenn wir uns anmelden,
232 dann würden wir auch auf berlin.de .../ #00:13:20#

233

234 I: /... auch zu finden sein? #00:13:21#

235

236 B: /... zu finden sein. Also ein Link zu tuesdaycoworking.com #00:13:25#

237

238 I: Ja. #00:13:25#

239

240 B: Dass wir diese Seite haben, das ist sehr viel wert. #00:13:28#

241

242 I: Ja. Und jetzt so zum Service hier im Space: Habt ihr so was wie Briefkästen oder
243 irgendwelche speziellen zusätzlichen Services neben drucken und WIFI? #00:13:48#

244

245 B: Ja. Wir haben Postannahme und Weiterleitung. Das ist 49,00 bis 69,00 Euro im Monat. Ich
246 habe das gezielt teurer gemacht, weil ich das nicht unbedingt machen will. Aber wenn sich das
247 lohnt, dann machen wir das. Weil ich einigen bösen Stress bekommen deswegen. Also wegen
248 der Bezahlung. Manche Leute sagen: "Ja, ich will das!" Und dann muss ich richtig nachhaken
249 und sagen: "Hey, wo ist das Geld?" Weil die sind man dann nicht mehr. Das ist etwas Anderes,
250 als wenn man Mitglieder hat, die man öfter sieht. Dann kann man sie direkt fragen. Aber wenn
251 die einmal da sind und dann weg .../ #00:14:41#

252

253 I: Ja. #00:14:43#

254

255 B: Das ist nervig. #00:14:42#

256

257 I: Sonst noch irgendwas Zusätzliches? Kaffee ist inklusive, glaube ich? Das habe ich drüben
258 gehört. #00:14:48#

259

260 B: Ja. Kaffee ist drin. Versicherung, das ist ganz wichtig, die ist auch drin. Drucken ist umsonst.
261 (...) Ja. Manche Coworking Spaces machen das so, dass die Mitglieder dann extra für
262 Extrastunden im Konferenzraum zahlen. Also die müssen das kaufen. Also das ist nur bei dem
263 Flex 50 Paket. Also wir haben drei Pakete und Flex 50 ist so das Billigste. Und die haben
264 zwanzig Stunden Zugang zum Space pro Woche für 85,00 Euro im Monat. Und dann
265 bekommen sie jeweils auch vier Stunden den Meeting-Raum. Bis jetzt hat das gereicht für alle.
266 Bei den Vollzeitpaketen, das sind die beiden anderen Pakete, die haben unbegrenzten Zugang.
267 Aber es ist nie vorgenommen, dass einer von den Flex 50 Leuten den Raum mehr als vier
268 Stunden benutzt hat und dann extra zahlen musste. #00:15:50#

269

270 I: Okay. Und wie wird das gemessen mit den zwanzig Stunden? Vertrauensbasis? #00:15:55#

271

272 B: Vertrauensbasis. Ja. #00:15:56#

273

274 I: Okay. #00:15:57#

275

276 B: Das klappt ganz gut. Ich glaube auch nicht, dass irgendwer mehr als zwanzig Stunden
277 genommen hat. Und ich sage denen am Anfang: "Wenn ihr glaubt, dass ihr mehr als zwanzig
278 Stunden macht, dann können wir was Anderes aushandeln." Also wir sind da ganz flexibel.
279 #00:16:15#

280

281 I: Ja. Und haben sich die Preise stark verändert seitdem Du eröffnet hast? Oder bist Du relativ
282 .../ #00:16:21#

283

284 B: Ja, also am Anfang war der Fix Desk 200 Euro. Der kostet jetzt 265 Euro. Unser Flex Desk
285 war 150 Euro und ist jetzt 165 Euro. Das Flex 50 Paket, was 85 Euro kostet, ist jetzt neu. Also
286 seitdem wir das machen läuft das alles sehr gut. Also das ist unser bei weitem beliebtestes Paket.
287 Ich glaube fünfundachtzig Prozent von den Leuten hier nehmen das. Das passt gut (lacht). Wir
288 hatten Tagestagen und auch Wochenkarten, aber das war einfach zu viel Aufwand. Ich wollte
289 keine Rechnungen mehr schreiben. Weil man hat gesehen, die waren für einen Tag da. Und
290 dann waren sie weg. Und man lernte sie nie kennen. Und das war auch nicht so gut für das
291 Feeling. #00:17:33#

292

293 I: Ja. #00:17:34#

294

295 B: Deswegen haben wir auch nur Monatsmitgliedschaften hier. Also die Mindestlaufzeit ist ein
296 Monat. Es sei denn, man ist vielleicht nur für drei Wochen in der Stadt. Dann kann man einen
297 kleinen Rabatt aushandeln. #00:17:48#

298

299 I: Das heißt, die ganze Community ist für Dich schon sehr wichtig? Dass das irgendwie ein
300 cooles Team ist? #00:17:54#

301

302 B: Ja. Also man geht dann auf Google und man sieht dann die fünf Sterne Zeichen. Und das
303 kommt einfach von den Mitgliedern, die das wirklich schätzen. Also wenn man das sieht, dann
304 will man auch da hin, glaube ich. Oder wie hast Du uns gefunden? #00:18:13#

305

306 I: Ach Google, würde ich jetzt mal sagen. Ich glaube, ich hatte euch relativ schnell gefunden.
307 #00:18:15#

308

309 B: Hast Du denn Coworking Schöneberg eingegeben oder Coworking Berlin? #00:18:21#

310

311 I: Nee. Ich habe tatsächlich alle Coworking Spaces in Berlin rausgesucht. Was bei Google auf
312 jeden Fall auch mit drin war, war diese Projekt Zukunft Liste, auch von der Stadt Berlin. Ja,
313 genau. Und gestern eben über Facebook das Event, das zum International Coworking Day.

314 Genau. (...) Das haben wir gemacht. (...) Ach ja, berichtest Du irgendwie öffentlich, wenn hier
315 irgendwelche Projekte ganz erfolgreich sind? Oder was hier so passiert? #00:18:52#

316

317 B: Ich habe einen Blog. Und der Blog besteht eigentlich inhaltlich hauptsächlich aus unserem
318 [unverständlich #00:18:57#]. Also was an unseren E-Mail-Verteiler rausgeht. Aber ich nehme
319 den Text und packe das in den Blog rein. Also ich habe mal eine richtige Pressemitteilung
320 geschrieben, also als wir den zweiten Space aufgemacht haben. Auch als wir die Auszeichnung
321 "Bester Coworking Space Berlin" bekommen haben. Da habe ich auch was zu geschrieben und
322 als richtige Pressemitteilung rausgeschickt. Also halt so richtig an alle Nachrichten geschickt.
323 Also an alle E-Mail-Adressen die ich hatte für Medien. #00:19:44#

324

325 I: Und gab es schon Kunden, die den Space verlassen mussten, weil sie jetzt durch die Arbeit
326 hier so stark gewachsen sind und sozusagen keinen Platz mehr haben? #00:19:51#

327

328 B: Nein. #00:19:53#

329

330 I: Nee. Das gab es noch nicht. #00:20:00#

331

332 B: Also viele sind gegangen, viele sind gekommen. Das ist typisch, glaube ich, für Coworking.
333 #00:20:05#

334

335 I: Ja. #00:20:06#

336

337 B: Ich rechne schon damit, dass viele Leute im September anfangen werden. Ich hoffe, dass es
338 nicht mehr so viele Abgänge gibt. Also die Leute sind entweder schwanger. Oder die gehen in
339 den Urlaub für drei Wochen und sagen: "Okay, ich will jetzt einen Monat pausieren!" Oder so
340 was. #00:20:26#

341

342 I: Ja. #00:20:28#

343

344 B: Also das bieten wir auch an. Also man muss dann keinen neuen Vertrag unterzeichnen, wenn
345 man wieder da ist. Sondern man darf einen Monat pausieren. #00:20:35#

346

347 I: Ja. Und wenn Du jetzt die Wahl hättest zwischen zwei verschiedenen Kundenarten: Zum
348 einen Personen, die sehr langfristig hier sind, aber jetzt noch den unternehmerischen Spirit

349 haben, sondern einfach nur so ihr Ding machen. Oder Personen, die jetzt eher nur eins/zwei
350 Monate da sind, aber dafür so ganz viel entwickeln oder ganz neuwertige Sachen machen?
351 #00:20:59#
352
353 B: Ich wäre in dem Fall eher für längerfristige Mitglieder. #00:21:02#
354
355 I: Ja. #00:21:08#
356
357 B: Ich glaube, es ist auch gut, wenn man so die gleichen Gesichter sieht. Dadurch wächst man
358 zusammen in seinem Gefühl. Also ich habe gelesen, das Allererste, was ein Geschäftsführer im
359 Coworking machen sollte ist, dass der Ort einen gute Vibe hat. Und das steht wirklich mehr
360 durch Community und lächelnde Gesichter. #00:21:36#
361
362 I: Ja. Cool. Und läuft es jetzt schon von alleine? Oder hast Du Investoren, die .../ #00:21:46#
363
364 B: Das ist alles eigenständig. #00:21:46#
365
366 I: Alles eigenständig. #00:21:49#
367
368 B: Ich habe noch nicht mal einen Kredit aufgenommen. #00:21:51#
369
370 I: Wow. #00:21:52#
371
372 B: Ja, das war hart (lacht). #00:21:56#
373
374 I: Und konntest Du jetzt in diesem Jahr, im Vergleich zum letzten Jahr, Deine Gewinne schon
375 steigern? #00:22:02#
376
377 B: Dieses Jahr? #00:22:05#
378
379 I: Ja. #00:22:06#
380
381 B: Ich glaube, wir haben jetzt schon mehr erzielt dieses Jahr, als letztes Jahr. Also insgesamt.
382 #00:22:11#
383

384 I: Ja. (...) Kannst Du sagen, wie viele Kunden Du im letzten Jahr im Durchschnitt verloren und
385 gewonnen hast? #00:22:24#

386

387 B: Schwierig. Also wir haben .../ Also die letzten Mitglieder waren Nummer dreiundneunzig
388 und vierundneunzig. Und wenn wir da zählen, wie viele Mitglieder wir jetzt haben sind das
389 dreiundvierzig, glaube ich. Das heißt, wir hätten fünfundfünfzig Leute verloren. Ich glaube, das
390 ist normal. #00:22:53#

391

392 I: Jetzt gerade vor allen Dingen im Sommer auch. #00:22:54#

393

394 B: Ja. Die schätzen aber auch so diese Flexibilität im Vertrag. Also deswegen kommen Leute
395 und gehen Leute. #00:23:01#

396

397 I: Ja. Hast Du irgendeine Maßnahme, um hier die Zufriedenheit der Kunden zu messen? Oder
398 ist das mehr so im persönlichen Gespräch? #00:23:08#

399

400 B: Ja. Ich frage sie einfach was wir besser machen könnten. Was ihnen fehlt. Ob wir noch ein
401 anderes Paket anbieten könnten. Wir hatten vor zwei Wochen .../ Wir machen etwas, das heißt
402 [unverständlich #00:23:26#]. Das ist einfach so eine Brainstorming Session, wo ich und alle
403 anderen Leute Feedback bekommen, für eine Idee, die sie haben. Oder ein Problem, das sie
404 lösen müssen. Oder vielleicht suchen die einfach eine Wohnung oder so was. Und da setzen
405 wir uns zusammen und jeder hat so zehn Minuten Zeit was vorzustellen und das zu besprechen.
406 Um vielleicht hoffentlich an eine Lösung zu kommen. Und ich habe dann die Chance genutzt,
407 selber die Leute zu fragen, ob sie denn andere Pakete haben möchten. Und dann hatte ich auch
408 selber meine eigenen zehn Minuten. Und dann habe ich gehört, dass vielleicht so ein Vier-Tage-
409 Paket ganz gut ankäme. #00:24:06#

410

411 I: Ach, cool. #00:24:08#

412

413 B: Also es kann auch sein, dass ich das so einführe. Quasi als Ergebnis davon. #00:24:14#

414

415 I: Ach, das ist ja super. Ja. Dann eigentlich nur noch .../ Was würdest Du sagen sind für Dich
416 die größten Herausforderungen jetzt hier so bei der Organisation/Umsetzung? #00:24:28#

417

418 B: (...) Zeit zu finden für Reinigen. Also ich mache das immer noch selber. Das nervt mich
419 total, also jetzt, wo wir zwei Spaces haben. Wir machen immer noch nicht so .../ Ich glaube, ich
420 werde im September oder Oktober jemanden einstellen, der das macht. Also entweder Book a
421 Tiger oder Helpling. So, glaube ich, heißt das. Die werden hoffentlich so jemanden zur
422 Verfügung stellen. Auch Zeit zu finden für alle. Es ist schwierig. Ich verbringe die meiste Zeit
423 hier jetzt. Und ich habe das Gefühl, ich vernachlässige jetzt den anderen Space so ein bisschen.
424 So jemand anheuern ist unmöglich. Also es gibt keine Rendite für große Teams im Coworking.
425 Es sei denn man verlangt so 350 Euro pro Mitglied oder so was. Also man ist .../ Also ich werde
426 hoffentlich jemanden können, aber das wird immer so ganz gering sein. #00:25:53#

427

428 I: Okay. #00:25:55#

429

430 B: Aber, wenn wir dann so maximal siebzig Leute haben, dann kann ich mir schon ein bisschen
431 mehr leisten (lacht). #00:25:59#

432

433 I: (lacht) Okay. Cool. Vielen Dank. Eine letzte Frage hätte ich tatsächlich noch. Ich bin nämlich
434 nicht nur dabei die Betreiber zu interviewen, sondern ich versuche auch von den Coworkern
435 eine Umfrage beantwortet .../ #00:26:15#

1 **Wonder**

2

3 I: Weißt Du, was jetzt .../ Weil der gehört ja zum AMAPOLA Space, oder? #00:00:04#

4

5 B: Genau. #00:00:05#

6

7 I: Oder sind das einfach nur die gleichen Gründer? Oder gehört das zusammen? #00:00:07#

8

9 B: Ja. Also es war .../ Die Überlegung von Shari war .../ Also alles was ich hier sage .../ Ich
10 versuche alles so zu sagen, wie ich es von ihr mitbekommen habe. #00:00:15#

11

12 I: Ja. Also es wird auch überhaupt nichts veröffentlicht. Das ist nur für meine Masterarbeit.
13 Keine Sorge (lacht). #00:00:19#

14

15 B: Okay. Genau. Also es ist sozusagen ein Projekt. Man hätte es jetzt auch als ganz neues
16 Unternehmen anmelden können, aber der Einfachheit halber hat sie es einfach als Projekt
17 sozusagen angemeldet. #00:00:33#

18

19 I: Ja. Okay. Und weißt Du was genau die Gründe waren? #00:00:37#

20

21 B: Ja. Das war so, dass Shari .../ Das war 2014, glaube ich. Das ist schon echt lange her. Bevor
22 Sie AMAPOLA aufgemacht hat, war ihre Idee ja eigentlich einen Frauen Coworking Space
23 aufzumachen. Aber weil es damals halt ihr erstes Unternehmen war sozusagen, hatte sie eine
24 gewisse Angst, dass die Nachfrage nicht groß genug ist. Und generell, weil es ein spezielles
25 Prinzip ist. Sie hatte einfach Angst, wie sie sagt. Und weil generell sich selbstständig machen
26 ein großer Schritt ist. Und dann will man natürlich sichergehen, dass die Sache läuft. Und dann
27 hat sich dann bei AMAPOLA dazu entschieden, dass eben Männer und Frauen dahinkommen
28 können. Und jetzt, wo sie halt eine gewisse Sicherheit hat, dachte sie, sie zieht es jetzt durch.
29 Aber sie hatte tatsächlich damals schon einen Businessplan hierfür geschrieben und so was.
30 Also sie war schon bei der Gründerinnen-Zentrale damit und so was. Und dann irgendwie kurz
31 vor dem .../ Sie hatte, glaube ich, auch sogar schon .../ Der Kredit, den sie von der Bank
32 bekommen hat, war schon für das Konzept hier. Den hat sie dann aber doch für den
33 Männer/Frauen Space benutzt. #00:01:35#

34

35 I: Ja. Und dann kam das irgendwann mal, als genug finanzielle Sicherheit da war? #00:01:39#

36

37 B: Genau. Und vor allem die Kontakte waren dann auch da. Also das ist halt so ein bisschen
38 so, dass sie sich jetzt zugehörig im Markt gefühlt hat, um sagen zu können, dass die Nachfrage
39 höchstwahrscheinlich da sein wird. Oder auch schon ein bisschen kommunizieren konnte
40 einfach. Oder Gründerinnen auch kannte, die vielleicht .../ #00:01:54#

41

42 I: /... Interesse haben? #00:01:56#

43

44 B: Genau. #00:01:57#

45

46 I: Ach, cool. Und warst Du dann auch schon im AMAPOLA tätig? Oder wie bist Du jetzt hier
47 dazu gekommen, hier zu arbeiten? #00:02:06#

48

49 B: Ich bin tatsächlich .../ Ich habe hier erst vor zwei Wochen angefangen. Also mit dem ersten
50 Tag, wo hier die Tür sozusagen zum ersten Mal aufgemacht wurde, habe ich hier angefangen.
51 Also vor genau zwei Wochen. Am 23. glaube ich war das. #00:02:16#

52

53 I: Sharin war Dein Name jetzt, gell? Mit 'n'? #00:02:18#

54

55 B: Genau. Ja, genau. Dann habe ich hier auch angefangen. Also es war eigentlich ziemlich cool,
56 weil man auch so von Anfang an dann dabei ist. #00:02:28#

57

58 I: Und wie kamst Du dazu? Also hast Du einfach nach einem Job gesucht? Oder war für Dich
59 schon .../ #00:02:33#

60

61 B: Ja. Ich war auf Ibiza jetzt die letzten fünf Monate oder vier Monate. Und ich habe bei
62 Jobmensa einfach geguckt und die Stelle war inseriert tatsächlich. Und ich habe mich dann
63 einfach beworben. Und wir hatten ein Telefoninterview und als ich dann hier war das endgültige
64 Live-Kennenlern-Gespräch sozusagen. Und dann ging das alles ganz schnell und einfach.
65 #00:02:51#

66

67 I: Ja. Cool. Und habt ihr jetzt schon viele hier eingebucht? Oder wie war so euer Start?
68 #00:03:03#

69

70 B: Ja. Also was viel kam, also mehrmals täglich, waren Leute, die sich angemeldet haben und
71 vorbeigekommen sind, um sich rumführen zu lassen und halt zu gucken: Wie ist hier die
72 Stimmung? Wie ist es hier? Passt es zu mir und zu dem, was ich mache? Die Presse war auch
73 tatsächlich viel präsent hier. Weil es halt eben der erste Coworking Space für Frauen
74 deutschlandweit ist. Es gibt irgendwie so einen Pop-up-Store, der sich auch mit Frauen .../ Da
75 kommen auch Frauen hin, also nur Frauen, die halt eben selbstständig sind und miteinander
76 arbeiten wollen. Aber es war jetzt bisher ein bisschen schwierig rauszufinden, ob das Konzept
77 jetzt wirklich dasselbe ist oder nicht. Also das war so ein bisschen die Sache. Was war nochmal
78 Deine Ausgangsfrage? #00:03:49#

79

80 I: Ob Ihr jetzt schon ein paar Leute habt? #00:03:52#

81

82 B: Ach, so. Genau. Also wir haben jetzt schon .../ Also ich würde ich sagen so drei Frauen sind
83 jetzt wirklich drin. Aber ich glaube, es dauert noch ein paar Monate, bis hier wirklich alles ins
84 Rollen gebracht wird. #00:04:06#

85

86 I: Okay. Und, ja, ich weiß nicht, ob Du das beantworten kannst. Aber würdest Du sagen, es gibt
87 so entscheidende Punkte, die euch sozusagen Erfolg bringen könnten für den Coworking
88 Space? #00:04:19#

89

90 B: Ich glaube, was auch viel damit zu tun hat .../ Zum Beispiel dieser Raum hier soll auch für
91 Veranstaltungen genutzt werden. Es kamen auch schon Frauen vorbei deswegen, die halt
92 Veranstaltungen für Frauen von Frauen organisieren sozusagen. Die halt viel mit Business zu
93 tun haben. Oder sich mit verschiedensten Themen auseinandersetzen. Es geht manchmal um
94 Sprache oder um Medien oder um Selbstständigkeit oder Mütter im Beruf. Also solche
95 Veranstaltungen. Und Shari legt eben .../ Oder es ist auf jeden Fall der Plan, dass hier solche
96 Veranstaltungen stattfinden. Und durch diese Veranstaltungen wird sicherlich die Resonanz
97 wachsen. #00:04:50#

98

99 I: Klar. Cool. Und weißt Du auswendig, wie viele Plätze ihr jetzt genau habt für
100 Coworkerinnen? #00:05:03#

101

102 B: Oh Gott. Schwierig. Ich würde sagen ungefähr so .../ Das ist halt die Sache, weil hier vorne
103 kann man natürlich auch sitzen, wenn man will. Wenn man irgendwie so einen Flex-Desk-Wish
104 hat. Oder wenn dahinten halt nichts frei ist oder, wenn man halt lieber hier vorne sitzen will.

105 Ich würde sagen, vielleicht ungefähr im Durchschnitt so irgendwas zwischen dreißig und
106 vierzig. #00:05:28#
107
108 I: Und es waren jetzt drei Teamräume, gell? #00:05:31#
109
110 B: Warte .../ Eins. Zwei. Drei. Ja. #00:05:36#
111
112 I: Die dann auch nur an Unternehmen gehen? #00:05:38#
113
114 B: Genau. #00:05:40#
115
116 I: Und dann gab es einen großen mit [unverständlich]? #00:05:43#
117
118 B: Mhm [bestätigend]. #00:05:45#
119
120 I: Und wie wird der Tisch hier genutzt? #00:05:48#
121
122 B: Wie gesagt, hier kann man sich auch einfach hinsetzen, falls man keine Lust hat hinten zu
123 sitzen. #00:05:53#
124
125 I: Also eher so Flex-Desk mäßig? #00:05:54#
126
127 B: Genau, auch so Flex-Desk mäßig. Ansonsten kann man auch, wenn man zum Beispiel
128 einfach mal kurz einen Kaffee trinken will und nicht immer da hinten im Raum sitzen will, sich
129 einfach hierhin setzen und einfach seinen Kaffee schlürfen. Oder man kann den nutzen, wofür
130 man eben möchte (lacht), würde ich sagen. #00:06:09#
131
132 I: Ja. Und weißt Du wie viele Quadratmeter das insgesamt sind? #00:06:13#
133
134 B: Mist, das wusste ich mal. Ich glaube einhundertsiebzig oder so. #00:06:19#
135
136 I: Ja. Ich schreibe es jetzt einfach mal auf. Genau. So. Habt ihr gewisse Regeln oder Grundsätze
137 oder so eine Art Code of Conduct, den ihr hier gerne anbringt? Oder wie seid ihr da so
138 aufgestellt? #00:06:39#
139

140 B: Ich glaube tatsächlich eigentlich nicht. Ich glaube damit, dass es einfach auf Frauen
141 ausgerichtet ist, geht ziemlich viel einher. #00:06:46#
142
143 I: Ja. #00:06:51#
144
145 B: Also wir freuen uns halt auf jeden Fall, umso gemixter es von den Tätigkeiten ist. Denn
146 umso schöner ist es natürlich. Aber wir haben hier jetzt nicht wirklich so einen .../ #00:07:02#
147
148 I: Ja. Sucht ihr dann demnach auch entsprechend aus, wer hier reinpasst? #00:07:08#
149
150 B: Nee. #00:07:09#
151
152 I: Nee? Also es kann sozusagen jeder .../ #00:07:10#
153
154 B: Jeder, der hier Lust draufhat, kann auf jeden Fall kommen. #00:07:16#
155
156 I: Aber ihr macht schon so Networking-Sachen? Also Networking ist euch schon wichtig? So
157 eine Community zu bilden? #00:07:23#
158
159 B: Genau. Auf jeden Fall. Also es ist jetzt halt alles so ein bisschen Schritt für Schritt, sag' ich
160 mal. Aber das ist vor allem eben durch diese Veranstaltungen. Ich glaube, hier wird immer
161 donnerstags .../ Nee, nicht immer donnerstags. Aber einen Donnerstag im Monat, glaube ich,
162 wird angesetzt, dass man hier ein gemeinsames Frühstück hat. Also wer Lust hat, kann eben
163 vorbeikommen. Das kostet, glaube ich, irgendwie sieben Euro oder so was. Und dann wird,
164 glaube ich, hier aber so ein Büffet gemacht und so was. Und alle können kommen und sich
165 unterhalten und frühstücken und sich kennenlernen. #00:07:57#
166
167 I: Ja. #00:07:57#
168
169 B: Das hat ist halt nicht wie in einem großen Coworking Space, wo Du hinkommst und keinen
170 kennst. #00:08:04#
171
172 I: Ja, also so freundschaftlich? #00:08:05#
173

174 B: Ja. Eine freundschaftliche Substanz so ein bisschen. Also natürlich muss das nicht sein. Aber
175 es wäre schön. #00:08:12#
176
177 I: Ja, total. (...) Habt ihr spezielle Arbeitszeiten oder kriegt jeder einen Schlüssel. #00:08:21#
178
179 B: Die Öffnungszeiten sind von 9.30 Uhr bis 16.00 Uhr. Genau. Es ist .../ Die, die einen Fix-
180 Desk haben, die haben halt eben 24-Stunden Zugang. Die können eben kommen wann sie
181 wollen. #00:08:38#
182
183 I: Und, genau, Kinder können mitgebracht werden? #00:08:40#
184
185 B: Genau. #00:08:42#
186
187 I: Haustiere oder Freunde, wie steht ihr da dazu? #00:08:46#
188
189 B: Soweit ich weiß nicht. #00:08:47#
190
191 I: Weil Kinder und Haustiere sind ja dann auch eventuell schwierig? #00:08:50#
192
193 B: Genau. Also ich denke auch bei einem Hund wäre dann halt auch wieder die Sache: Was für
194 ein Hund? Es gibt ja Leute die allergisch sind oder nicht. Und dann müsste dann irgendwie alles
195 so ein bisschen in Erfahrung gebracht werden. Aber erstmal auf jeden Fall nicht. #00:09:10#
196
197 I: Ja. Und, genau, ein freundschaftliches Miteinander hast Du schon gesagt. Hier ist es eher so
198 ganz informell. #00:09:17#
199
200 B: Ja. #00:09:18#
201
202 I: Es gibt auch die Vorstellungswand, so kann ich das nennen, um sich .../ #00:09:23#
203
204 B: Genau. Die Wonder-Wall nennen wir sie. #00:09:25#
205
206 I: Ah, ja. Wonder-Wall. Und da stehen nur Leute mit Fix-Desk dran? #00:09:31#
207
208 B: Nee, einfach alle. #00:09:32#

209
210 I: Alle. #00:09:35#
211
212 B: Also auch, wenn jetzt Leute irgendwie regelmäßig für einzelne Tage vorbeikommen. Die
213 kleine Tochter ist ja auch da dran. #00:09:45#
214
215 I: Ja. Und jetzt neben Internet und Drucker, was habt ihr noch so für Services? #00:09:50#
216
217 B: Wir haben eigentlich Gurkenwasser, aber da fehlt gerade die Gurke. #00:09:53#
218
219 I: Ja (lacht). #00:09:56#
220
221 B: Dann haben wir eben dieses Stillkinder und ein Kinderzimmer. Free coffee, free tea.
222 Günstige Getränke an sich noch. Also zu normalen Späti-Preisen. Dann haben wir .../ Hier, wie
223 heißt das? #00:10:19#
224
225 I: Air Con? #00:10:21#
226
227 B: Air Condition. Ja. Wir haben .../ Ich will nichts vergessen. (...) Networking Events. Und ich
228 glaube das war es. #00:10:37#
229
230 I: Und ich glaube Du hast vorhin schon mal gesagt, dass ihr schon wollt, dass hier so die
231 einzelnen Bedürfnisse ausgelebt werden können? Oder dass man sozusagen aufeinander
232 zugeht. #00:10:46#
233
234 B: Genau. #00:10:47#
235
236 I: Das heißt, wenn jetzt jemand irgendwie was Spezielles bräuchte oder irgendwie eure
237 Unterstützung, dann wärt ihr da auch offen dem gegenüber? #00:10:52#
238
239 B: Ja, auf jeden Fall. #00:10:53#
240
241 I: Okay. Und das würde jetzt auch nicht direkt mit irgendeiner Preiserhöhung einhergehen,
242 sondern man würde wahrscheinlich drüber reden? #00:10:58#
243

244 B: Ja, eben. Man würde auf jeden Fall darüber reden. Also das ist ja halt die Sache: Wenn es
245 für uns halt mehr Kosten sind, dann müssen die natürlich schon irgendwie übernommen
246 werden. #00:11:03#
247
248 I: Klar. Ja. #00:11:05#
249
250 B: Aber, wenn nicht, dann natürlich nicht. #00:11:07#
251
252 I: Ja. Okay. Das haben wir jetzt eigentlich schon dreimal besprochen. Und man kann auch
253 eigene Kunden hier empfangen, weil es einen Meeting-Raum gibt? #00:11:20#
254
255 B: Ja. #00:11:23#
256
257 I: Das heißt, das ist kein Problem. Und wenn jetzt jemand neu fest anfängt oder auch nur mit
258 einem Flex-Desk: Habt ihr eine Art Willkommensmaßnahme? Lernt ihr irgendwie alle kennen?
259 Oder ist das einfach .../ #00:11:32#
260
261 B: Was wir auf jeden Fall gerade haben ist, dass wenn Du bei den Tarifen, die über den 59 Euro
262 sind .../ Also das ist Teilzeit diese 59 Euro. Das ist halt, dass Du vier Stunden kommen kannst,
263 entweder vormittags oder nachmittags, jeden Tag. Also fünf Tage die Woche. Aber bei den
264 anderen, da gibt es einen Tarif für 119 Euro und einen für 209 Euro. Und da ist es bei beiden
265 so, dass Du quasi gerade drei Monate bekommst und zwei Monate zahlst. Und was war jetzt
266 nochmal die Frage? #00:12:01#
267
268 I: Ob ihr irgendwie so eine Art Willkommensmaßnahme habt? #00:12:05#
269
270 B: Ich glaube nicht. #00:12:07#
271
272 I: Nee. Und weißt Du, was ihr so für Marketingmaßnahmen macht? #00:12:11#
273
274 B: Ich glaube wir arbeiten einfach mit Newslettern, Events und Social Media. #00:12:19#
275
276 I: Ja. So habe ich euch auch gefunden (lacht). #00:12:21#
277
278 B: Ja. (...) Ach so .../ Ich habe so Flyer .../ #00:12:29#

279

280 [kurze Unterbrechung]

281

282 I: Und macht ihr auch irgendwelche Maßnahmen, wenn ihr zum Beispiel merkt: Da sind zwei
283 Coworkerinnen, die könnten irgendwie eine gute Partnerschaft gründen oder die könnten sich
284 gegenseitig unterstützen. Initiiert ihr das dann, dass die mal Kontakt aufnehmen? #00:13:54#
285

286 B: Also bis jetzt noch schwierig zu sagen, weil wir eben zu frisch sind. Aber ich kann Dir auf
287 jeden Fall sagen, dass Shari sich auch super viel Zeit nimmt. Jede, die hier interessiert ist, mit
288 der wird erstmal eine halbe Stunde geplaudert. Und es wird über irgendwelche Erfahrungen
289 geredet und so was. Und dann kommt sofort raus: "Ach, krass. Du machst das? Guck' mal, die
290 da hinten macht das!" Und dann wird da ein bisschen, wie sagt man, vermittelt. So in die
291 Richtung. #00:14:20#

292

293 I: Okay. #00:14:24#

294

295 B: Aber die reden auch untereinander ganz viel. Also das ist total krass zu sehen, oder auch
296 total schön, wie so diese persönliche Basis sofort geschaffen wird. #00:14:32#

297

298 I: Ja, cool. #00:14:32#

299

300 B: Das ist ziemlich cool. #00:14:34#

301

302 I: (...) So. Und würdet ihr jetzt grundsätzlich so unternehmerischen Spirit / Gründerinnen
303 bevorzugen oder einfach irgendwelche Freelancer, die sich hier monatelang einbuchen? Oder
304 seid ihr da .../ #00:14:49#

305

306 B: Ganz egal. #00:14:50#

307

308 I: Ganz egal. (...) Okay. Das hast Du vorhin schon erzählt. (...) Ja, gut. Okay. Wie ihr jetzt die
309 Gewinne erwartet bis zum Ende des Jahres ist wahrscheinlich auch gerade schwer zu sagen
310 (lacht). #00:15:14#

311

312 B: Ja. #00:15:15#

313

314 I: Das gibt es auch noch nicht. Genau. Jetzt neben der Frauenausrichtung, kannst Du irgendwas
315 sagen, wo Du sagst, dass das euch wirklich von anderen Spaces? #00:15:28#

316

317 B: Also es ist tatsächlich ja die Frauen-Ausrichtung. #00:15:31#

318

319 I: Ja, das glaube ich. (...) Und die schöne Einrichtung (lacht). #00:15:37#

320

321 B: Ja, vielleicht auch. Wobei, ich habe auch viel geguckt bei anderen .../ Weil ich das ja auch
322 auf diesen Seiten unterbringen musste, wo halt eben die Auflistung von möglichen Berliner
323 Coworking Spaces ist. #00:15:46#

324

325 I: Ja. Da wird schon viel auf so Style geachtet, das stimmt auf jeden Fall. #00:15:51#

326

327 B: Ja. #00:15:52#

328

329 I: Und habt ihr vor irgendwie - oder ich weiß nicht, ob es das bei AMAPOLA vielleicht schon
330 gibt - die Zufriedenheit der Coworker zu messen? Oder irgendwie Umfragen zu machen? Oder
331 wollt ihr einfach .../ #00:16:02#

332

333 B: Es funktioniert hier einfach durch ganz normale Kommunikation. Oder man fragt, wenn man
334 merkt, dass hier irgendwas nicht richtig stimmt mit der Stimmung. Dass dann auf jeden Fall
335 geguckt wird. Also einfach das Gespräch suchen. #00:16:14#

336

337 I: Ja. Und habt ihr jetzt aktuell gerade irgendwelche Herausforderungen den Space zu leiten /
338 organisieren et cetera? #00:16:21#

339

340 B: Was jetzt gerade vor allem halt wirklich erstmal die Sache ist, ist die Sache hier wirklich ins
341 Rollen zu bringen. Also ich weiß, dass Shari ein bisschen Sorgen hat .../ Aber das hat
342 wahrscheinlich jeder. Also überhaupt nicht überdurchschnitt. Sondern die hat halt jeder, der
343 halt irgendwie gerade was aufmacht. So die Gedanken, die man eben hat und damit
344 einhergehen. Aber es geht vor allem erstmal darum Fuß zu fassen mit der ganzen Idee. Und da
345 auch auf genug .../ #00:16:49#

346

347 I: /... Resonanz zu kommen? #00:16:51#

348

349 B: Genau. #00:16:52#
350
351 I: Ja. Okay. Ja, klar. Und auch das Gerüst macht es wahrscheinlich nicht einfacher? #00:16:55#
352
353 B: Ja, das Gerüst (lacht), Du sagst es. Dahinten ist eine Baustelle und so. Aber spätestens,
354 glaube ich, im September oder November soll das weg sein. #00:17:02#
355
356 I: Das ist ja schon mal gut. #00:17:04#
357
358 B: Ja. #00:17:06#
359
360 I: Genau. Okay. Die Preise, da hast Du mir ja den Flyer gegeben. #00:17:09#
361
362 B: Genau. #00:17:12#
363
364 I: Das habt ihr jetzt wahrscheinlich noch nicht verändert seitdem ihr geöffnet habt (lacht)?
365 #00:17:13#
366
367 B: Nee (lacht). #00:17:16#
368
369 I: Okay. Cool. #00:17:16#
370