

DOKUMENTATION - Zusammenfassung

Online-Servicetest: Co-Working-Spaces 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 1. Dezember 2021

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

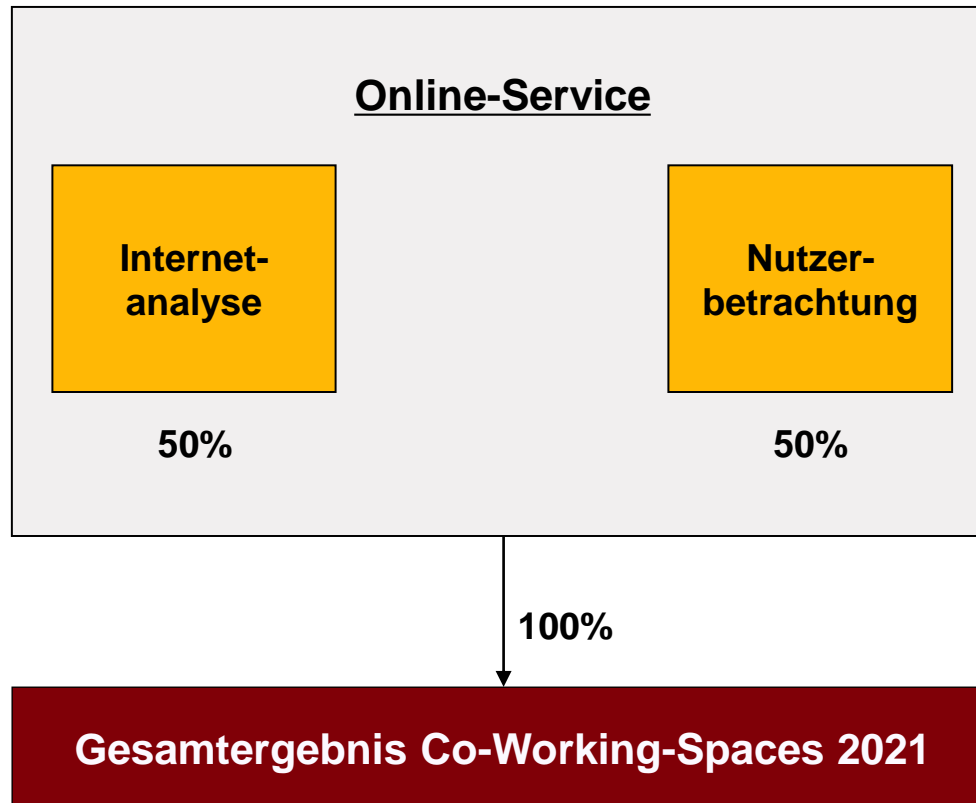
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Internetanalyse	13
Nutzerbetrachtung	14
6. Ergebnisse der Unternehmen	15
Internetanalyse	15
Nutzerbetrachtung	17
7. Methodik	19
Anhang	25

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	Zehn Anbieter für Co-Working-Spaces
Studienzeitraum	August bis Oktober 2021
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereich	Online-Service
Online-Service	Insgesamt 110 Service-Kontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 10 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 100 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Co-Working-Spaces			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Wework	79,2	gut
2	Spaces	78,4	gut
3	Work Republic	76,4	gut
4	Regus	75,7	gut
5	Collection BC	75,4	gut
6	Ecos Office-Center	73,9	gut
7	Design Offices	72,3	gut
8	Unicorn	66,0	befriedigend
9	HQ	59,8	ausreichend
10	Satellite Office	58,2	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	71,5	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Co-Working-Spaces 100%			Internetanalyse 50%		Nutzer- betrachtung 50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Wework	79,2	3	75,0	1	83,3
2	Spaces	78,4	2	76,0	3	80,8
3	Work Republic	76,4	4	74,0	4	78,8
4	Regus	75,7	1	78,0	9	73,3
5	Collection BC	75,4	7	67,5	1	83,3
6	Ecos Office-Center	73,9	5	71,5	6	76,3
7	Design Offices	72,3	6	68,0	5	76,7
8	Unicorn	66,0	8	57,5	8	74,6
9	HQ	59,8	9	47,0	10	72,5
10	Satellite Office	58,2	10	41,0	7	75,4
	Branche (Mittelwert)	71,5		65,6		77,5

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Wework	Spaces	Work Republic
Internetanalyse	Regus	Spaces	Wework
Nutzerbetrachtung	Collection BC / Wework	-	Spaces

7. Methodik

Hintergrund der Studie

In den vergangenen 15 Jahren hat sich das Konzept der flexiblen Anmietung von Arbeitsplätzen, den sogenannten Co-Working-Spaces, weltweit stark verbreitet. Nach Angaben von Deskmag konnten 2018 weltweit über 18.700 Co-Working-Spaces gezählt werden.* Auch in Deutschland ist der Trend angekommen: 2018 gab es 136 Standorte und rund 6.400 Arbeitsplätze.**

Insbesondere in den großen deutschen Metropolen Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München und Stuttgart sind eine Vielzahl von Anbietern von Flexible Office Spaces vertreten und erfreuen sich zunehmender Beliebtheit.

Aus Nutzersicht (Start-ups, Freiberufler, Solo-Selbständige oder auch projektbasiert arbeitende Berater, Vertriebler) lassen sich dementsprechend folgende zentrale Untersuchungsfragen ableiten: Welche Website zeichnet sich durch eine hohe Bedienungsfreundlichkeit und einen hohen Informationswert aus?

Antworten auf diese Fragen soll eine Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität geben, welches im Auftrag des Nachrichtensenders ntv den Online-Service großer Co-Working-Spaces-Betreiber in Deutschland analysiert. Ziel der Studie ist es, den Anbieter mit dem besten Online-Service zu identifizieren.

* Vgl.: Deskmag, 2019: Coworking Forecast 2019 – Final Results. Online unter: <https://www.dropbox.com/s/jjor71mecwqbxdy/2019%20Complete%20Coworking%20Forecast.pdf?dl=0>, (Stand: 24.08.2021)

** Vgl.: Jones Lang Lasalle SE (JLL), 2018: Flexible Office Space – Coworking & Co. In den Big 7. Online unter: <https://www.jll.de/content/dam/jll-com/documents/pdf/research/emea/germany/de/flexible-office-space.pdf>, (Stand 24.08.2021.)

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden zehn bedeutende, überregional tätige Anbieter für Co-Working-Spaces mit mindestens zehn Standorten bundesweit und einer Verteilung dieser Standorte in mindestens drei der fünf größten deutschen Metropolen (Berlin, Hamburg, München, Frankfurt und Köln) einer eingehenden Analyse unterzogen. Englischsprachige Websites waren bei dieser Studie kein Ausschlusskriterium.

Mittels einer umfangreichen Internetrecherche* wurden die relevanten Anbieter ausfindig gemacht. Die Untersuchung umfasste die folgenden zehn Anbieter (in alphabetischer Reihenfolge):

- Collection BC
- Design Offices
- Ecos Office-Center
- HQ
- Regus
- Satellite Office
- Spaces
- Unicorn
- Wework
- Work Republic

* Vgl. z. B. online unter: <https://www.gruender.de/hr-office/coworking-spaces-in-deutschland/> oder: https://www.officebase.info/de/coworking/coworking-spaces?gclid=EAlalQobChMI7969n5-48glVA2EYCh1L1w0-EAMYAiAAEgKTYfD_BwE, oder: <https://www.starting-up.de/praxis/checklisten/coworking-anbieter.html> (Abrufdatum jeweils: 25.08.2021)

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Übersicht angebotener Arbeitsplatzmodelle	5,0%	
Erklärung der unterschiedlichen Modelle	4,0%	
Standortsuche	4,0%	
Anfrage zu einem persönlichen oder virtuellen Rundgang möglich?	4,0%	
Informationen zu den Öffnungszeiten der Bürogebäude	3,0%	
Informationen zu Services (z. B. Nutzung Drucker, etc.)	3,0%	
Bilder zu einzelnen Standorten	3,0%	
Informationen zu Preisen	3,0%	
Informationen zu COVID-19-Maßnahmen	2,0%	
Map zu den einzelnen Standorten	2,0%	
Informationen zu Business Events	2,0%	
Anzahl Klicks bis zur Übersicht angebotener Arbeitsplatzmodelle	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Standortsuche	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Öffnungszeiten der Bürogebäude	5,0%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Getestete Internetauftritte

Unternehmen	Internetseite
Collection BC	www.ubc-collection.com
Design Offices	www.designoffices.de
Ecos Office-Center	www.ecos-office.com/de
HQ	www.hq.com
Regus	www.regus.com/de-de
Satellite Office	www.satelliteoffice.de
Spaces	www.spacesworks.com/de
Unicorn	www.unicorn.de
Wework	www.wework.com/de-DE
Work Republic	https://workrepublic.de
Erhebungszeitraum: 27.09. - 01.10.2021	

	Seite
A. Tester-Eindrücke	26
Positiv	26
Negativ	27
B. Deskriptive Preisanalyse	28
C. Allgemeine Methodik (Servicetests)	29

C. Allgemeine Methodik

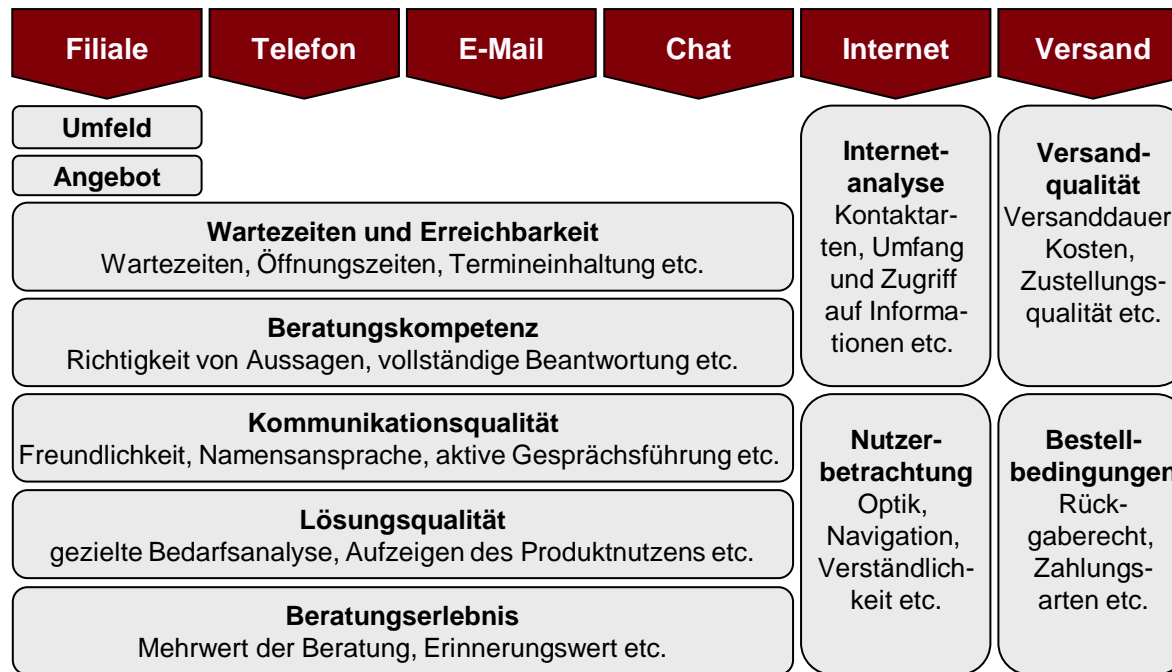
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

C. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“