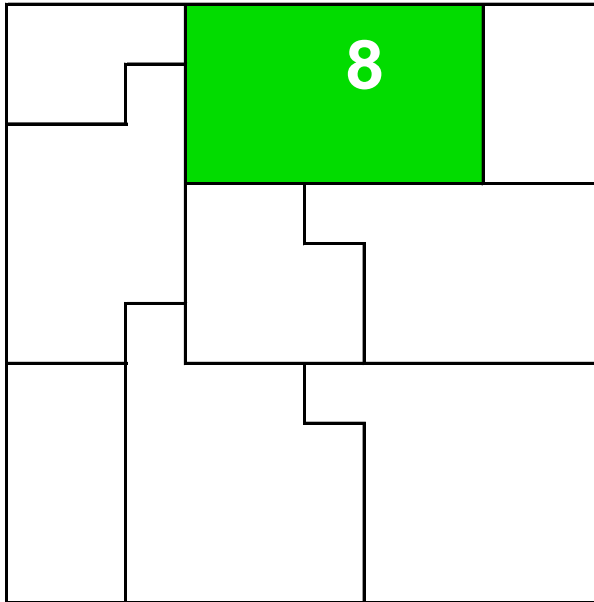


Segment 8: Hauptsitze

Nachfragersegmente im Büromarkt



8.1 Hauptsitze: Einleitung

Beim Segment Hauptsitze handelt es sich um die Hauptverwaltungssitze von Mehrbetriebsunternehmen bzw. Gesellschaften aus den Branchen Finanzdienstleistungen, Versicherungen, Telekommunikation und Pharma. Die zentralen Unternehmensdienstleistungen der Hauptverwaltung benötigen einen sehr repräsentativen Standort in den zentralen Geschäftsgebieten der Grossstädte, in Single Tenant Gebäuden mit eigenem Eingangs- und Empfangsbereich für den Kundenempfang. Dabei ist die äussere Erscheinung und Visibilität des Gebäudes von grosser Bedeutung. Gesucht sind moderne oder architektonisch wertvolle Gebäude mit Wiedererkennungswert. Die Hauptsitze legen Wert auf eine sehr gut erschlossene Lage ihres Standortes.



Sie fragen eine hohe Standortqualität sowohl der Mikro- als auch der Makrolage nach. Ein urbanes Umfeld wird sowohl von der mehrheitlich international ausgerichteten Geschäftstätigkeit, als auch von den Mitarbeiterpräferenzen gefordert. Zum Teil befinden sich die Gebäude im Eigentum. Verschiedene Zusatzdienstleistungen wie firmeninterne Restaurants, Kinderkrippen oder Fitnessräume erhöhen die Zufriedenheit und Arbeitsproduktivität und unterstützen die Rekrutierung der gewünschten Arbeitskräfte. Eine effiziente Nutzung der Fläche wird angestrebt, indem die Büros für betriebsinterne Abläufe optimiert werden. Open Space und Desk Sharing sind häufig angewandte Büroraumkonzepte. Eine flexible und eigene Innengestaltung hat einen hohen Stellenwert, daher werden vornehmlich Räumlichkeiten im Rohbau oder Edelrohbau bevorzugt. Der Standortentscheid wird auf höchster Stufe gefällt, zuvor aber von einem fachkundigen Projektteam vorbereitet. Wichtige Kriterien sind die mit der Architektur verbundene Repräsentativität. Deshalb wird ein solcher Entscheid nicht ausschliesslich an den Initialkosten gemessen, sondern auch an den daraus folgenden Betriebsaufwänden.

8.2 Hauptsitze: Beispiele fiktiver Betriebe

Die nachfolgenden Beispieltexthe sollen einen schnellen Zugang zu den beschriebenen Nachfragersegmenten ermöglichen. Sie sind stark überzeichnet, klischeehaft und basieren nicht auf einer wissenschaftlichen Grundlage.

Telekommunikationsunternehmen Just Call

Die Hauptzentrale des Telekommunikations-Unternehmen «Just Call» befindet sich in einem neuen Hochhaus, welches Teil eines aufstrebenden Dienstleistungsquartiers angrenzend zum zentralen Geschäftsgebiet (CBD) ist. Das Glas-Hochhaus strahlt durch seine markante und auffällige Architektur Status aus und erreicht einen gewissen Bekanntheitsgrad. Dadurch ist eine Corporate Architecture von Gebäude und Unternehmen entstanden, d.h. das Gebäude und die Unternehmensmarke verschmelzen in «Just Call Tower». Die Eingangshalle ist überhoch, der Boden besteht aus Marmorplatten.

8.3 Wer sind die Hauptsitze?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
------------------	---------------------

Wertschöpfungsstärke (Arbeitsproduktivität)

Hohe Arbeitsproduktivität

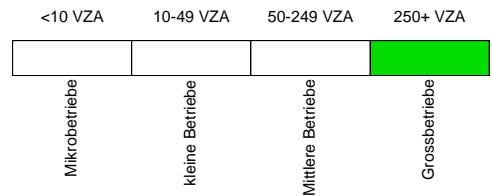


typische Betriebe

Hauptsitz einer Bank, einer Versicherung, eines Telekommunikationsunternehmens, eines Pharmaunternehmens, eines IT Unternehmens

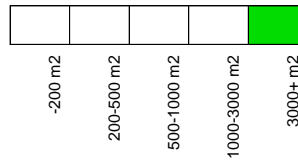
Betriebsgrösse

Grossunternehmen



Flächenbedarf

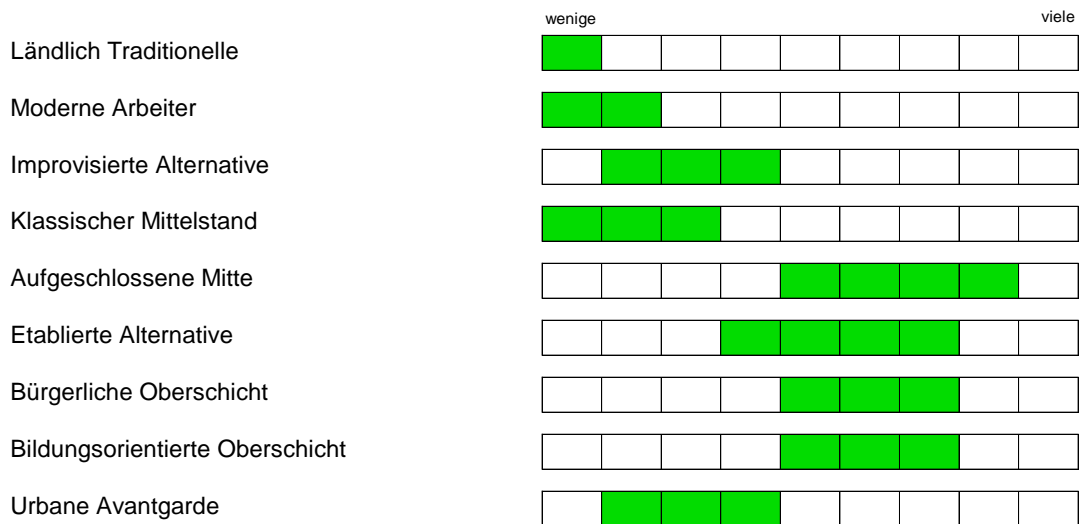
Gross



Flächenbedarf (Mietfläche) pro Beschäftigten (m2) Eher gering

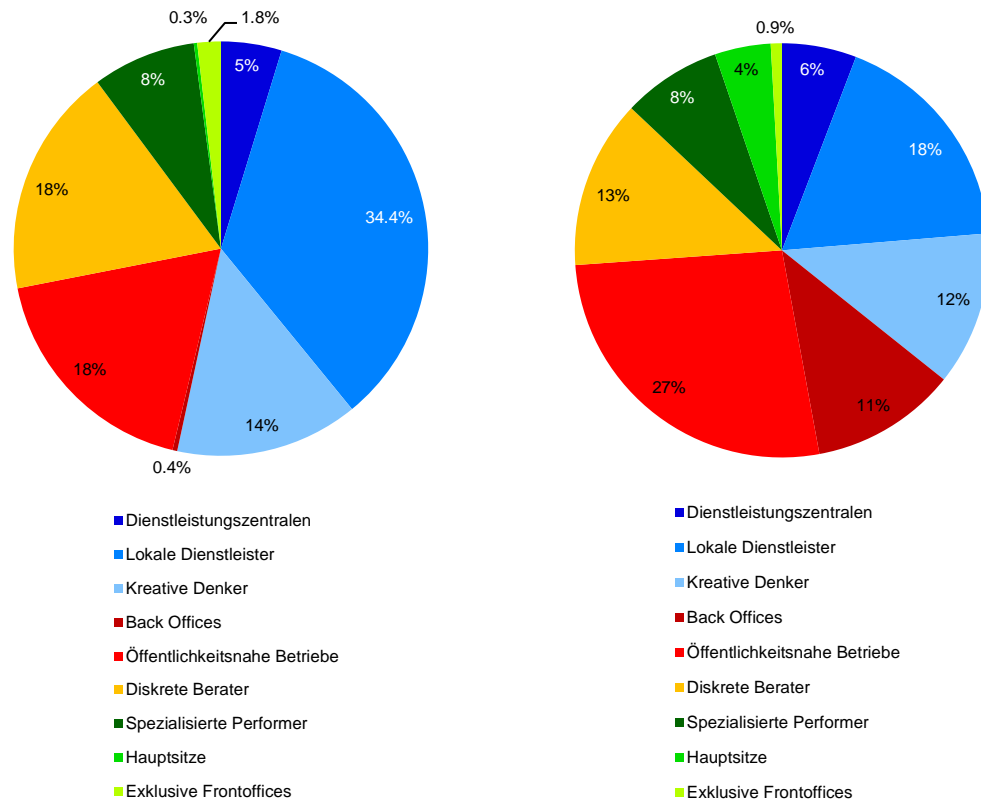


Welche Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt arbeiten bei den Hauptsitzen?



8.4 Hauptsitze :Verteilung

Verteilung der Schweizer Betriebe (links) und Vollzeitstellen (rechts) im Büromarkt (2015)



8.4 Wie arbeiten die Hauptsitze?

Charakteristikum	Typische Ausprägung	
Bürostandort	Grosszentren, urban, zentral	
Arbeitsumfeld	Business District, Branchenumfeld, urban, gehoben, international	
Umzugsneigung	Gering	
Preissensitivität	Eher gering	
Architektur	Modern, repräsentativ, klassisch, architektonisch wertvoll, markant	
Büroorganisationsform	Gruppenbüro Zellenbüro Kombibüro Grossraum- büro Business Club branchen- spezifisch	
Neigung		
Ausstattungsstandard	Hoch	
Anforderungen an technische Ausrüstung	Hoch	
Zahlungsbereitschaft für Ökologie	Eher hoch	
Anforderungen an Büroimmobilie	Hohe Flächeneffizienz, hohe Flächenproduktivität, Sicherheit, Flexibilität, Präferenz für Rohausbau/Edelrohbau, firmeneigene Ausbauten und Zusatzflächen für Zusatzdienstleistungen, Visibilität und eigener Eingang wichtig, Single Tenant Gebäude	

8.5 Hauptsitze: Arbeitsumfeld

Der Prozess der Bürosuche ist durch Präferenzen und Restriktionen geprägt, die auf die Nachfrager einwirken. Die folgenden Angaben beziehen sich auf das Endergebnis der dabei spielenden Prozesse.

Charakteristikum	Typische Ausprägung	
Präferenz für Urbanität Zentralitätspräferenz	Hoch	Peripherie Ortszentrum Agglo. und Stadtrand Stadt 1B Lage Stadt 1A Lage
		Gering <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Hoch
Interkommunale Erreichbarkeit		
bzgl. Strassenanbindung	Mittel	Weniger wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> wichtig
bzgl. ÖV	Wichtig	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Parkplätze	Wichtig	Weniger wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> wichtig
Einkaufs- und Verpflegungseinrichtungen in Fussdistanz	Wichtig	Weniger wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> wichtig
Nähe zur Kundschaft	Mittel	Weniger wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> wichtig
Nähe zu Unternehmensdienst- leistungen	Wichtig	Weniger wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> wichtig
Reputation des Quartiers	Wichtig	Weniger wichtig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> wichtig