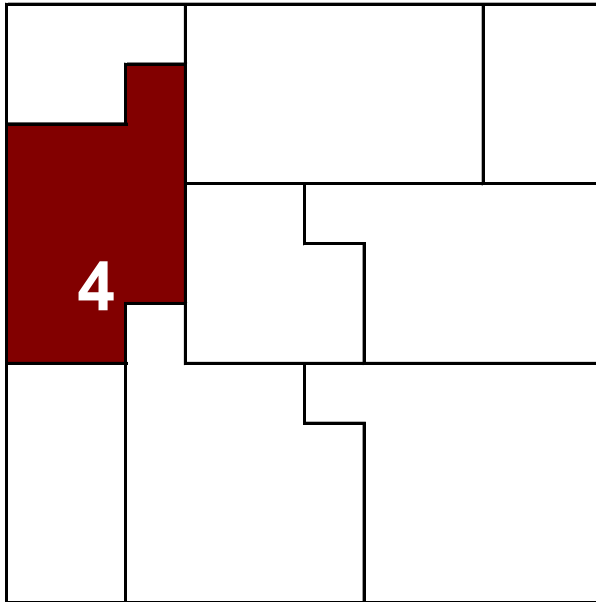


Segment 4: Back Offices

Nachfragersegmente im Büromarkt



**FP
RE**

Fahrländer Partner AG
Raumentwicklung
Seebahnstrasse 89
8003 Zürich

+41 44 466 70 00
info@fpre.ch
www.fpre.ch

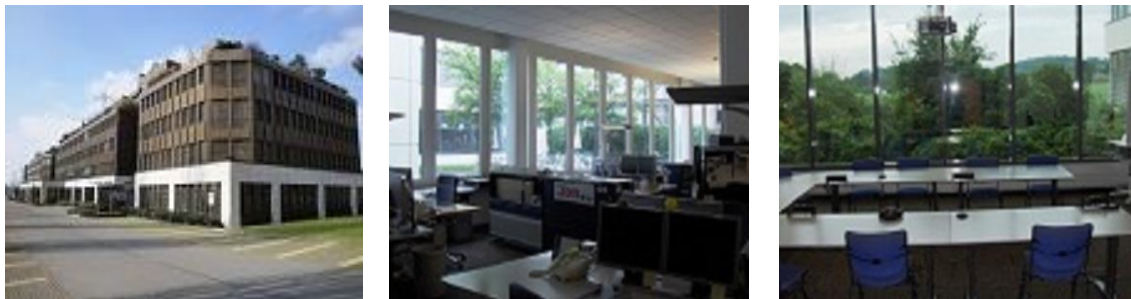
Fabrikstrasse 20A
3012 Bern

+41 31 348 70 00
bern@fpre.ch
www.fpre.ch

CSL  **IMMOBILIEN**

4.1 Back Offices: Einleitung

Das Segment Back Offices besteht aus den Backoffice-Betrieben der Grossunternehmen aus den Branchen Finanzdienstleistungen, Versicherungen, Telekommunikation und zum Teil Konzernverwaltungszentralen mit wenig Repräsentationsanspruch. Grossunternehmen lagern ihre innerbetrieblichen, unterstützenden Dienstleistungen aus, indem sie Front- und Back Office Funktionen räumlich trennen. Die mehrheitlich überdurchschnittlich wertschöpfungsstarken Grossunternehmen konzentrieren ihre Back Office Mitarbeiter an gut erschlossenen Standorten im 1. und 2. Agglomerationsgürtel von Grosszentren. Die (zunehmende) Konzentration der Arbeitsplätze verlangt moderne, mit technischer Ausrüstung versehene Büroflächen.



Die Innengestaltung der Büroräumlichkeiten muss flexibel sein, der Ausbau funktional. Das Sicherheitssystem im Gebäude ist ein wichtiges Thema. Mit verschiedenen Zusatzdienstleistungen wie firmeninterne Restaurants, Kinderkrippen oder Fitnessräumen soll die Zufriedenheit und Arbeitsproduktivität gefördert werden. Die Bürostrukturen werden meist in flächeneffizienten Grossraumbüros oder immer häufiger in Business Clubs organisiert. Die Zahlungsbereitschaft für Ökologie ist hoch. Während die Erreichbarkeit und Nähe zu städtischen Dienstleistungen für die Mitarbeiter wichtig ist, benötigt die Adresse keine grosse Reputation, da die Kundenkontakthäufigkeit gering ist. Die Visibilität und die Mikrolage generell sind sekundär, wichtiger ist die Makrolage. Die Backoffices mieten Büros in Single Tenant Gebäuden mit langjährigen Mietverträgen oder sie sind zum Teil selbst Eigentümer der Liegenschaften. Die Standortentscheide werden oft durch eine betriebsinterne Immobilienabteilung vorbereitet, dann allerdings von der Konzernleitung getroffen. Wichtige Kriterien sind betriebsinterne Abläufe, Kosten und Flexibilität für allfällig spätere Anpassungen.

4.2 Back Offices: 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.

Backoffice einer Grossbank

Das Backoffice einer Schweizer Grossbank liegt am mit dem öffentlichen Verkehr hervorragend erschlossenen Stadtrand. Auf über 5000 m² wurden die Backoffice Dienstleistungen zusammengezogen. Die Büroflächen sind technologisch hochstehend ausgerüstet. Aus Kostengründen und um den kommunikativen Austausch zu fördern, wird ein Open Space Arbeitsplatzkonzept verwendet. Für die Mitarbeiter stehen zahlreiche Zusatzdienstleistungen wie Fitnessraum und Kantine zur Verfügung. Die Büroimmobilie verfügt über ein eigenes Parkhaus.

Telekommunikationsanbieter Connect

Der Telekommunikationsanbieter Connect konzentriert seine administrativen Bereiche auf 8000 m² als alleiniger Mieter in einem Businessgebäude. Die Liegenschaft befindet sich 15 Minuten ausserhalb des Stadtzentrums. Das Gebiet ist tagsüber und insbesondere während den Stosszeiten stark belebt, am Abend und am Wochenende aber ruhig. Mit Ausnahme der firmenintern sensiblen Bereiche (u.a. HR), welche über eigene, abgetrennte Räume verfügen, sind die gesamten Geschossflächen offen. Die Einrichtung und der Ausbaustandard sind überdurchschnittlich. Die Mitarbeiter gelangen über den Haupteingang, welcher zwar grosszügig aber eher karg ist, mittels Badge und Drehkreuzen an ihre Arbeitsplätze.

4.3 Wer sind die Back Offices?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Wertschöpfungsstärke (Arbeitsproduktivität)	Mehrheitlich hohe Arbeitsproduktivität

Gering Hoch

typische Betriebe	Back Office einer Bank, einer Versicherung, eines Telekommunikationsunternehmens, eines Reisedienstleisters
-------------------	---

Betriebsgrösse	Grossunternehmen
----------------	------------------

<10 VZA 10-49 VZA 50-249 VZA 250+ VZA

Flächenbedarf	Gross
---------------	-------

Flächenbedarf (Mietfläche) pro Beschäftigten (m2)	Gering
---	--------

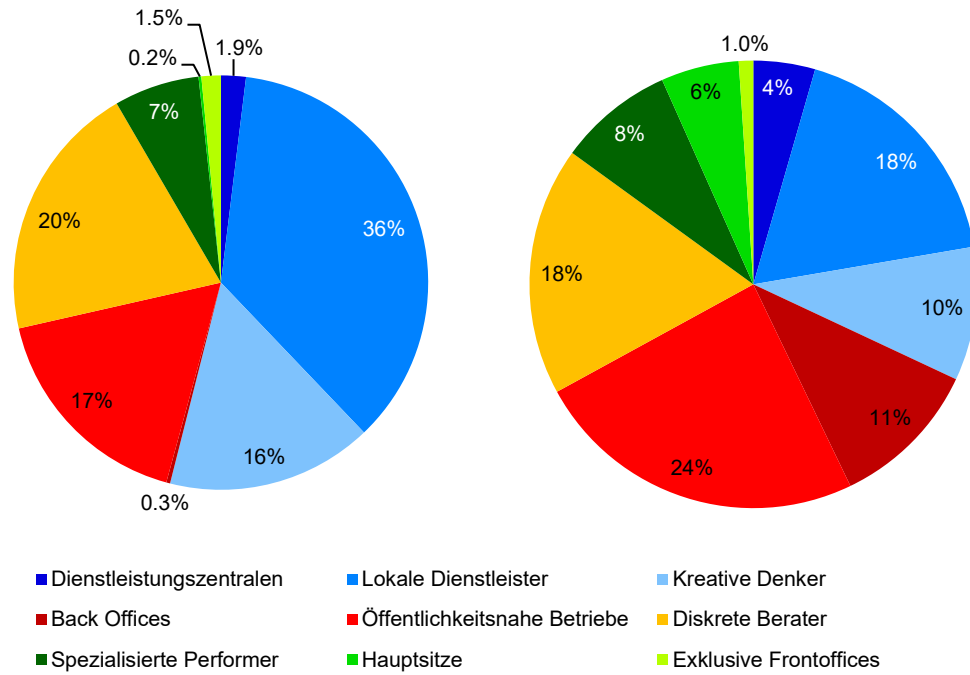
Welche Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt arbeiten bei den Back Offices?

	wenige									viele
Ländlich Traditionelle										
Moderne Arbeiter										
Improvisierte Alternative										
Klassischer Mittelstand										
Aufgeschlossene Mitte										
Etablierte Alternative										
Bürgerliche Oberschicht										
Bildungsorientierte Oberschicht										
Urbane Avantgarde										

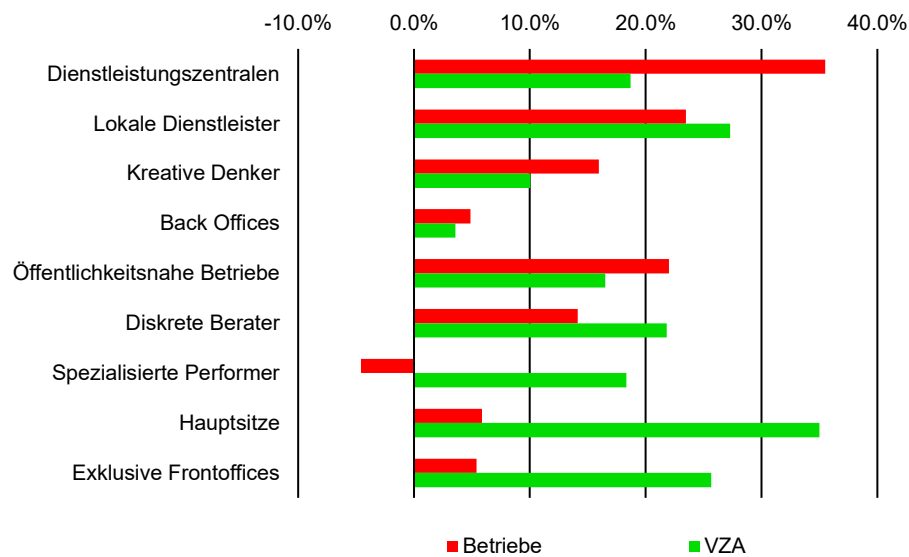
Quelle: Fahrländer Partner & CSL Immobilien.

4.4 Back Offices: Verteilung und Entwicklung




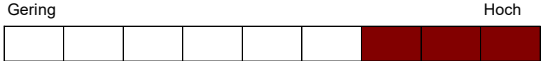
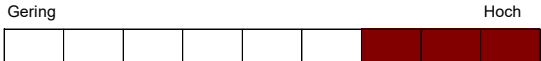

Verteilung der Schweizer Betriebe (links) und Vollzeitstellen (rechts) im Büromarkt (2023)



Entwicklung der Anzahl Betriebe und VZA nach Nachfragersegmenten 2015-2023



4.5 Wie arbeiten die Back Offices?

Charakteristikum	Typische Ausprägung						
Bürostandort	Stadtrand, Agglomeration, suburban						
Arbeitsumfeld	Verdichtet, dezentral aber städtisch, tagsüber belebt und abends ruhig						
Umzugsneigung	Mittel 						
Preissensitivität	Eher gering 						
Architektur	Modern						
Büroorganisationsform	<table border="1"> <tr> <td>Gruppenbüro</td> <td>Zellenbüro</td> <td>Kombibüro</td> <td>Grossraum-büro</td> <td>Business Club</td> <td>branchenspezifisch</td> </tr> </table>	Gruppenbüro	Zellenbüro	Kombibüro	Grossraum-büro	Business Club	branchenspezifisch
Gruppenbüro	Zellenbüro	Kombibüro	Grossraum-büro	Business Club	branchenspezifisch		
Neigung							
Ausstattungsstandard	Hoch 						
Anforderungen an technische Ausrüstung	Hoch 						
Zahlungsbereitschaft für Ökologie	Eher hoch 						
Anforderungen an Büroimmobilie	Hohe Flächeneffizienz, hohe Flächenproduktivität, Sicherheit, Flexibilität der Innengestaltung wichtig, funktionaler Ausbau, Zusatzflächen für Zusatzdienstleistungen, Single Tenant Gebäude						

4.6 Back Offices: 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	Mittel	Peripherie Ortszentrum Agglo. und Stadtrand Stadt 1B Lage Stadt 1A Lage										
		Gering <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> Hoch										
Interkommunale Erreichbarkeit												
bzgl. Strassenanbindung	Mittel	Weniger wichtig <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> wichtig										
Wichtig <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>												
Parkplätze												
Parkplätze	Eher wichtig	Weniger wichtig <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> wichtig										
Einkaufs- und Verpflegungseinrichtungen in Fussdistanz												
Einkaufs- und Verpflegungseinrichtungen in Fussdistanz	Mittel	Weniger wichtig <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> wichtig										
Nähe zur Kundschaft												
Nähe zur Kundschaft	Sekundär	Weniger wichtig <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> wichtig										
Nähe zu Unternehmensdienstleistungen												
Nähe zu Unternehmensdienstleistungen	Sekundär	Weniger wichtig <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> wichtig										
Reputation des Quartiers												
Reputation des Quartiers	Eher weniger wichtig	Weniger wichtig <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px; background-color: #800000;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> wichtig										