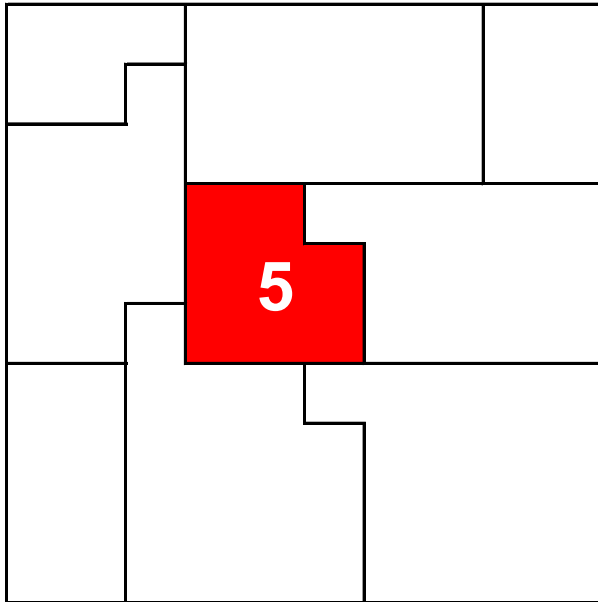


# Segment 5: Öffentlichkeitsnahe Betriebe

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**

## 5.1 Öffentlichkeitsnahe Betriebe: Einleitung

Die Öffentlichkeitsnahen Betriebe sind Arbeitsstätten aus den Bereichen Immobilienwesen, öffentliche Verwaltung, Verbände, Verlagswesen, Rundfunkveranstalter, Bildungswesen und Ingenieurwesen. Sie weisen mehrheitlich eine mittlere Betriebsgrösse auf und befinden sich häufig an diskreten, etablierten Standorten aller Lagen und Ortschaften in der Schweiz. Sowohl die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr als auch mit dem motorisierten Individualverkehr ist von mittlerer Bedeutung. Insgesamt sind die Standortfaktoren der Mikrolage und die Visibilität von aussen wichtig, haben aber nicht erste Priorität.



Die Flächeneffizienz und die technische Ausrüstung sind eher durchschnittlich. Die Büroräume werden oft in Einzel- oder Gruppenbüros organisiert. Eigene Eingangsbereiche werden üblicherweise bevorzugt. Bei grösseren Betrieben werden verstärkt Single Tenant Gebäude nachgefragt. Langjährige Mietverträge sind bei diesem Segment verbreitet. Standortentscheide werden nach aufwändigen Verfahren getroffen und sind je nachdem Teil eines politischen Prozesses. Ein relevantes Kriterium dabei ist die Nähe zu betriebsnotwendig naheliegenden anderen Institutionen.

## 5.2 Öffentlichkeitsnahe Betriebe: Beispiele fiktiver Betriebe

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


### STU Sportverband

Der STU Sportverband beschäftigt 40 Mitarbeiter am Rande des Agglomerationszentrum. Der Verband koordiniert von dort aus den Spielbetrieb, organisiert Aus- und Weiterbildungen für Funktionäre und Trainer und vertreibt die Vermarktungsrechte. Das Sitzungszimmer und der Eingangsbereich erfüllen repräsentative Ansprüche, da Hauptsponsoren und internationale Funktionäre zu den regelmässigen Besuchern zählen. Für die Mitarbeiter sind hingegen die guten Verkehrsanbindungen mit S-Bahn und nahem Autobahnanschluss wertvoll.


### Kantonales Amt für Bewilligungen

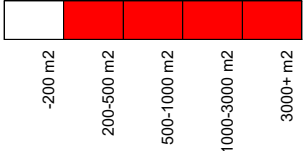
Das kantonale Amt für Bewilligungen liegt vier Tramhaltestellen vom Zentralbahnhof entfernt in einem urbanen, gemischtgenutzten Quartier. Die Nähe zu anderen Amtsstellen ist wichtig. Die 150 Angestellten verteilen sich im 40-jährigen, aber kürzlich sanierten Dienstleistungsgebäude auf 3000 m<sup>2</sup>. Der Eingangsbereich ist eher dunkel und besteht aus mehreren Schaltern, wo die Antragstellenden warten. Einen Sitzbereich gibt es nicht. Im ersten Obergeschoss sind vier Sitzungszimmer in verschiedenen Grössen vorhanden, die Amtsleitung befindet sich im obersten Stockwerk. Die Büroorganisationsform ist den Tätigkeiten und Bedürfnissen der Mitarbeitenden bestmöglich angepasst, sofern dies die Gebäudestruktur zulässt.

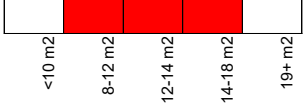
### 5.3 Wer sind die Öffentlichkeitsnahen Betriebe?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Wertschöpfungsstärke (Arbeitsproduktivität)	Mittlere Arbeitsproduktivität <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div> 

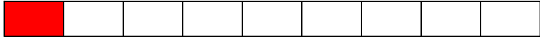



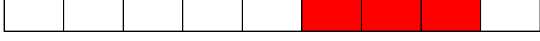
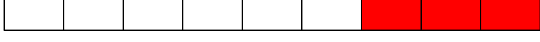

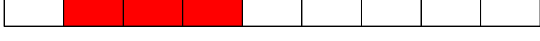
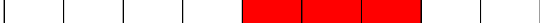
typische Betriebe	Immobilienverwaltung, -vermietung und -handel, Öffentliche Verwaltung, Verband, Verlagswesen, öffentliche Schule, Rundfunkveranstalter, Ingenieurbüro, Sozialversicherungsbetrieb, Pensionskasse
-------------------	--

Betriebsgrösse	Kleine Unternehmen bis Grossunternehmen <div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%; text-align: center;"> <div>&lt;10 VZA Mikrobetriebe</div> <div>10-49 VZA kleine Betriebe</div> <div>50-249 VZA Mittlere Betriebe</div> <div>250+ VZA Grossbetriebe</div> </div> 
----------------	--

Flächenbedarf	Mittel bis gross 
---------------	---

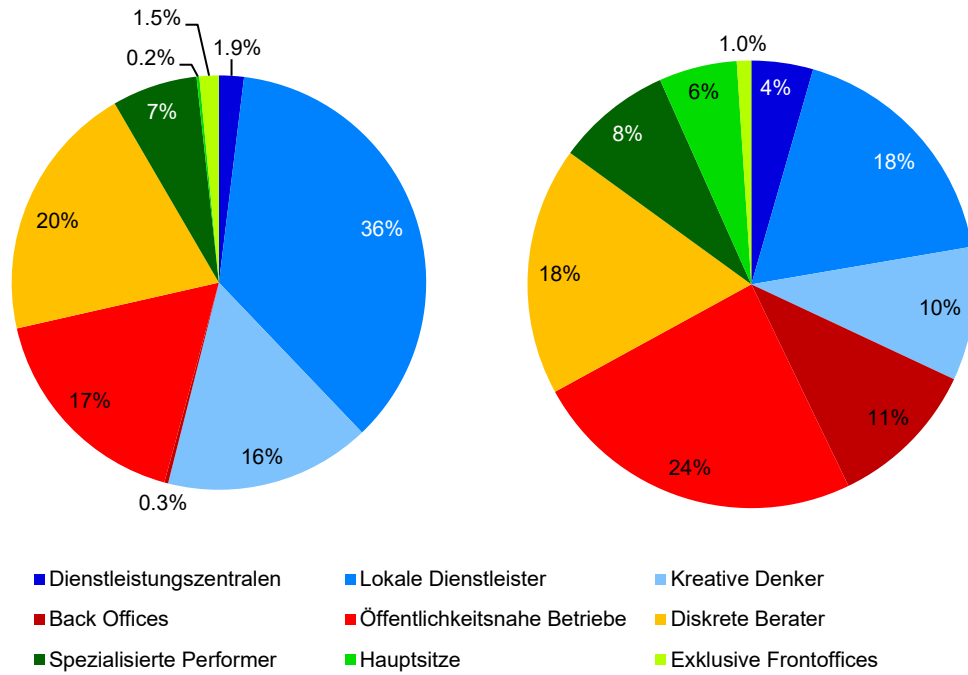
Flächenbedarf (Mietfläche) pro Beschäftigten (m2)	Mittel 
---	--

Welche Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt arbeiten bei den Öffentlichkeitsnahen Betrieben?

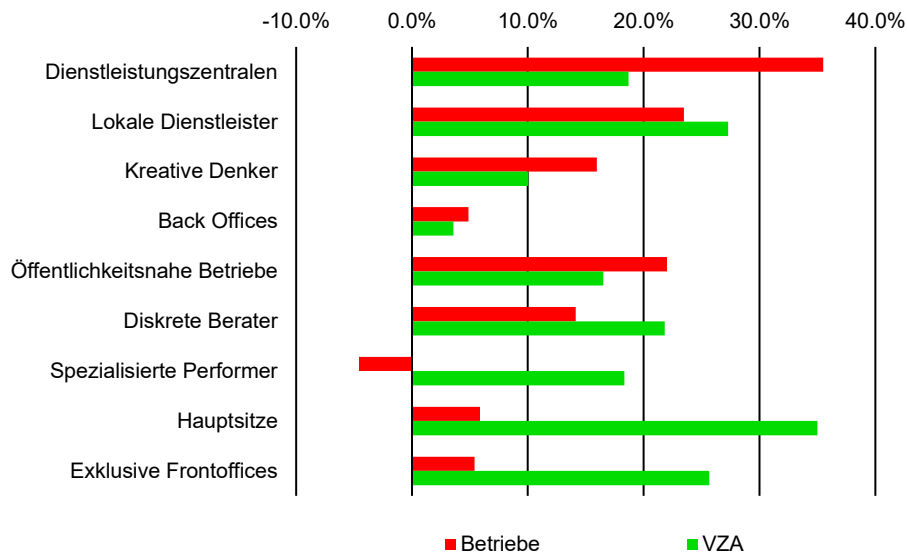
	wenige	viele
Ländlich Traditionelle		
Moderne Arbeiter		
Improvisierte Alternative		
Klassischer Mittelstand		
Aufgeschlossene Mitte		
Etablierte Alternative		
Bürgerliche Oberschicht		
Bildungsorientierte Oberschicht		
Urbane Avantgarde		

## 5.4 Öffentlichkeitsnahe Betriebe: Verteilung und Entwicklung




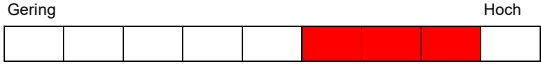


Verteilung der Schweizer Betriebe (links) und Vollzeitstellen (rechts) im Büromarkt (2023)



Entwicklung der Anzahl Betriebe und VZA nach Nachfragersegmenten 2015-2023



## 5.5 Wie arbeiten die Öffentlichkeitsnahen Betriebe?

Charakteristikum	Typische Ausprägung						
Bürostandort	Alle Lagen mit Hang zu Zentralität						
Arbeitsumfeld	Seriös, etabliert, bodenständig						
Umzugsneigung	Gering bis mittel 						
Preissensitivität	Mittel 						
Architektur	Mainstream, unauffällig						
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	Eher hoch 						
Anforderungen an technische Ausrüstung	Mittel 						
Zahlungsbereitschaft für Ökologie	Mittel 						
Anforderungen an Büroimmobilie	Flächeneffizienz sekundär, Visibilität durchschnittlich, Präferenz für eigenen Eingang, Präferenz für Single Tenant Gebäude						

## 5.6 Öffentlichkeitsnahe Betriebe: 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	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Peripherie</span> <span>Ortszentrum</span> <span>Agglo. und Stadtrand</span> <span>Stadt 1B Lage</span> <span>Stadt 1A Lage</span> </div>
		<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <span>Gering</span> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; display: flex;"> <div style="width: 20%; background-color: #f00;"></div> <div style="width: 60%; background-color: #fff;"></div> <div style="width: 20%; background-color: #f00;"></div> </div> <span>Hoch</span> </div>
<hr/>		
Interkommunale Erreichbarkeit		
bzgl. Strassenanbindung	Mittel	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; display: flex;"> <div style="width: 40%; background-color: #f00;"></div> <div style="width: 60%; background-color: #fff;"></div> </div> <span>wichtig</span> </div>
bzgl. ÖV	Eher wichtig	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; display: flex;"> <div style="width: 60%; background-color: #f00;"></div> <div style="width: 40%; background-color: #fff;"></div> </div> </div>
<hr/>		
Parkplätze	Mittel	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; display: flex;"> <div style="width: 40%; background-color: #f00;"></div> <div style="width: 60%; background-color: #fff;"></div> </div> <span>wichtig</span> </div>
<hr/>		
Einkaufs- und Verpflegungseinrichtungen in Fussdistanz	Mittel bis wichtig	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; display: flex;"> <div style="width: 50%; background-color: #f00;"></div> <div style="width: 50%; background-color: #fff;"></div> </div> <span>wichtig</span> </div>
<hr/>		
Nähe zur Kundschaft	Mittel	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; display: flex;"> <div style="width: 40%; background-color: #f00;"></div> <div style="width: 60%; background-color: #fff;"></div> </div> <span>wichtig</span> </div>
<hr/>		
Nähe zu Unternehmensdienst- leistungen	Eher wichtig	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; display: flex;"> <div style="width: 60%; background-color: #f00;"></div> <div style="width: 40%; background-color: #fff;"></div> </div> <span>wichtig</span> </div>
<hr/>		
Reputation des Quartiers	Eher wichtig	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <span>Weniger wichtig</span> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; display: flex;"> <div style="width: 50%; background-color: #f00;"></div> <div style="width: 50%; background-color: #fff;"></div> </div> <span>wichtig</span> </div>