

Netzwerktreffen CoWorkLand & German Coworking Federation

Cashcows für Coworking-Spaces

Mit guten Ideen mehr Umsatz generieren



GERMAN
COWORKING
FEDERATION



Aus der Community für die Community

Das gemeinsame Netzwerktreffen der CoWorkLand Genossenschaft und der German Coworking Federation findet monatlich zu verschiedenen Themen statt. Diese kostenfreien Treffen stehen sowohl den Mitgliedern als auch weiteren Interessierten offen. Die Mitglieder sind zudem herzlich eingeladen, Themen mitzubestimmen und damit aktiv an der Gestaltung der Treffen mitzuwirken.

Dieses Mal beschäftigen wir uns mit kleinen und großen Ideen, wie sich der Cashflow im Coworking-Space verbessern lässt. Die folgenden Tipps basieren auf Erfahrungen von Space-Betreibenden und Studienergebnissen.

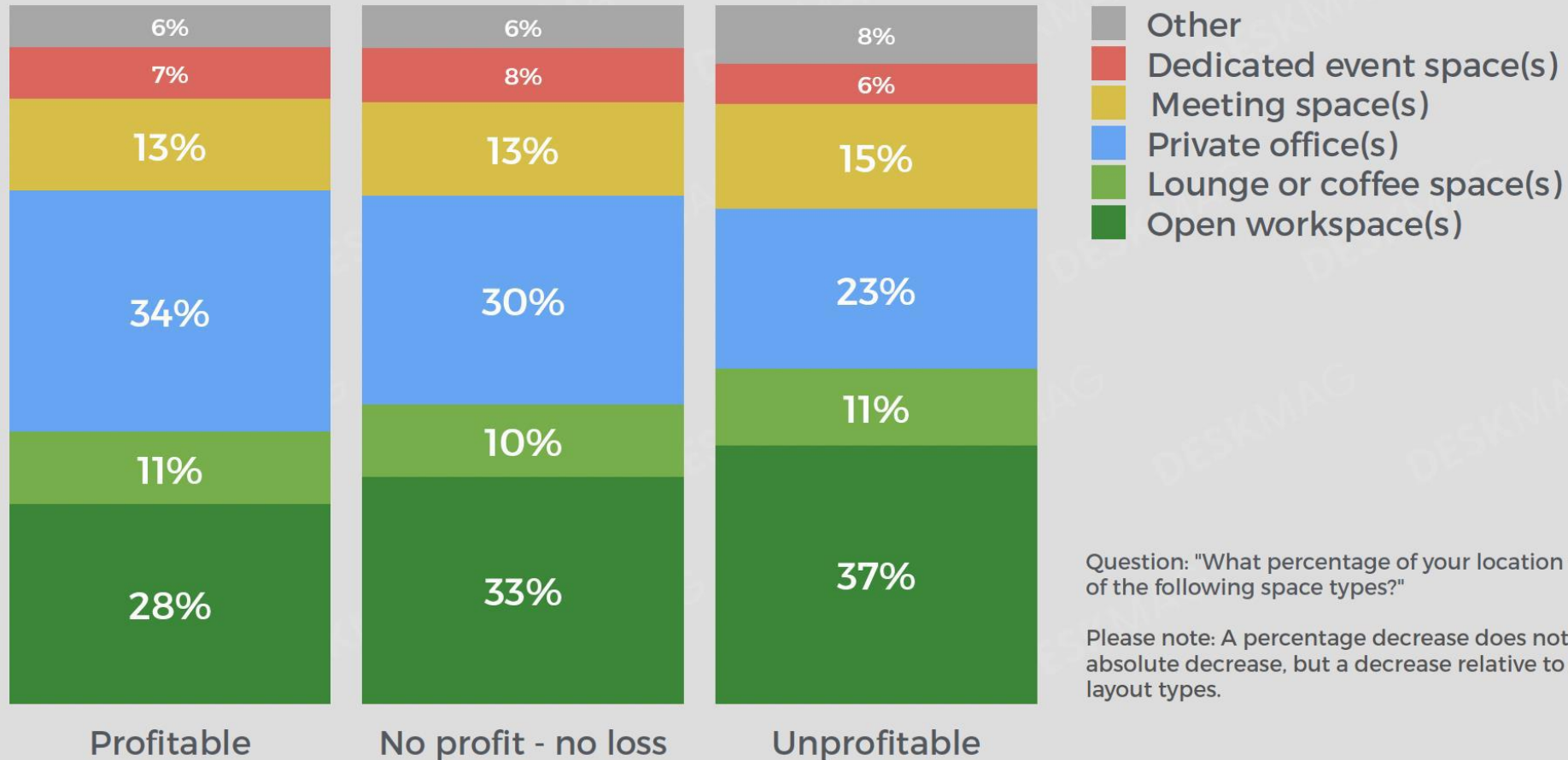


GERMAN
COWORKING
FEDERATION



Average Layout Types Compared by Profitability Status in 2023

DESKMAG



Question: "What percentage of your location is made up of the following space types?"

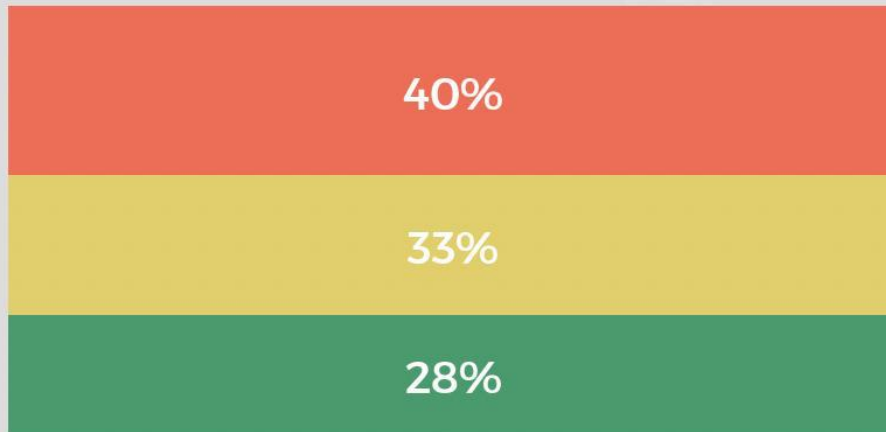
Please note: A percentage decrease does not indicate an absolute decrease, but a decrease relative to other layout types.

2023 Profitability of Coworking Spaces

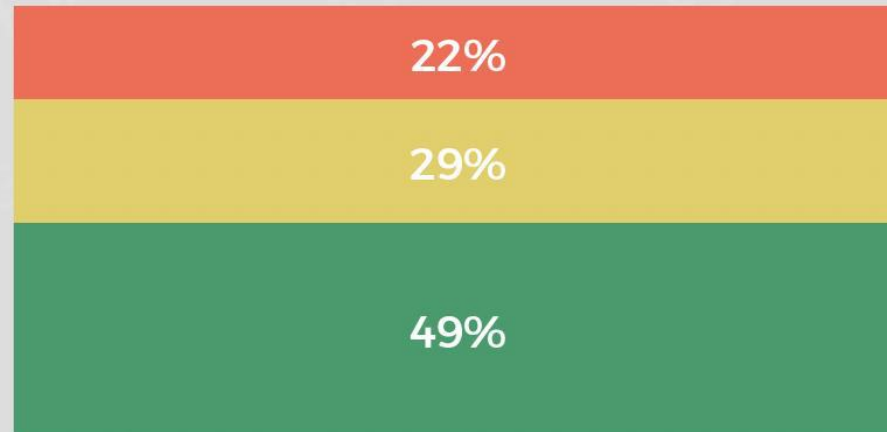
Profitability by Reported Problems:

DESKMAG

Lack of Community



Is one of the biggest problems



Is not one of the biggest problems

Spannende Fakten

- Die Spaces mit den meisten Mitgliedern sind nicht am profitabelsten (100-250 Mitglieder, ab 50 Mitglieder Tendenz Richtung profitabel)
- Spaces, die 4-6 Jahre auf dem Markt sind, sind am profitabelsten (Bekanntheit vs. Motivation?)
- Ob der Fokus auf kleinen bis großen Unternehmen liegt oder auf Selbständigen, wirkt sich kaum auf die Profitabilität aus
- *(Ergebnisse ebenfalls aus Global Coworking Survey 2023)*

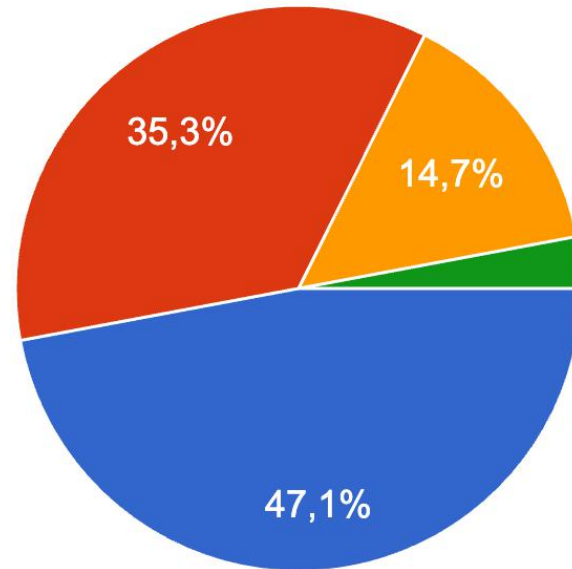


GERMAN
COWORKING
FEDERATION

Was Betreiber*innen sagen

Wo ist dein Space?

34 Antworten



- Im stark ländlichen Raum (dörflich)
- In einer Klein- bis Mittelstadt
- In einer Großstadt
- Ich habe gerade keinen fixen Space, sondern betreibe nur Pop-Up Coworking



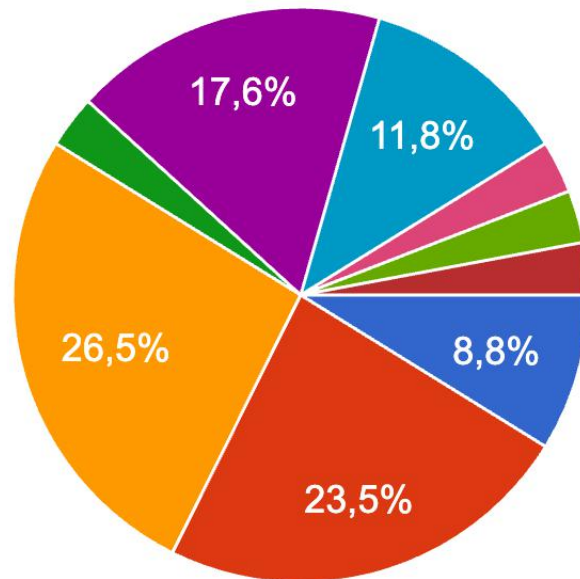
GERMAN
COWORKING
FEDERATION



Was Betreiber*innen sagen

Worüber generierst du den meisten Umsatz in deinem Space?

34 Antworten



- Flex Desks
- Fix Desks (Open Space)
- Fix Desks (separates Büro)
- Veranstaltungen (eigene)
- Veranstaltungen (Vermietung der Räume für Events Externer)
- Vermietung Konferenzraum
- Bisher nicht
- durch Leerstand und Abschreibung (al...)
- Verteilt über alles genannte



GERMAN
COWORKING
FEDERATION



Mit Zusatzangeboten profitabel sein

Wärmepumpe teilerwerblich steuerlich absetzen
Treffen zu Dorfentwicklungs- und Frauenthemen
Digital-Lerntreff Senior*innen
Süßigkeiten über Vertrauenskasse
Kellerraumvermietung
Geschäftsadresse
Community-Pflege Flexibilität (Offenheit für Nutzerwünsche)
Abgabestelle Pfandflaschen (als Spende)
Beratung (Workshops, Einzelcoachings & Co.)
Eine große Veranstaltung pro Jahr (Sponsoring, Eintritt,...)
Dienstleistungen (wie Druckservices)
Hutkassette / Spendendose bei kostenfreien Events
Geringer Mitgliedsbeitrag, alles andere (inkl. Konferenzraum, Kaffee & Co.) pay per use
Eigene (Netzwerk-)Veranstaltungen für verschiedene Zielgruppen (Lesen, Häkeln, Spielen, Sport, Vorträge,...)
Vermietung Konferenzraum (Firmen, Schulungsanbieter, Vereine, Digitalangebote für Kinder...)
Organisiert als Verein (Ehrenamt; Betreibergruppe)
Vermietung für Events (wie Comedy-Abend)
Rabatt-Zehnerkarten vor Feiertagen (Weihnachten, Ostern etc.)
Kooperationen (lokale Unternehmen, Gastgewerbe,...)
Postservice mit Briefkasten
Kaffee & andere Getränke
(Teil-)Sponsoring (Essen, Trinken)
Teilnahme an "Nacht der Kultur"
Virtual Office



GERMAN
COWORKING
FEDERATION



Weitere Ideen live aus dem Netzwerktreffen

Einige Erklärungen zu den Ideen:

- Hier findet ihr alles Wissenswerte über die Marktschwärmerei
- Bring your buddy: Das Prinzip von Mitglieder werben Mitglieder. Bestehende Mitglieder erhalten ein Incentive, wenn sie neue mitbringen. Beispielsweise eine Woche kostenlos Coworking, Snacks & Getränke oder was auch immer euch einfällt

Was nicht mehr in das Mentimeter passte:

- Servicepauschale (vor Ort Services bei Events)
- Equipment Vermietung fürs Homeoffice oder Monitore buchen
- Aufbewahrungsfläche für Monitore/etc.
- Buchhaltung / Juristisch / Marketingservices



Weitere ergänzende Maßnahmen

- „Service-Hub“: Postannahme, Dorfladen, Gemeinde-Services
- Café
- Co-Living/Workation
- Geringe Mietzahlung (Unterstützung durch Gemeinde)
- Förderungen (Gemeinde, EU – Digitalisierung, Multifunktionshäuser, Leerstandsbehebung, Innenstadtrevitalisierung,...)

Mit Vorsicht genießen:

- **Kinderbetreuung (auch als Kooperation): kann sinnvoll sein, kann aber auch hohe Kosten generieren. Am besten im Vorfeld mit Spaces sprechen, die damit schon Erfahrungen gemacht haben.**



GERMAN
COWORKING
FEDERATION



Was du am besten vermeidest

- Arbeit & Marketing vernachlässigen: „Coworking ist cool, das läuft von alleine!“
- Community vernachlässigen: Fehlende Gastfreundschaft & Betreuung, wenig einladende, sterile Räume, keine Bereiche für Begegnung & Kreativität
- Standortrecherche/Beteiligung vernachlässigen: Gibt es meine Zielgruppe hier? Was brauchen sie?
- Spezialisierung vernachlässigen: Space für verschiedene Nutzer*innen interessant machen, aber nicht für ALLE (ländliche Spaces haben mehr Spielraum)
 - Branchen: Kreative, IT/Tech, Labore, Handwerk
 - Themen: Social Innovation, Nachhaltigkeit



GERMAN
COWORKING
FEDERATION

Was nicht funktioniert (oder...?)

Firmensitze

Workshops für Selbständige/Kreative

Corporate Memberships (Kosten-Nutzen)

Rabatte "Weihnachtsheimkehrer" (fehlende Bekanntheit)

Eigene Events (zu aufwendig; Zielgruppe zu divers, kein Mehrwert für Coworking)

Kommunale Bürgersprechstunde (Gemeinde nicht kooperiert)

Manches Sponsoring (wenn falsche Zielgruppe)

Gutschein kostenlose Probetage

Gemeinsames Frühstück



GERMAN
COWORKING
FEDERATION



Weitere Ideen live aus dem Netzwerktreffen

Ergänzung zu den Maßnahmen, die nicht funktionierten:

- Facebook-Anzeigen: Können funktionieren, wenn sie nur in der Region ausgespielt werden und auf ein Angebot hinweisen, das eine größere Zielgruppe anspricht als nur Coworkende.

zu viel formate
schlechtes timing
zu viele veranstaltungen
facebook-anzeigen
schnuppertage kostenlos
selbst durchgeführte seminare
messebesuche
alles selbst machen
tagestickets öffentl
corporate members
nicht verzetteln
zu kurze zeiträume
eigene seminareworkshops
spieleabende auswärts



Lucia Schramm-Kaineder
WE GROW Coworking Community
lucia@we-grow.community

Nicole Dau
CoWorkLand eG
nicole@coworkland.de

Auf der Suche nach dem Erlebnis, nicht nach dem Schreibtisch.

Coworking-Spaces als Orte der Arbeit UND Begegnung

SOCIAL NETWORK?
WE CALL IT:
TEEKÜCHE



GERMAN
COWORKING
FEDERATION

