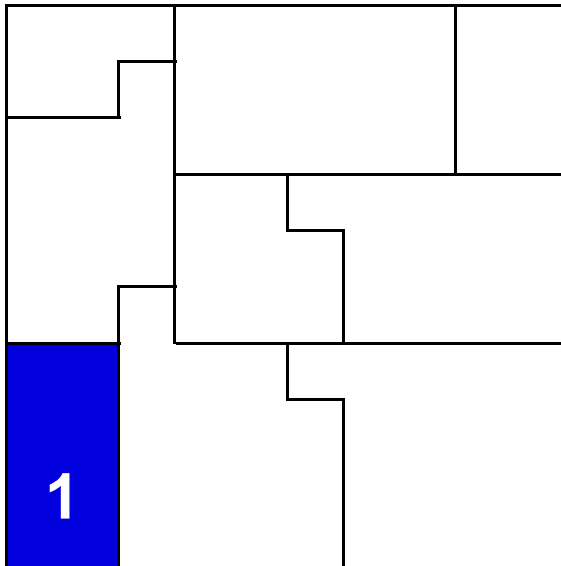


# Segment 1: Dienstleistungszentralen

Nachfragersegmente im Büromarkt

---



## 1.1 Dienstleistungszentralen: Einleitung

Die Standorte der Dienstleistungszentralen befinden sich oft am Rande der Arbeitsplatzgebiete - von Zentren bis hin zu Arbeitsplatzgemeinden, touristischen oder industriellen Gemeinden angesiedelt. Ihre Wertschöpfung ist unter- bis durchschnittlich. Die meisten Betriebe dieses Segmentes weisen eine mittlere Größe mit bis zu 50 Beschäftigten auf. Hauptbranchen der Dienstleistungszentralen sind die Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen im Callcenter- und Reservierungsbereich und Verwaltungszentralen des Baugewerbes und des übrigen Gewerbes. Zu diesem Segment können auch Außendienstmitarbeiter, Vertreter oder die Koordinationszentralen von Logistikern und Umzugsunternehmen gehören.



Die Dienstleistungszentralen arbeiten in mittelgroßen und kostengünstigen Bürogebäuden mit wenig Komfort und funktionalem Innenausbau. Die Dienstleistungszentralen sind preissensitiv, präferieren Büros im Grundausbau und mieten häufig in Multi Tenant Gebäuden. Wichtig sind für sie die Flächeneffizienz, Flexibilität und Teilbarkeit der Büroflächen; dies spiegelt sich in der Organisation des Großraumbüros wider. Da sie hauptsächlich ohne physischen Kundenkontakt agieren, benötigen sie keine Repräsentativität der Adresse und auch der Außenbereich sowie die Visibilität spielen eine untergeordnete Rolle. Die verkehrstechnische Erreichbarkeit und die Nähe zu Verpflegungseinrichtungen in Fußdistanz und zu Unternehmensdienstleistungen sind ebenso sekundär. Standortentscheidungen werden meist von höheren Stellen abseits der Dienstleistungszentrale getroffen. Dabei sind die einflussreichsten Kriterien meist unmittelbar kostengenerierende Argumente.

## 1.2 Dienstleistungszentralen: Beispiele fiktiver Betriebe

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

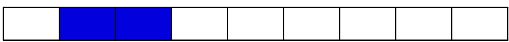
### Betriebszweig A5, Telekommunikationsunternehmen

Der Betriebszweig A5 eines Telekommunikationsunternehmens übt Callcenter-Tätigkeiten aus und hat an seinem Standort rund 80 Arbeitsplätze eingerichtet. Dazu gehören ausreichend Parkplätze, welche aufgrund des Schicht- und Wochenendbetriebes unerlässlich sind. Das Gebäude verfügt über die erforderlichen Anschlüsse und Ausstattungen, damit die betriebsnotwendige Technik reibungslos funktioniert. Der Eingangsbereich ist knapp gehalten und eignet sich nicht für Kundenempfang. Die Raumnutzung ist optimiert, es wird grundsätzlich in Großraumbüros gearbeitet. Synergien im Dienstleistungsbereich sind berücksichtigt und quantifiziert.


### Zentrale des Logistik- und Speditionsunternehmens exPress


In der deutschen Zentrale des Logistik- und Speditionsunternehmens exPress arbeiten 30 Mitarbeiter, welche die Transporte steuern und koordinieren. Zusätzlich werden auch Umzüge von Unternehmen organisiert und abgewickelt. Parkplätze für Mitarbeiter und vereinzelt auch LKWs sind wichtig. Der Betrieb befindet sich in einem Multi Tenant Gebäude in einem Gewerbegebiet am Rande des Dorfkerns und beansprucht für sich die vollständige Nutzung des zweiten Geschosses. Dieses wird über eine Treppe oder den Lift erreicht. Eine Glastüre führt zum Eingangsbereich, wo zwei Ledersessel und ein Glastisch für wartende Kunden zur Verfügung stehen. Mit Ausnahme der Geschäftsleitungsmitglieder arbeiten die Mitarbeiter in Büroräumen zu 2-3 Personen. Die Einrichtung ist funktional, einfach und günstig.

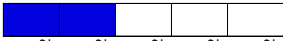
### 1.3 Wer sind die Dienstleistungszentralen?

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

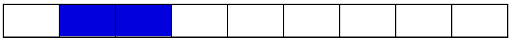
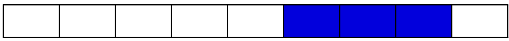
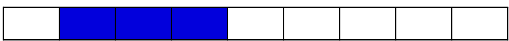


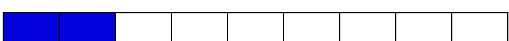
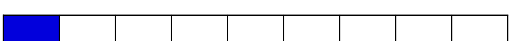
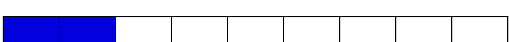
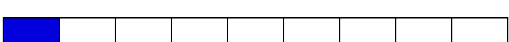
typische Betriebe	Callcenter, Reservierungsdienstleister, Verwaltungszentrale des Baugewerbes und des sonstigen Gewerbes, Logistikzentralen
-------------------	---

Betriebsgröße	Mittlere Unternehmen <div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%; margin-bottom: 5px;"> <span>&lt;10 SvB</span> <span>10-49 SvB</span> <span>50-249 SvB</span> <span>250+ SvB</span> </div> 
---------------	---

Flächenbedarf	Eher groß  <div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%; margin-top: 5px;"> <span>-200 m2</span> <span>200-500 m2</span> <span>500-1000 m2</span> <span>1000-3000 m2</span> <span>3000+ m2</span> </div>
---------------	--

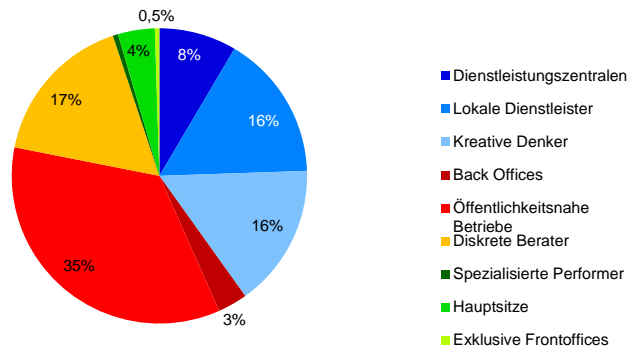
Flächenbedarf (Mietfläche) pro Beschäftigten (m2)	Gering  <div style="display: flex; justify-content: space-around; width: 100%; margin-top: 5px;"> <span>&lt;10 m2</span> <span>8-12 m2</span> <span>12-14 m2</span> <span>14-18 m2</span> <span>19+ m2</span> </div>
---	---

#### Welche Nachfragersegmente im Wohnungsmarkt arbeiten bei den Dienstleistungszentralen?




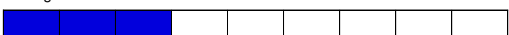

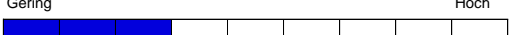
	wenige	viele
Ländlich Traditionelle		
Moderne Arbeiter		
Improvisierte Alternative		
Klassischer Mittelstand		
Aufgeschlossene Mitte		
Etablierte Alternative		
Bürgerliche Oberschicht		
Bildungsorientierte Oberschicht		
Urbane Avantgarde		

## 1.4 Dienstleistungszentralen: Verteilung

Verteilung der deutschen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SvB) im Büromarkt (2021)



## 1.5 Wie arbeiten die Dienstleistungszentralen?

Charakteristikum	Typische Ausprägung
Bürostandort	Peripher, am Rande der Arbeitsplatzgebiete, dezentral, Arbeitsplatzgemeinden, touristische und industrielle Gemeinden
Arbeitsumfeld	Gewerbegebiet, wenig Infrastruktur, unbelebt, ländlich
Umzugsneigung	Hoch <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div> 
Preissensitivität	Eher hoch <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div> 
Architektur	Keine besonderen Ansprüche, funktional
Büroorganisationsform	<div style="display: flex; justify-content: space-around; font-size: small;"> <span>Gruppenbüro</span> <span>Zellenbüro</span> <span>Kombibüro</span> <span>Großraumbüro</span> <span>Business Club</span> <span>branchenspezifisch</span> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%; margin-top: 5px;">  </div>
Ausstattungsstandard	Funktional <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div> 
Anforderungen an technische Ausrüstung	Mittel <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div> 
Zahlungsbereitschaft für Ökologie	Gering <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Hoch</span> </div> 
Anforderungen an Büroimmobilie	Hohe Flächeneffizienz, Teilbarkeit, Flexibilität, funktionaler und kostengünstiger Innenausbau, Präferenz für Grundausbau, Eingangssituation und Visibilität eher unwichtig, eher Multi Tenant Gebäude

## 1.6 Dienstleistungszentralen: 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	Keine	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Gering</span> <span>Peripherie</span> <span>Ortszentrum</span> <span>Agglo. und Stadtrand</span> <span>Stadt 1B Lage</span> <span>Stadt 1A Lage</span> <span>Hoch</span> </div>
<b>Interkommunale Erreichbarkeit</b>		
bzgl. Straßenanbindung	Mittel	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>wichtig</span> </div>
bzgl. ÖV	Sekundär	
<b>Parkplätze</b>		
Parkplätze	Eher wichtig	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>wichtig</span> </div>
<b>Einkaufs- und Verpflegungseinrichtungen in Fußdistanz</b>		
Einkaufs- und Verpflegungseinrichtungen in Fußdistanz	Sekundär	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>wichtig</span> </div>
<b>Nähe zur Kundschaft</b>		
Nähe zur Kundschaft	Sekundär	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>wichtig</span> </div>
<b>Nähe zu Unternehmensdienstleistungen</b>		
Nähe zu Unternehmensdienstleistungen	Sekundär	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>wichtig</span> </div>
<b>Reputation des Quartiers</b>		
Reputation des Quartiers	Sekundär	<div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%;"> <span>Weniger wichtig</span> <span>wichtig</span> </div>