

Interreg



Co-funded by
the European Union

Slovenia – Austria

COWORKING.NET

Das Projekt [COWORKING.NET](#) wird im Rahmen
des Programms Interreg Slowenien-Österreich
durchgeführt und aus Mitteln des Europäischen
Fonds für regionale Entwicklung kofinanziert.

HANDBUCH FÜR COWORKING- MANAGER



Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	3
Was ist Coworking?	4
Wodurch unterscheidet sich Coworking im ländlichen Raum?	4
Warum das Projekt COWORKING.NET?	5
An wen richtet sich dieses Handbuch?	5
COWORKING-MANAGER	7
Warum ist der Coworking-Manager die wichtigste Person im Coworking? ...	8
Wer ist der Coworking-Manager?	8
Was erwarten wir vom Coworking-Manager?	8
Was sind die wichtigsten Aufgaben?	8
Ist die Rolle des Coworking-Managers das Richtige für Sie?	9
VON DER IDEE ZUM COWORKING	10
Braucht überhaupt jemand Coworking?	11
<i>Wer braucht Coworking und warum?</i>	<i>11</i>
<i>Welches Geschäftsmodell passt zu Ihrem Umfeld?</i>	<i>12</i>
Was bietet Coworking?	13
Räumlichkeiten	15
<i>Bevor Sie die ersten Tische aufstellen</i>	<i>16</i>
<i>Was muss der Raum ermöglichen?</i>	<i>16</i>
Der tägliche Betrieb eines Coworking-Space	22
<i>Vom ersten Kontakt bis zum ersten Arbeitstag</i>	<i>22</i>
<i>Verträge, Nutzungsbedingungen und Zugänge</i>	<i>24</i>
<i>Reservierungen und Aufzeichnungen</i>	<i>28</i>
<i>Zahlungen und Rechnungen</i>	<i>33</i>
<i>Öffnen, Schließen und tägliche Routine</i>	<i>36</i>
Zahlen	38
<i>Einnahmen</i>	<i>38</i>
<i>Kosten</i>	<i>38</i>
<i>Wichtige Leistungskennzahlen</i>	<i>39</i>
GEMEINSCHAFT	42
Die ersten 30 Tage als Mitglied	43
Regeln und Kommunikation	44
Der minimale Rhythmus der Community	46
Werbung und Gewinnung neuer Nutzer	48
Veranstaltungen und Workshops mit einem bestimmten Ziel	50
Lokale Akteure	51
NEUEN COWORKING-SPACES MIT AUF DEN WEG	54
QUELLEN UND LITERATUR	56
WEITERE TOOLS	58
Selbsttest: Ist die Rolle des Coworking-Managers das Richtige für Sie?	59
Checkliste: Vorbereitung der Räumlichkeiten	62



EINLEITUNG

Was ist Coworking?

Es gibt keine einheitliche Definition von Coworking. Verschiedene Quellen heben unterschiedliche Aspekte hervor: den gemeinsamen Raum, die Flexibilität, den Wissensaustausch, die Gemeinschaft und die Rolle des Managers.

„Eine Arbeitsform, bei der sich vor allem Selbstständige verschiedener Berufe gelegentlich oder dauerhaft einen Arbeitsraum teilen, Erfahrungen austauschen und an gemeinsamen Projekten zusammenarbeiten.“ (Krvina 2018)

„Die Praxis des nebeneinander Arbeitens in flexiblen gemeinsamen Arbeitsumgebungen, in denen Arbeitsplätze tageweise, wöchentlich oder monatlich gemietet werden können.“ (Merkel 2015, 122)

„Gemeinsame Arbeitsumgebungen, in denen sich unabhängige Fachleute treffen, um Wissen zu schaffen und davon zu profitieren.“ (Spinuzzi et al. 2019, 113)

„Coworking-Räume sind Umgebungen außerhalb des eigenen Zuhauses und des klassischen Büros, in denen Einzelpersonen, Teams oder Organisationen arbeiten und Nutzen aus den Kontakten zur Gemeinschaft anderer Nutzer ziehen.“ (Johns et al. 2026, 303)

Suarez (2014, 19–21) versteht Coworking als eine gemeinschaftlich gestaltete Arbeitsumgebung, in der der Manager die Mitglieder aktiv miteinander vernetzt und Bedingungen für Wissensaustausch, Zusammenarbeit und nützliche unerwartete Begegnungen schafft.

Was ist also Coworking?

„Coworking ist eine Arbeitsweise in einer gemeinsamen und flexibel zugänglichen Arbeitsumgebung, die von Einzelpersonen und Teams aus verschiedenen Organisationen genutzt wird. Es unterscheidet sich von einem gewöhnlichen Gemeinschaftsbüro durch eine aktiv aufgebaute Gemeinschaft, Vernetzung, Wissensaustausch und die Betreuung der Nutzer.“ COWORKING.NET

Coworking oder Co-Working?

Der Unterschied liegt nicht nur in einem einzigen Strich. Ein „Co-Worker“ ist ein Mitarbeiter im herkömmlichen Sinne, während ein „Coworker“ ein Mitglied der Coworking-Community ist, das am Nachbartisch sitzen kann, obwohl es für ein ganz anderes Unternehmen arbeitet. Daher ist unserer Meinung nach die einzig korrekte Schreibweise „Coworking“. Der Bindestrich bleibt weg. Vernetzung ist jedoch sehr willkommen.

Wodurch unterscheidet sich Coworking im ländlichen Raum?

Coworking-Spaces auf dem Land funktionieren unter anderen Bedingungen als städtische. Es gibt in der Regel weniger potenzielle Nutzer, die zudem weiter verstreut sind, und das Angebot an unterstützenden Dienstleistungen und Finanzierungsmöglichkeiten ist oft bescheidener. Daher lässt sich das städtische Modell nicht einfach auf einen kleineren Ort übertragen.

Coworking auf dem Land muss eng mit dem lokalen Umfeld verbunden und an dessen tatsächliche Bedürfnisse angepasst sein. Neben Arbeits-

räumen bietet es oft auch Veranstaltungen, Weiterbildungen, Networking und Unterstützung für Unternehmer. Für seinen Erfolg spielen daher Gemeinden, lokale Unternehmen, Vereine und andere unterstützende Organisationen eine wichtige Rolle.

Genau darin liegt sein besonderer Wert. Coworking im ländlichen Raum kann den Menschen qualitativ hochwertige Arbeit näher am Wohnort ermöglichen, lokale Unternehmer miteinander vernetzen und neues Wissen, Zusammenarbeit sowie neue Geschäftsmöglichkeiten in den Ort bringen. Aufgrund der anspruchsvolleren Rahmenbedingungen und der größeren Bedeutung für das lokale Umfeld widmet das Projekt COWORKING.NET dem Coworking im ländlichen Raum besondere Aufmerksamkeit.

Warum das Projekt COWORKING.NET?

Weil Coworking im ländlichen Raum nicht einfach dadurch zum Leben erwacht, dass man Räumlichkeiten einrichtet und die Türen öffnet. Es braucht ein an das lokale Umfeld angepasstes Modell, eine aktive Gemeinschaft und einen Manager, der diese aufbauen kann.

Mit dem Projekt COWORKING.NET haben Partner aus Slowenien und Österreich ihr Wissen und ihre Erfahrungen gebündelt. An konkreten Standorten haben sie verschiedene Geschäftsmodelle getestet, Coworking-Manager geschult und die Coworking-Spaces zu einem grenzüberschreitenden Netzwerk verbunden. Die praktischen Erkenntnisse und Hilfsmittel sind in diesem Handbuch zusammengefasst.

Das Projekt geht zu Ende, doch die Coworking-Spaces bleiben bestehen. Die einbezogenen Gemeinschaften, die geknüpften Verbindungen und das erworbene Wissen werden auch nach seinem Abschluss weiterleben. Mehr über das Projekt erfahren Sie hier: <https://kovacnica.si/projekti/coworking-net/>.

An dem Projekt haben das BSC, poslovno podporno središče, d.o.o., Kranj (Leitpartner) sowie folgende Partner mitgewirkt: das Wissenschafts- und Forschungszentrum Bistra Ptuj, die Gemeinde Passail und die Weizer Energie-Innovationszentrum GmbH (W.E.I.Z.).

Durchführungszeitraum: 1. Oktober 2023 – 30. September 2026. Das Projekt wurde von der Europäischen Union aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung im Rahmen des Programms Interreg Slowenien-Österreich 2021 – 2027 kofinanziert.

An wen richtet sich dieses Handbuch?

Das Handbuch richtet sich an alle, die über die Einrichtung eines Coworking-Spaces nachdenken, bereits einen betreiben oder dessen Betrieb verbessern möchten.

Die Leitung eines Coworking-Spaces besteht nicht nur darin, Tische zu vermieten und Kaffee zu kochen. In einem Moment bauen Sie eine Gemeinschaft auf, im nächsten verkaufen Sie Mitgliedschaften, organisieren eine Veranstaltung, lösen technische Probleme und suchen nach

AHA-MOMENT

Das Handbuch enthält auch kurze „AHA-Tipps aus der Praxis“. Sie fassen konkrete Ratschläge und Erkenntnisse von Coworking-Managern zusammen, die im Rahmen der Erstellung des Handbuchs interviewt wurden. Es handelt sich um die Zusammenfassung ihrer Erfahrungen und sind keine wörtlichen Zitate.

einem Ladegerät, das wieder einmal auf mysteriöse Weise verschwunden ist. Deshalb sind in diesem Handbuch Erfahrungen, Praxisbeispiele und Tipps von Coworking-Managern zusammengefasst, um Ihnen die Arbeit zumindest ein wenig zu erleichtern.

Auf dem Land ist die Herausforderung oft noch größer. Deshalb wurden auch Tipps zusammengestellt, die auf die Besonderheiten, Einschränkungen und Chancen ländlicher Coworking-Spaces zugeschnitten sind. Denn ein ländlicher Coworking-Space kann viel mehr sein als nur ein Ort zum Arbeiten: ein Ort, an dem Menschen miteinander in Kontakt kommen, Ideen Auftrieb erhalten und in der lokalen Umgebung etwas Neues entsteht.

The background is a solid red color. It features several large, overlapping, organic shapes in a lighter shade of red. A thin white line meanders across the upper right portion of the image. In the top left corner, there is a horizontal row of five small white dots. In the bottom center, there is a cluster of small, light-colored, oval shapes arranged in a fan-like pattern.

COWORKING- MANAGER

Warum ist der Coworking-Manager die wichtigste Person im Coworking?

Die schönsten Tische, das schnellste WLAN und guter Kaffee machen noch kein Coworking aus. Coworking wird erst dann lebendig, wenn jemand die Menschen willkommen heißt, sie miteinander vernetzt, ihre Bedürfnisse erkennt und ihnen einen Grund gibt, wiederzukommen. Diese Person ist der Coworking-Manager.

Die Arbeit des Coworking-Managers macht sich überall bemerkbar: darin, wie sich die Mitglieder fühlen, wie schnell sie sich integrieren, ob neue Kooperationen entstehen und ob der Raum gut ausgelastet bleibt. Der Coworking-Manager verbindet den Raum, die Gemeinschaft und das lokale Umfeld. Ohne diese Rolle kann ein Coworking-Space schnell zu einem bloßen Büro mit mehreren Tischen werden. Im schlimmsten Fall zu einem leeren Büro.

Wer ist der Coworking-Manager?

Es gibt verschiedene Bezeichnungen: Coworking-Manager, Community-Manager, Gastgeber oder Moderator. Die Bezeichnung ist weniger wichtig. Es handelt sich um eine Person, die Menschen miteinander verbindet und sich um die Räumlichkeiten sowie den täglichen Betrieb des Coworkings kümmert.

Er ist Gastgeber, Organisator, Netzwerker, Verkäufer und Problemlöser. Manchmal erledigt er all das schon vor dem ersten Kaffee. In größeren Coworking-Spaces sind die Aufgaben auf ein Team verteilt, in kleineren übernimmt sie oft eine einzige Person.

Was erwarten wir vom Coworking-Manager?

Ein guter Coworking-Manager ist präsent, ansprechbar und aufmerksam. Er kennt die Mitglieder, versteht ihre Bedürfnisse und weiß, bei wem es sinnvoll ist, sie miteinander zu vernetzen, und wer vor allem Ruhe zum Arbeiten wünscht. Er erkennt Probleme, noch bevor sie zu Beschwerden werden.

Gleichzeitig versteht er auch die geschäftliche Seite des Coworkings. Er kümmert sich um die Auslastung, die Einnahmen und die Zufriedenheit der Mitglieder. Eine angenehme Atmosphäre ist wichtig, bezahlt aber allein noch keine Rechnungen.

Erwarten Sie nicht, dass der Coworking-Manager alles alleine erledigt, auch wenn es in einem kleineren Coworking-Space manchmal so scheint. Wir erwarten jedoch, dass er weiß, was zu tun ist, wer dafür zuständig ist und wann gehandelt werden muss.

Was sind die wichtigsten Aufgaben?

- **Betreuung der Räumlichkeiten:** Zugang, Reservierungen, Internet, Ausstattung, Sauberkeit, Vorräte, Dienstleister und alles, was funktionieren muss, damit andere reibungslos arbeiten können.
- **Betreuung der Mitglieder:** Einbindung neuer Mitglieder, tägliche Unterstützung, Überwachung ihrer Zufriedenheit, Einholen

AHA-MOMENT

Coworking ohne eine Person, die vor Ort ist, Menschen miteinander verbindet und Verantwortung für die Gemeinschaft übernimmt, ist nur ein Raum mit Tischen.

von Feedback sowie die Pflege der Mitgliederbindung und die Verlängerung der Mitgliedschaften.

- **Gemeinschaftsbildung:** Kennenlernen und Vernetzen der Mitglieder, Förderung der Zusammenarbeit sowie Schaffung einer angenehmen und inklusiven Atmosphäre.
- **Vertrieb und Werbung:** Suche nach potenziellen Nutzern, Beantwortung von Anfragen, Besichtigungen der Räumlichkeiten, Beratung bei der Wahl der Mitgliedschaft, Verfolgung des Interesses und Sicherstellung, dass die Menschen überhaupt wissen, dass Coworking existiert.
- **Veranstaltungen und Partnerschaften:** Vorbereitung von Inhalten, die den Mitgliedern nützen, sowie Vernetzung mit Unternehmen, Organisationen und dem lokalen Umfeld. Das Ziel ist kein vollgepackter Kalender, sondern ein guter Grund, warum sich die Menschen treffen.
- **Betriebsüberwachung:** Auslastung, Einnahmen, Kosten, Zufriedenheit der Mitglieder und andere Daten, die aufzeigen, was funktioniert und was geändert werden muss.

In ländlichen Gebieten muss der Manager den Aufbau einer Gemeinschaft oft außerhalb des Coworking-Spaces beginnen. Er knüpft Kontakte zur Gemeinde, zu Unternehmen, Vereinen und Entwicklungsorganisationen und spricht potenzielle Mitglieder aktiv an. Da der Markt kleiner und stärker verstreut ist, reicht es oft nicht aus, einfach nur die Türen offen zu halten. Wenn die Nutzer noch nicht von selbst zum Coworking-Space kommen, muss der Coworking-Space zuerst zu ihnen kommen.

Die größte Falle dieser Rolle besteht darin, dass dringende Aufgaben die wichtigen verdrängen. Wenn Sie den ganzen Tag lang Buchungen, Rechnungen und kaputte Türklinken bearbeiten, bleibt Ihnen keine Zeit mehr für die Menschen und die Entwicklung. Vereinfachen Sie daher Routineaufgaben so weit wie möglich und regeln Sie sie durch festgelegte Abläufe. Am wertvollsten ist die Zeit, die der Coworking-Manager den Mitgliedern und der Entwicklung der Gemeinschaft widmet.

AHA-MOMENT

Präsenz ist Arbeit. Gespräche mit Mitgliedern, das Knüpfen von Kontakten und das Beobachten des Geschehens sind keine Pausen zwischen den Aufgaben, sondern eine der Schlüsselaufgaben eines Coworking-Managers.

Ist die Rolle des Coworking-Managers das Richtige für Sie?

Für die gute Leitung eines Coworking-Spaces braucht man keine einzige Superkraft. Viel wichtiger ist eine Kombination aus Interesse an Menschen, Sinn für Ordnung, etwas Verkaufstalent, Nervenstärke und der Bereitschaft, ständig dazuzulernen.

Viele der erforderlichen Fähigkeiten können Sie erlernen. Die Arbeit fällt jedoch deutlich leichter, wenn Sie Freude am Umgang mit Menschen haben und Ihnen Abwechslung, Eigenständigkeit und gelegentlich auch die eine oder andere ungeplante Überraschung liegen.

Einen kurzen Fragebogen zur Selbsteinschätzung, mit dem Sie prüfen können, ob die Rolle des Coworking-Managers zu Ihnen passt, finden Sie im Kapitel „Zusätzliche Tools“ am Ende des Handbuchs.



VON DER IDEE ZUM COWORKING

Braucht überhaupt jemand Coworking?

Bevor Sie Geld und Zeit in Räumlichkeiten und Ausstattung investieren, müssen Sie eines wissen: Gibt es in Ihrer Region überhaupt genügend Menschen, die Coworking nutzen würden? Die gute Nachricht ist, dass die Bedarfsermittlung in ländlichen Gebieten kein großes Budget erfordert – sie erfordert vor allem Gespräche, Zeit und die Bereitschaft, sich entsprechend den gewonnenen Erkenntnissen anzupassen.

Wer braucht Coworking und warum?

Coworking beginnt nicht mit den Räumlichkeiten, sondern mit den Menschen, die einen konkreten Grund haben, es zu nutzen.

Mögliche Nutzer	Was sie brauchen
Beschäftigte, die im Homeoffice arbeiten oder täglich in eine größere Stadt pendeln	Einen ruhigen Arbeitsplatz in der Nähe ihres Wohnortes, schnelles Internet und die Möglichkeit für Videokonferenzen.
Selbstständige, Unternehmer und Kreative	Einen Arbeitsplatz, Kontakt zu anderen, geschäftliche Kontakte und Raum für Besprechungen.
Kleinst- und Kleinunternehmen sowie Projektteams	Feste oder gelegentliche Arbeitsplätze sowie Raum für Besprechungen, Vorstellungsgespräche oder Gruppenarbeit.
Vereine, Nichtregierungsorganisationen und lokale Gemeinschaften	Räume für Besprechungen, Workshops, Schulungen und kleinere Veranstaltungen.
Bildungsanbieter und unterstützende Organisationen	Ausgestattete Räumlichkeiten für Beratungen, Workshops und Unternehmensprogramme.
Digitale Nomaden und andere vorübergehende Nutzer	Ein zuverlässiger Ort für einige Stunden, Tage oder Wochen, vor allem in touristischen Orten.

Sie müssen nicht alle ansprechen. Wählen Sie zunächst zwei oder drei Gruppen mit dem konkretesten Bedarf aus und finden Sie heraus, was diese nutzen würden, wie oft sie kommen würden und wie viel sie bereit wären zu zahlen.

„Ein Coworking-Space wäre schön“ ist noch kein bestätigter Bedarf. Eine wesentlich aussagekräftigere Antwort lautet: „Ich würde den Raum an zwei Tagen pro Woche nutzen und benötige die Möglichkeit für Videokonferenzen.“

Ein leerer kommunaler Raum ist ebenfalls noch kein Beweis dafür, dass der Ort Coworking braucht. Es ist einfach nur ein leerer Raum. Die Gemeinde kann jedoch ein guter erster Ansprechpartner oder Partner sein. Vielleicht möchte sie den Bürgern mehr bieten oder das lokale Unternehmertum fördern, hat aber noch kein ausgearbeitetes Konzept oder kein verfügbares Personal. Prüfen Sie, ob sie bereit wäre, sich mit Räumlichkeiten, Finanzierung, Werbung oder der Vernetzung mit lokalen Nutzern zu beteiligen.

Sprechen Sie auch mit lokalen Unternehmen, Tourismusorganisationen und Beherbergungsbetrieben. Finden Sie heraus, woher potenzielle Nutzer kommen, ob die Nachfrage ganzjährig oder saisonal ist und ob es in der Region bereits Menschen gibt, die während ihres Aufenthalts im Homeoffice arbeiten. Sie sollten sich nicht nur dafür interessieren, ob sie Coworking für eine gute Idee halten, sondern auch, ob sie konkrete Nutzer kennen, diese an das Coworking weiterleiten würden oder bereit wären, an einem gemeinsamen Angebot mitzuwirken.

Ein touristischer Ort ist noch nicht unbedingt ein Ziel für Remote-Arbeit. Digitale Nomaden sind erst dann eine echte Zielgruppe, wenn solche Gäste tatsächlich kommen, lange genug bleiben und von lokalen Anbietern erreicht werden können.

Wenn Sie Menschen mit einem tatsächlichen Bedarf erkennen, können Sie unter ihnen die ersten „Anker-Nutzer“* finden.

**Das sind die ersten Nutzer, die nicht bei der „tollen Idee“ stehen bleiben, sondern sagen: „Rechnet mit mir.“ Mit einer monatlichen Mitgliedschaft, einem festen Arbeitsplatz oder regelmäßigen Buchungen sorgen sie dafür, dass das Coworking-Space bereits bei der Eröffnung nicht nur ein hergerichteter Raum ist, sondern ein Ort mit Menschen und ersten Einnahmen.*

Tipp eines Coworking-Managers: Raten Sie nicht, wer kommen könnte – erstellen Sie eine Liste mit 15–20 konkreten Personen aus Ihrem Umfeld, die Ihrer Einschätzung nach Nutzer werden könnten, und rufen Sie diese tatsächlich an oder besuchen Sie sie. Konkrete Namen sind zuverlässiger als allgemeine Einschätzungen des „Marktes“. Und das sind bereits die ersten Schritte zum Aufbau einer Gemeinschaft.

AHA-MOMENT

Am besten beginnt man bereits vor der Eröffnung eines festen Raums mit dem Aufbau einer Gemeinschaft. Ein Pop-up-Coworking-Space kann eine gute Möglichkeit sein, das Interesse zu testen und zukünftige Mitglieder kennenzulernen.

Welches Geschäftsmodell passt zu Ihrem Umfeld?

Wenn Sie wissen, wer Coworking braucht und warum, entscheiden Sie, wie es funktionieren soll. Ein Geschäftsmodell ist nicht nur eine Preisliste. Es legt fest, wer das Coworking betreibt, wie der Arbeitsalltag organisiert ist, wer die Dienstleistungen bezahlt und aus welchen Quellen die Kosten gedeckt werden.

Es gibt kein einheitliches Modell, das überall funktioniert. Coworking kann von einer Gemeinde, einer Entwicklungsorganisation, einem Verein, einem privaten Unternehmen oder mehreren Partnern gemeinsam betrieben werden. Mitgliedsbeiträge und die Vermietung von Arbeitsplätzen sind in der Regel die Haupteinnahmequelle, reichen jedoch in ländlichen Gebieten aufgrund der geringeren Anzahl regelmäßiger Nutzer oft nicht aus. Zusätzliche Einnahmen können Sie durch die Vermietung von Be-

sprechungsräumen und Veranstaltungsräumen, durch virtuelle Büros, Schulungen, Programme für Unternehmen und Organisationen sowie durch gemeinsame Angebote mit lokalen oder touristischen Anbietern erzielen. Ein Teil der Kosten kann auch von Partnern oder durch öffentliche Mittel gedeckt werden; prüfen Sie dabei, ob es sich um eine regelmäßige oder zeitlich begrenzte Finanzierungsquelle handelt. Coworking-Spaces in ländlichen Gebieten sind oft auf eine Kombination mehrerer Finanzierungsquellen angewiesen.

Wählen Sie ein Modell, das den lokalen Bedürfnissen entspricht und das Sie mit den verfügbaren personellen, räumlichen und finanziellen Ressourcen auch umsetzen können. Ein Modell, das eine ganztägige Rezeption, ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm und aktiven Vertrieb erfordert, ist nicht realistisch, wenn für das Coworking (den Manager) nur wenige Arbeitsstunden pro Woche zur Verfügung stehen.

Das gewählte Modell ist nicht in Stein gemeißelt. Nach der Eröffnung können Sie es entsprechend der tatsächlichen Nutzung der Räumlichkeiten und den Rückmeldungen der Nutzer anpassen.

Im Rahmen des Projekts COWORKING.NET wurden verschiedene Geschäftsmodelle für die Organisation und Leitung von Coworking-Spaces im ländlichen Raum entwickelt. Die Geschäftsmodelle können Sie [hier](#) einsehen.

Was bietet Coworking?

Das Angebot und die Räumlichkeiten entstehen gemeinsam. Legen Sie zunächst grob fest, welche Dienstleistungen Sie anbieten möchten, prüfen Sie dann, was die Räumlichkeiten ermöglichen, und passen Sie das Angebot entsprechend an. Wenn die Räumlichkeiten bereits ausgewählt sind, gehen Sie von deren tatsächlichen Möglichkeiten aus – nicht von einer Wunschliste. Für jede Dienstleistung muss klar sein, was der Nutzer erhält, für wie lange, zu welchem Preis, was darin enthalten ist und wie die Zahlung, der Zugang, die Kündigung und die Änderung der Reservierung ablaufen. Besondere Vereinbarungen sollten nicht nur in E-Mails oder im Gedächtnis des Managers verbleiben.

Die Nutzer werden klare, übersichtliche Informationen und Preise schätzen, ohne Kleingedrucktes und versteckte Kosten. Die monatliche Rechnung darf keine Überraschung sein.

Art des Arbeitsbereichs

Option*	Was bedeutet das in der Regel?
Hot Desk bzw. Flex Desk	Der Nutzer wählt einen beliebigen freien Schreibtisch aus. Der Arbeitsplatz ist nicht dauerhaft reserviert, daher räumt er ihn nach der Nutzung auf und nimmt seine persönlichen Gegenstände mit.
Dedicated Desk bzw. Fixed Desk	Der Nutzer hat einen fest zugewiesenen Schreibtisch, der immer für ihn bereitsteht. Darauf kann er in der Regel seine Arbeitsutensilien und persönlichen Gegenstände liegen lassen, oft steht ihm auch ein Schubladenschrank oder ein Spind zur Verfügung.
Privates Büro	Eine Einzelperson oder ein Team nutzt ein eigenes Büro sowie die vereinbarten Gemeinschaftsräume und Coworking-Dienstleistungen.

** Bei diesen Bezeichnungen ist keine große Kreativität gefragt. Diese Begriffe sind in der Coworking-Welt bereits gut etabliert, sodass der Nutzer schnell versteht, was er erwarten kann.*

Nutzungsart

Option*	Was bedeutet das in der Regel?
Zugang pro Stunde, halbtags oder ganztags	Einmalige Nutzung des Coworking-Spaces für einen vereinbarten Zeitraum, in der Regel mit Nutzung eines Hot Desks.
Besuchspaket bzw. Time Pass	Im Voraus gekaufte Anzahl an Stunden oder Tagen, die der Nutzer innerhalb eines bestimmten Zeitraums in Anspruch nimmt.
Begrenzte Mitgliedschaft	Wiederkehrende Mitgliedschaft mit einer festgelegten Anzahl von Tagen oder Stunden pro Monat bzw. mit Zugang nur zu bestimmten Zeiten.
Unbegrenzte Mitgliedschaft	Eine wiederkehrende Mitgliedschaft, die eine unbegrenzte Nutzung innerhalb der vereinbarten Zugangszeiten ermöglicht.

** Die Nutzungsart legt fest, wie oft und unter welchen Bedingungen der Nutzer das Coworking-Space besucht; die Unterschiede zeigen sich am deutlichsten im Preis. Eine reguläre Mitgliedschaft bedeutet in der Regel einen niedrigeren Preis pro Nutzungstag, während einmalige Besuche und flexiblere Optionen einen höheren Preis mit sich bringen.*

Zusatzleistungen

Möglichkeit	Was bedeutet das in der Regel?
Besprechungsraum	Individuelle Buchung stundenweise oder für eine bestimmte Stundenzahl, im Mitgliedsbeitrag enthalten. Auch für externe Nutzer.*
Räumlichkeiten für Veranstaltungen und Workshops	Anmietung von Räumlichkeiten für interne oder öffentliche Treffen, Schulungen und andere Veranstaltungen. Auch für externe Nutzer.*
Virtuelles Büro bzw. Geschäftsadresse**	Nutzung der Adresse, Postannahme und gegebenenfalls zusätzliche Verwaltungsdienstleistungen, sofern die lokalen rechtlichen Voraussetzungen erfüllt sind.
Schließfach oder Lagerraum	Fester Platz für persönliche Gegenstände oder Ausrüstung, der in der Mitgliedschaft enthalten sein kann (bestimmte Mitgliedschaften) oder gegen Aufpreis verfügbar ist.

* Der Preis für externe Nutzer kann höher sein.

** Wenn der Coworking-Anbieter nicht Eigentümer der Räumlichkeiten ist, holen Sie vor der Einrichtung eines virtuellen Büros die schriftliche Zustimmung des Eigentümers ein und prüfen Sie, ob der Mietvertrag eine solche Dienstleistung zulässt. Da ein virtuelles Büro häufig die Registrierung einer Geschäftsadresse beinhaltet, prüfen Sie auch die örtlichen rechtlichen Bestimmungen, die Art und Weise der Entgegennahme amtlicher Sendungen und die erforderlichen Aufzeichnungen. Ein virtuelles Büro ist nämlich nicht nur ein zusätzlicher Briefkasten.

AHA-MOMENT

In ländlichen Gebieten interessieren sich Nutzer möglicherweise mehr für geschlossene Büros als für klassische offene Coworking-Räume. Das Angebot sollte sich nach der tatsächlichen Nachfrage richten, nicht nach der Vorstellung, wie Coworking aussehen sollte.

Räumlichkeiten

AHA-MOMENT

Der Wert eines Coworking-Spaces liegt in der Atmosphäre, nicht in den Tischen.

Jedes Coworking-Projekt beginnt mit unterschiedlichen Räumlichkeiten und einem unterschiedlichen Budget. Auf dem Land handelt es sich oft um Räumlichkeiten, die ursprünglich gar nicht für Coworking vorgesehen waren. Die Wände sind, wo sie sind, und die Steckdosen befinden sich manchmal genau dort, wo man sie am wenigsten braucht. Größere bauliche Eingriffe sind oft nicht möglich.

Das Ziel ist daher nicht Perfektion, sondern ein Raum, in dem Menschen bequem arbeiten und sich wohlfühlen können. Dieses Kapitel ist keine Beschreibung eines Traum-Coworking-Space, sondern ein Überblick über Dinge, über die man gut nachdenken sollte, bevor man anfängt, Möbel zu kaufen und Tische aufzustellen. Schon mit einer gut durchdachten Raumaufteilung lässt sich viel erreichen, auch ohne teure Umbauten.

Bevor Sie die ersten Tische aufstellen

Die erste Frage sollte nicht lauten, wie viele Tische Sie in den Raum stellen können, sondern wie die Menschen dort ihren Tag verbringen werden. Überlegen Sie, wo sie arbeiten, telefonieren, sich treffen, essen und miteinander Zeit verbringen werden und wie sich mögliche Veranstaltungen auf die normale Arbeit auswirken werden.

Erst dann legen Sie die Anordnung der Möbel fest. Berücksichtigen Sie dabei die Wege durch den Raum, das natürliche Licht, Lärmquellen sowie die Lage von Fenstern, Heizkörpern, Strom- und Internetanschlüssen. Sie werden wahrscheinlich nicht alles physisch voneinander trennen können, aber Sie können erkennen, wo sich Aktivitäten gegenseitig stören könnten, und die bestmögliche Lösung finden.

Vor dem Kauf können Sie die Größe der Tische mit Klebeband auf dem Boden markieren oder die Anordnung mit den vorhandenen Möbeln ausprobieren. So erkennen Sie rechtzeitig zu enge Durchgänge, Spiegelungen auf Bildschirmen oder eine Steckdose, die auf der falschen Seite des Raums geblieben ist.

Was muss der Raum ermöglichen?

Sie benötigen nicht für jede Tätigkeit einen eigenen Raum. In einem kleineren Coworking-Space kann derselbe Bereich zu unterschiedlichen Zeiten mehreren Zwecken dienen. Wichtig ist, dass Sie seine grundlegende Zweckbestimmung festlegen und dafür sorgen, dass ruhigere und lautere Tätigkeiten sich möglichst wenig gegenseitig stören.

Arbeitsbereich

Wählen Sie für die Arbeitsplätze den ruhigsten Bereich aus, den Sie haben. Wenn sich alles in einem Raum befindet, versuchen Sie, die Arbeitsplätze zumindest vom Eingang, von der Küche und von den Hauptwegen fernzuhalten.

Stellen Sie die Tische so auf, dass die Nutzer möglichst nicht den ganzen Tag auf eine Wand blicken und nicht mit dem Rücken zum Hauptgeschehen sitzen. Wenn Sie einen größeren offenen Raum haben, können Sie ihn mit Regalen, Pflanzen oder beweglichen Trennwänden in kleinere, gemütlichere Bereiche unterteilen.

Besprechungen und Telefonate

Wenn Sie über einen kleineren separaten Raum verfügen, können Sie diesen für Besprechungen und längere Telefonate nutzen. Derselbe Raum kann beiden Zwecken dienen, wenn Sie ein einfaches Reservierungssystem einrichten.

Wenn Sie keinen separaten Raum haben, legen Sie einen Ort fest, an dem Gespräche andere möglichst wenig stören, und vereinbaren Sie, wo längere Telefonate geführt werden. Das Ziel ist nicht bibliotheksähnliche Stille, sondern dass ein einzelner Videoanruf nicht zum Meeting des gesamten Coworking-Space wird.

Raum für Veranstaltungen

Ein separater Raum für Veranstaltungen ist ein Vorteil, aber keine Grundvoraussetzung für Coworking. Wo es keinen gibt, können Sie einen flexiblen Teil des Raums für Veranstaltungen nutzen. Überlegen Sie dabei im Voraus, was verschoben werden muss, wo Sie die Möbel verstauen und ob andere Mitglieder während der Veranstaltung weiterarbeiten können.

Wenn Sie nur gelegentlich Veranstaltungen organisieren, müssen Sie nicht die gesamte Ausrüstung kaufen. Oft können Sie diese ausleihen, mieten oder mit einer anderen Organisation in der Umgebung teilen.

Essen und Geselligkeit

Mitglieder, die sechs, acht oder zehn Stunden im Coworking-Space verbringen, müssen auch etwas essen. Richten Sie daher auch in kleineren Räumlichkeiten einen Essbereich ein.

Der Essbereich kann gleichzeitig als Ort der Geselligkeit und für ungezwungene Gespräche dienen. Dafür brauchen Sie kein Wohnzimmer aus dem Katalog. Oft reichen ein gemeinsamer Tisch und ein paar bequeme Stühle aus. Wenn möglich, sollten Sie diesen Bereich etwas vom ruhigen Arbeitsbereich entfernt einrichten.

Lärm, Privatsphäre und Komfort

Ein Coworking Space ist keine Bibliothek, und absolute Stille können Sie in der Regel nicht erwarten. Dennoch sollte ruhiges Arbeiten nicht den ganzen Tag davon abhängen, wer den lautesten Videoanruf hat. Versuchen Sie zunächst, laute Aktivitäten von den Arbeitsplätzen fernzuhalten. Auch geschlossene Türen, weichere Boden- und Wandbeläge sowie klare Regeln für Telefonate helfen dabei.

Regale, Pflanzen und mobile Trennwände unterteilen den Raum optisch gut, halten den Schall jedoch nicht ab. Wenn Sie keinen abgeschlossenen Raum für vertrauliche Gespräche haben, seien Sie diesbezüglich ehrlich und teilen Sie den Nutzern klar mit, welches Maß an Privatsphäre sie erwarten können.

Auch Licht, Bildschirmreflexionen, Temperatur, frische Luft und die Lage des Arbeitsplatzes beeinflussen den Komfort. Prüfen Sie den Raum daher zu verschiedenen Tageszeiten. Ein Tisch, der morgens perfekt aussieht, kann nachmittags in der direkten Sonne stehen oder direkt neben dem lautesten Bereich des Raums liegen.

Aufbewahrung

Legen Sie vor dem Kauf von Möbeln und Ausrüstung auch fest, wo Sie die Dinge verstauen werden, wenn Sie sie nicht benutzen. Ein separater Lagerraum ist nützlich, aber nicht unbedingt erforderlich. In einem kleineren Raum können Sie Schränke, Regale, Kisten oder den Platz unter den Arbeitsflächen nutzen.

Die Mitglieder benötigen zumindest Platz für Jacken und Taschen. Ab-

schließbare Schränke sind vor allem für regelmäßige Mitglieder willkommen, stellen jedoch keine Voraussetzung für den Betrieb des Coworking-Spaces dar. Legen Sie klar fest, ob und wo die Mitglieder ihre Sachen über Nacht im Raum lassen dürfen.

Sehen Sie auch Platz für Papier, Toner, Büromaterial, Ersatzkabel und sonstige Ausrüstung vor. Bewahren Sie Schlüssel, Karten, Unterlagen und wertvollere technische Geräte in einem abschließbaren Schrank auf.

Wenn Sie denselben Raum für Veranstaltungen nutzen, müssen Sie wissen, wo Sie Tische, Stühle und andere Ausrüstung verstauen können. Die gelagerte Ausrüstung darf Durchgänge, Türen oder Fluchtwege nicht versperren. Es ist ratsam, auch etwas freien Platz für Dinge zu lassen, die Sie später benötigen werden. Ein Lagerraum, der bereits am Tag der Eröffnung voll ist, wird Ihnen nicht lange helfen.

Internet

Das Internet ist die grundlegende Infrastruktur eines Coworking-Spaces. Und neben dem Kaffee das Wichtigste in einem Coworking-Space. In ländlichen Gebieten kann die Auswahl an Internetverbindungen begrenzt sein. Prüfen Sie daher die verfügbaren Optionen so früh wie möglich, noch bevor Sie die Anzahl der Arbeitsplätze und das Coworking-Angebot endgültig festlegen.

Es kommt nicht nur auf die im Angebot des Anbieters angegebene Verbindungsgeschwindigkeit an. Das Internet muss stabil sein, und das WLAN muss im gesamten Raum funktionieren, auch bei einer größeren Anzahl angeschlossener Geräte und mehreren gleichzeitigen Videoanrufen. Prüfen Sie daher die Abdeckung an jedem Schreibtisch sowie im Besprechungs- und Veranstaltungsraum, nicht nur in der Nähe des Routers.

Idealerweise verfügen die Arbeitsplätze und der Besprechungsraum neben der WLAN-Verbindung auch über LAN-Anschlüsse für den Anschluss per Netzkabel. Eine kabelgebundene Verbindung kann stabiler sein und ist daher besonders nützlich bei Videokonferenzen, der Übertragung größerer Dateien und anderen anspruchsvolleren Aufgaben.

Gemeinsame Büroausstattung

Ein Multifunktionsgerät zum Drucken, Scannen und Kopieren ist willkommen, für den Betrieb des Coworking-Spaces jedoch nicht zwingend erforderlich. Falls Sie über ein solches Gerät verfügen, legen Sie fest, ob dessen Nutzung in der Mitgliedschaft bzw. der Miete des Arbeitsplatzes enthalten ist oder ob Ausdrücke nach Verbrauch abgerechnet werden. Bei geringem Verbrauch ist es am einfachsten, das Drucken in den Preis einzubeziehen; bei höherem Verbrauch können Sie die Anzahl der inbegriffenen Seiten sowie den Preis für zusätzliche und farbige Ausdrücke festlegen. Die Abrechnungsmethode sollte einfach sein und nicht mehr Aufwand erfordern, als das Drucken selbst wert ist. Sorgen Sie außerdem dafür, dass das Gerät einsatzbereit ist: Überprüfen Sie regelmäßig den Papier- und Tonervorrat, bestellen Sie Verbrauchsmaterial rechtzeitig nach und beheben Sie kleinere Probleme sofort. Am Gerät sollten kurze

und klare Gebrauchsanweisungen ausliegen.

Ein kleines Set mit gängigen Büroartikeln ist ebenfalls nützlich, zum Beispiel ein Papierhefter, ein Locher, eine Schere, Klebeband, ein Lineal und einige Stifte. Ein Aktenvernichter kann ebenfalls nützlich sein, gehört jedoch nicht zur unverzichtbaren Ausstattung.

Wenn es die finanziellen Mittel zulassen, können Sie zusätzlich ein kleines Set an Leihhausrüstung bereitstellen: die gängigsten Kabel und Adapter, einen externen Bildschirm sowie eine Ersatzmaus oder -tastatur. Es ist nicht notwendig, alles bereits vor der Eröffnung anzuschaffen. Ergänzen Sie das Set entsprechend den tatsächlichen Bedürfnissen der Mitglieder in der Praxis.

Anfahrt und Barrierefreiheit

Nicht jedes Coworking-Space verfügt über einen eigenen Parkplatz, einen Fahrradabstellplatz oder einen vollständig barrierefreien Zugang für Menschen mit eingeschränkter Mobilität. Der Coworking-Manager muss prüfen, was am jeweiligen Standort tatsächlich verfügbar ist, und diese Informationen den Mitgliedern klar mitteilen.

Prüfen Sie, wie die Nutzer zu Fuß, mit dem Fahrrad, dem Auto oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Coworking gelangen. Falls kein eigener Parkplatz vorhanden ist, geben Sie die nächstgelegenen Parkmöglichkeiten, eventuelle Einschränkungen und die Kosten an. Wenn Sie keinen Fahrradabstellraum haben, prüfen Sie, ob es in der Nähe zumindest einen sicheren Platz zum Anschließen der Fahrräder gibt.

Prüfen Sie auch den Weg vom Eingang zum Coworking-Space, eventuelle Treppen und Schwellen, die Türbreite, den Aufzug sowie die Barrierefreiheit der Sanitäranlagen. Wenn Sie nicht alle Barrieren beseitigen können, verschweigen Sie diese nicht. Informieren Sie die Nutzer im Voraus über die Einschränkungen und prüfen Sie, welche Anpassungen Sie im Rahmen der Ihnen zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten und Mittel vornehmen können.

Zugang der Mitglieder zum Raum

Flexibilität ist einer der wichtigsten Gründe, warum sich Menschen für Coworking entscheiden, bedeutet jedoch nicht zwangsläufig einen Zugang rund um die Uhr. Passen Sie die Zugangszeiten an das Coworking-Angebot, die Bedürfnisse der Mitglieder sowie die Möglichkeiten und Sicherheitsanforderungen des Gebäudes an. Einige Coworking-Spaces bieten einen 24/7-Zugang, andere erweiterte oder festgelegte Öffnungszeiten. Wichtig ist, dass die Regeln klar sind und Sie den versprochenen Zugang zuverlässig gewährleisten können.

Wenn Sie den Mitgliedern den Zugang ohne Anwesenheit eines Managers ermöglichen, muss die Art des Zutritts selbstständig, sicher und so einfach sein, dass sie kein ständiges Eingreifen Ihrerseits erfordert.

Den Zugang können Sie über Schlüssel, Karten, Anhänger, persönliche Codes oder eine mobile App regeln. Eine elektronische Zugangskontrolle

mag zunächst teuer erscheinen, ermöglicht es Ihnen jedoch, jedem Mitglied einen individuellen Zugang zuzuweisen, diesen zeitlich zu begrenzen und nach Beendigung der Mitgliedschaft einfach zu sperren. Wenn Sie das System mit einer Coworking-Management-Plattform verknüpfen, kann der Zugang zu Beginn und am Ende der Mitgliedschaft automatisch geregelt werden.

Ein herkömmlicher Schlüssel scheint die kostengünstigste Lösung zu sein, bis Sie einige Dutzend Kopien anfertigen und feststellen, dass ein Teil der Schlüssel nach Beendigung der Mitgliedschaft nicht zurückgegeben wird. Neben der Anfertigung von Kopien müssen Sie auch die Führung von Aufzeichnungen, die Ausgabe und Rückgabe von Schlüsseln sowie einen eventuellen Austausch des Schlosses bzw. des Zylinders berücksichtigen. Wenn Sie Schlüssel verwenden, nummerieren Sie diese, dokumentieren Sie die Ausgabe schriftlich und legen Sie in den Nutzungsbedingungen eine Frist für die Rückgabe sowie die Kosten bei Verlust oder Nichtrückgabe fest.

Vermeiden Sie bei Codes einen gemeinsamen Code für alle Mitglieder. Sobald ein solcher Code einmal weitergegeben wurde, lässt sich nur schwer kontrollieren, wer ihn nutzt. Eine bessere Lösung sind persönliche oder zeitlich begrenzte Codes, die Sie einzeln deaktivieren können.

Legen Sie außerdem verschiedene Zugriffsebenen fest. Mitglieder benötigen Zugang zu Arbeits- und Gemeinschaftsräumen, nicht unbedingt auch zum Büro des Managers, zum Lager oder zu technischen Räumen. Gästen können Sie einen temporären Zugang gewähren, der nach dem Besuch automatisch abläuft. Es sollte auch klar sein, wer für den Gast verantwortlich ist.

Prüfen Sie bei Zugängen außerhalb der üblichen Arbeitszeiten, ob sich die Türen hinter dem Nutzer automatisch schließen und verriegeln, was bei einem Strom- oder Internetausfall geschieht und wen das Mitglied im Falle eines Problems anrufen soll. Ein 24/7-Zugang bedeutet nicht, dass Sie 24 Stunden am Tag telefonisch erreichbar sein müssen. Es bedeutet jedoch, dass die Mitglieder wissen, was zu tun ist, wenn sich die Tür nicht öffnet, wenn sie alleine im Raum zurückbleiben oder wenn ein anderer Notfall eintritt.

Sanitäranlagen, Sauberkeit und Abfall

Ein Coworking-Space muss nicht unbedingt über eigene Sanitäranlagen verfügen, aber die Mitglieder müssen während der gesamten Zeit, in der sie die Räumlichkeiten nutzen, Zugang zu diesen haben. Wenn die Sanitäranlagen gemeinsam mit anderen Nutzern des Gebäudes genutzt werden, prüfen Sie, ob sie auch außerhalb der üblichen Öffnungszeiten zugänglich sind und ob sie ordnungsgemäß gereinigt und mit Verbrauchsmaterialien ausgestattet sind.

Solange der Coworking-Space nicht über ausreichende Mittel für einen Reinigungsdienst verfügt, gehört die Sorge um die Sauberkeit zu Ihren Aufgaben – leider 😊. Dazu gehören die Reinigung der Arbeits- und Gemeinschaftsbereiche, der Küche bzw. des Essbereichs und der Sanitäranlagen, sofern diese vom Coworking-Space betreut werden, das Leeren

der Mülleimer sowie das Nachfüllen von Seife, Toilettenpapier, Papierhandtüchern und anderen Verbrauchsmaterialien. Auch wenn die Reinigung von einem externen Dienstleister übernommen wird, überprüfen Sie dennoch, ob die Arbeit ordnungsgemäß ausgeführt wurde und ob etwas fehlt.

Ein Coworking-Space ist ein Gemeinschaftsraum, daher räumen die Mitglieder in einer idealen Welt immer hinter sich auf: Sie spülen das Geschirr oder stellen es in die Spülmaschine, wischen Verschüttetes und Krümel auf, trennen den Müll ordnungsgemäß und stellen Möbel und Ausrüstung wieder an ihren Platz zurück. In der Realität werden Sie jedoch oft derjenige sein, der die letzte einsame Tasse in die Spülmaschine räumt und die Krümel aufwischt, deren Verursacher sich nicht zu erkennen gibt. Nehmen Sie daher Ihre Erwartungen in die Nutzungsregeln auf und bringen Sie an den entsprechenden Stellen kurze und freundliche Hinweise an. Sie bewirken zwar keine Wunder, können Ihnen aber den einen oder anderen zusätzlichen Aufräumgang ersparen.

Überprüfen Sie, ob die Bewohner die Regeln einhalten, und weisen Sie sie bei Verstößen freundlich, aber konsequent darauf hin. Wenn Sie immer nur hinter ihnen aufräumen, werden sich die Gewohnheiten in der Regel nicht ändern.

Stellen Sie die Mülleimer für die Mülltrennung dort auf, wo der Müll tatsächlich anfällt, vor allem in der Küche, neben den Arbeitsflächen und gegebenenfalls neben einem Multifunktionsgerät. Beschriften Sie sie deutlich und leeren Sie sie regelmäßig. Bewahren Sie Reinigungsmittel und Utensilien an einem festen Ort auf, getrennt von Lebensmitteln und möglichst außerhalb der Reichweite der Bewohner.

Sicherheit im Raum und Notfälle

Legen Sie fest, welche Räume und welche Ausrüstung verschlossen sein müssen und wo die Mitglieder ihre persönlichen Gegenstände sicher aufbewahren können. Technische Räume, Lagerräume, Unterlagen und Ausrüstung, die nicht für den allgemeinen Gebrauch bestimmt ist, sollten nicht frei zugänglich sein.

Überprüfen Sie vor der Eröffnung gemeinsam mit dem Eigentümer bzw. Verwalter des Gebäudes und den verantwortlichen Personen die Fluchtwege, Notausgänge, die Brandschutzausrüstung, den Erste-Hilfe-Kasten sowie die Verfahren und Kontaktdaten für Notfälle. Möbel, Kisten und sonstige Ausrüstung dürfen die Fluchtwege oder den Zugang zu Sicherheitsausrüstung nicht behindern.

Wenn der Coworking-Space den Mitgliedern auch ohne Ihre Anwesenheit zugänglich ist, müssen die Anweisungen für Notfälle jederzeit verfügbar sein. Bringen Sie an gut sichtbarer Stelle eine kurze Anleitung mit der Adresse des Standorts, den Ausgängen, dem Sammelpunkt, der Notrufnummer und dem Ansprechpartner an, an den sich die Mitglieder im Falle eines Problems wenden können. Die gleichen Anweisungen können Sie ihnen auch in digitaler Form bei der Aufnahme in den Coworking-Space zur Verfügung stellen.

Der tägliche Betrieb eines Coworking-Space

Sie müssen technische oder gesetzliche Anforderungen nicht selbst beurteilen. Ihre Aufgabe ist es jedoch, zu wissen, welche Vorschriften in den Räumlichkeiten gelten, sicherzustellen, dass die erforderliche Ausstattung und die Anweisungen vorhanden sind, und die Mitglieder darüber zu informieren.

Eine detaillierte Checkliste für die Überprüfung der Räumlichkeiten, die Sie ausdrucken können, finden Sie im Kapitel „Zusätzliche Hilfsmittel“ am Ende des Leitfadens.

Prozesse sind der Teil des Coworkings, den niemand bemerkt, bis etwas schiefgeht. Dann ist derselbe Tisch doppelt reserviert, der Schlüssel passt nicht in die Tür, und niemand weiß, wer abends abschließen soll. Ihr Ziel ist es nicht, Bürokratie zu schaffen, sondern unnötiges Improvisieren zu verhindern. Deshalb sollten sie kurz, schriftlich festgehalten und so klar formuliert sein, dass sie auch von jemandem umgesetzt werden können, der den Manager vertritt.

Vom ersten Kontakt bis zum ersten Arbeitstag

Die Beziehung zum zukünftigen Mitglied beginnt schon lange vor der Vertragsunterzeichnung und der Übergabe der Mitgliedskarte. Eine schnelle Reaktion, ein klar dargelegtes Angebot und das Gefühl, dass sich jemand wirklich für seine Bedürfnisse interessiert, entscheiden oft darüber, ob ein potenzielles Mitglied zu einer Besichtigung kommt oder sich für eine andere Option entscheidet.

Anfragen können über die Website, Google, soziale Netzwerke, Veranstaltungen, Empfehlungen, lokale Partner, per Telefon oder bei einem persönlichen Besuch eingehen. Bevor Sie eine spezielle Telefonnummer, eine E-Mail-Adresse, ein Online-Formular und mehrere Profile in sozialen Netzwerken einrichten, sollten Sie daher überlegen, wie viele Kanäle regelmäßig betreut werden können und wer dafür verantwortlich sein wird. Es ist besser, weniger Kanäle zu haben, die gut verwaltet werden, als viele, für die die Zeit fehlt.

Notieren Sie bei jedem neuen Kontakt auch die Quelle der Anfrage. So zeigt sich im Laufe der Zeit, welche Kanäle tatsächlich neue Nutzer bringen.

Schnelle erste Reaktion und kurze Fragen

Versuchen Sie, auf Anfragen so schnell wie möglich zu antworten, möglichst noch am selben Werktag. Der erste Kontakt dient nicht dazu, sofort ein allgemeines Angebot zu versenden. Nutzen Sie ihn für einen persönlichen Kontakt, ein paar kurze Fragen und eine Einladung zu einer Besichtigung. Eine automatische Nachricht ist besser als Schweigen, kann aber eine persönliche Antwort nicht ersetzen.

Einige Fragen, die Ihnen dabei helfen können:	Anhand der Antworten können Sie schnell einschätzen:
• Womit beschäftigen Sie sich? • Wie oft und zu welchen Zeiten würden Sie den Raum nutzen? • Was ist Ihnen bei einem Arbeitsplatz am wichtigsten: Ruhe, die Möglichkeit für Videokonferenzen und Besprechungen, Kontakt zu anderen, flexibler Zugang oder etwas anderes? • Gibt es etwas, ohne das Coworking für Sie nicht sinnvoll wäre?	• Welche Arbeitsweise und welches Maß an Privatsphäre benötigt er, • welches Paket und welche Zugangszeiten am besten zu ihm passen, • welche Räumlichkeiten und Dienstleistungen sinnvollerweise bei der Besichtigung gezeigt werden sollten, • mit welchen Mitgliedern es sinnvoll wäre, ihn zu vernetzen, • ob er Anforderungen hat, die das Coworking nicht erfüllen kann.

Laden Sie ihn nach Möglichkeit vor der Angebotserstellung zu einer Besichtigung ein. So können Sie seine Bedürfnisse besser verstehen und ihm ein Angebot unterbreiten, das tatsächlich zu ihm passt.

Auf der Website sollte deutlich sichtbar die Schaltfläche **„Besichtigung buchen“** zu finden sein, die zu einem kurzen Formular oder zur Auswahl eines freien Termins führt.

Eine Besichtigung ist kein Rundgang durch die Räumlichkeiten, bei dem lediglich die Einrichtung aufgezählt wird. Ihr Zweck ist es, dem Besucher zu zeigen, wie sein Arbeitstag im Coworking-Space ablaufen würde.

Eine gute Besichtigung läuft wie folgt ab:

1. Begrüßen Sie den Besucher mit seinem Namen und vermitteln Sie ihm schon bei der Ankunft das Gefühl, dass Sie ihn erwartet haben.
2. Beginnen Sie die Führung mit einem kurzen Gespräch darüber, was ihm an einem Arbeitsplatz am wichtigsten ist.
3. Zeigen Sie ihm vor allem die Räumlichkeiten und Dienstleistungen, die seinen Bedürfnissen entsprechen.
4. Verbinden Sie die Eigenschaften der Räumlichkeiten mit konkreten Vorteilen. Anstatt zu sagen: „Wir haben zwei Telefonkabinen“, sagen Sie lieber: „Hier können Sie einen Videoanruf führen, ohne andere zu stören oder nach einem leeren Flur suchen zu müssen.“
5. Fassen Sie am Ende zusammen, welche Option am besten zu ihm passen würde, und legen Sie gemeinsam den nächsten Schritt fest.

Der Besucher sollte den Raum im normalen Arbeitsrhythmus erleben. Wenn möglich, stellen Sie ihm auch ein Mitglied vor, mit dem er gemeinsame geschäftliche oder persönliche Interessen teilt. Coworking verkauft sich als Raum und als Gemeinschaft.

Ein klares Angebot

Das Angebot sollte so bald wie möglich nach der Besichtigung verschickt werden. Wenn es sinnvoll ist, sollte es zwei Optionen enthalten: eine preisgünstigere, die die Grundbedürfnisse abdeckt, und eine umfangreichere, die mehr Flexibilität oder Dienstleistungen bietet.

Bei jeder Option müssen folgende Angaben klar aufgeführt sein:

- Art der Dienstleistung und Nutzungsdauer,
- die enthaltenen Leistungen und eventuelle Einschränkungen,
- die Zugangszeiten,
- Preis bzw. Endbetrag,
- eine eventuelle Kautions- oder einmalige Kosten,
- Kündigungsfrist,
- voraussichtlicher Beginn.

Der Endpreis muss ohne Nachrechnen und ohne Überraschungen auf der ersten Rechnung ersichtlich sein.

Sollten Sie keine Antwort erhalten, melden Sie sich nach einigen Tagen freundlich erneut. Schweigen bedeutet nicht unbedingt, dass das Angebot nicht interessant ist. Vielleicht hat das potenzielle Mitglied noch keine Zeit gehabt, es durchzusehen, benötigt weitere Erläuterungen oder wartet einfach auf eine kurze Erinnerung.

Verträge, Nutzungsbedingungen und Zugänge

Wenn ein potenzielles Mitglied das Angebot annimmt, halten Sie die Vereinbarung schriftlich fest und regeln Sie alles noch vor Beginn der Raumnutzung. Der Vertrag und die Nutzungsbedingungen sollten drei Fragen klar beantworten: Was erhält das Mitglied, wie viel und wie zahlt es und unter welchen Bedingungen darf es den Coworking-Space nutzen?

Vertrag

Schließen Sie mit jedem Mitglied einen schriftlichen Vertrag ab. Bei einmaligen Nutzern von Tageskarten oder Besprechungsräumen können eine bestätigte Reservierung und die Zustimmung zu den Nutzungsbedingungen ausreichen.

Der Vertrag sollte mindestens folgende Angaben enthalten:

- Angaben zu den Vertragsparteien und zum Zahler,

- das gewählte Paket und die darin enthaltenen Leistungen,
- den Preis, die Zahlungsweise und die Zahlungsfrist,
- etwaige sonstige Kosten (z. B. Kosten für die Ausstellung einer Zugangskarte oder von Schlüsseln, Verwaltungskosten für die Einrichtung eines Benutzerprofils, falls vorhanden),
- das Startdatum und die Laufzeit der Mitgliedschaft (mit Verlängerungsoption),
- Zeitpunkt und Umfang des Zugangs,
- Kündigungsfrist und Möglichkeit des Wechsels zu einem anderen Paket,
- Bedingungen für die Änderung oder Beendigung der Mitgliedschaft,
- Gründe für eine vorübergehende Sperrung des Zugangs oder eine Vertragskündigung*,
- Haftung für verursachte Schäden,
- Verweis auf die geltenden Nutzungsbedingungen.

** Der Betreiber behält sich das Recht vor, den Vertrag wegen Nichtzahlung, schwerwiegender oder wiederholter Verstöße gegen die Nutzungsbedingungen, Belästigung, Gefährdung der Sicherheit, Verursachung von Schäden, Missbrauch des Zugangs oder Verhaltens, das andere Nutzer ernsthaft stört, zu kündigen.*

Legen Sie im Vertrag auch fest, was im Falle einer Kündigung geschieht: wann der Zugang gesperrt wird, bis wann der Schlüssel oder die Karte zurückgegeben werden muss und wie offene Verbindlichkeiten und eventuelle Vorauszahlungen beglichen werden.

Der Vertrag sollte kurz und verständlich genug sein, damit das Mitglied ihn tatsächlich liest. Zwanzig Seiten Kleingedrucktes bei der Anmietung eines einzigen Tisches schaffen kein Gefühl der Sicherheit, sondern Misstrauen.

Eine angemessene Kündigungsfrist und die Möglichkeit, zu einem anderen Paket zu wechseln, sind oft wichtiger als eine lange Bindungsfrist. Eine längere Bindungsfrist ist vor allem dann sinnvoll, wenn das Mitglied im Gegenzug einen günstigeren Preis oder einen anderen klaren Vorteil erhält. Schränken Sie das Mitglied nicht mehr ein, als nötig ist. Wenn er befürchtet, nicht aus dem Vertrag aussteigen zu können, bleibt er vielleicht lieber im Homeoffice. Der Vorteil des Coworkings ist schließlich ... Flexibilität.

Wenn Sie noch keinen Vertragsentwurf haben, können Sie sich beim ersten Entwurf und bei der Vereinfachung der Sprache mit künstlicher Intelligenz helfen lassen. Die endgültige Vorlage sollte vor der Verwendung von einem Rechtsexperten geprüft und an die Vorschriften des Landes angepasst werden, in dem das Coworking-Projekt betrieben wird. Einen gut ausgearbeiteten Rahmenvertrag können Sie dann über einen längeren Zeitraum hinweg verwenden.

Um den Verwaltungsaufwand beim Abschluss von Verträgen so gering

wie möglich zu halten, erstellen Sie eine Word-Grundvorlage. Die Standardklauseln sollten bereits eingefügt sein; bei jedem neuen Mitglied müssen Sie dann nur noch die Daten des Mitglieds/Zahlers, das Startdatum, das gewählte Paket, den Preis, den Zugangsumfang und eventuelle Sondervereinbarungen ergänzen.

Erstellen Sie den Vertrag immer anhand der Originalvorlage und nicht anhand des Vertrags eines früheren Mitglieds. So verringern Sie das Risiko, dass versehentlich ein alter Rabatt, eine Sonderregelung oder sogar die Daten einer anderen Person im Vertrag verbleiben.

Nutzungsbedingungen

Der Vertrag regelt die individuelle Vereinbarung mit dem Mitglied, die Nutzungsbedingungen hingegen die allgemeinen Regeln, die für alle Nutzer gelten. Ihr Zweck ist es nicht, die Mitglieder einzuschränken, sondern sicherzustellen, dass alle wissen, was von ihnen erwartet wird, wie sie die Räumlichkeiten nutzen dürfen und was bei Problemen oder Verstößen geschieht. Klare Regeln schützen die Mitglieder, den Betreiber und die Räumlichkeiten und helfen dem Manager, ähnliche Situationen einheitlich zu lösen, anstatt jedes Mal nach Gefühl zu entscheiden. Stellen Sie sie den Mitgliedern vor der Vertragsunterzeichnung zur Verfügung, und sorgen Sie dafür, dass sie später jederzeit auf der Website oder vor Ort einsehbar sind.

Die Nutzungsbedingungen sollten vor allem Folgendes regeln:

- Öffnungszeiten und Zugangsregeln,
- Reservierungen, Stornierungen und Nichterscheinen,
- die Nutzung von Tagungsräumen, Ausrüstung und Gemeinschaftsräumen,
- Regeln für Gäste und Besucher,
- erwartetes Verhalten in Bezug auf Lärm, Videokonferenzen und Besprechungen,
- Nutzung der Küche, Aufräumen und Abfallentsorgung,
- Verhalten bei Störungen, Beschädigungen oder anderen außergewöhnlichen Ereignissen,
- Verantwortung für persönliche Gegenstände und verursachte Schäden,
- Verhalten bei Verlust eines Schlüssels oder einer Karte,
- die Folgen wiederholter oder schwerwiegender Verstöße.

Formulieren Sie die Regeln klar und ohne unnötige Verbote. Legen Sie nur diejenigen fest, die für eine sichere und angenehme Nutzung der Räumlichkeiten wichtig sind und die Sie in der Praxis auch durchsetzen werden.

Wahrscheinlich werden Sie bei der Ausarbeitung der ersten Fassung der Nutzungsbedingungen nicht an alle Situationen denken. Das Coworking-Leben kann in dieser Hinsicht überraschend kreativ sein. Wenn ein neuer

Fall zeigt, dass eine wichtige Regel fehlt, ergänzen Sie die Nutzungsbedingungen gemäß dem im Vertrag festgelegten Verfahren. Informieren Sie die Mitglieder klar und rechtzeitig darüber, was sich ändert und ab wann.

Aus dem Alltag eines Coworking-Managers: *Einem Mitglied musste erklärt werden, dass die monatliche Miete für einen festen Schreibtisch und der 24/7-Zugang zwar das Arbeiten zu jeder Uhrzeit ermöglichen, aber nicht das Recht beinhalten, in den Coworking-Space einzuziehen. Manche Regeln entstehen offenbar erst, wenn jemand sie auf sehr kreative Weise auf die Probe stellt.*

Wenn die Zusammenarbeit nicht funktioniert

Die Rolle eines Coworking-Managers besteht nicht nur darin, Menschen miteinander zu vernetzen und eine angenehme Atmosphäre zu schaffen. Manchmal bedeutet sie auch, Grenzen zu setzen. Das ist einer der anspruchsvolleren Aspekte der Arbeit, aber man sollte sich ihm nicht entziehen. Sich um die Gemeinschaft zu kümmern bedeutet auch, einzugreifen, wenn das Verhalten einer Person das Wohlbefinden, die Arbeit oder die Sicherheit anderer beeinträchtigt. Ein Problem, das man zu lange ignoriert, verschwindet in der Regel nicht von selbst, sondern wird zu einem Problem der gesamten Gemeinschaft.

Die meisten Probleme lassen sich durch ein rechtzeitiges Gespräch und eine klare Vereinbarung darüber lösen, was sich ändern muss. Wenn dies nicht hilft oder der Verstoß schwerwiegend ist, müssen Sie die anderen Mitglieder und den normalen Betrieb des Coworking-Spaces schützen. Legen Sie daher im Vertrag klar fest, in welchen Fällen Sie einem Mitglied vorübergehend den Zugang entziehen oder den Vertrag kündigen können.

Eine vorübergehende Sperrung des Zugangs ist vor allem sinnvoll:

- bei Zahlungsverzug nach vorheriger Mahnung,
- bei Verlust, Diebstahl oder Verdacht auf Missbrauch des Zugangsausweises,
- wenn ein Mitglied vorübergehend die Sicherheit von Personen oder der Räumlichkeiten gefährdet,
- solange ein schwerwiegender Vorfall oder Verstoß nicht geklärt ist.

Sie können den Vertrag kündigen aufgrund von:

- wiederholter Nichtzahlung,
- schwerwiegender oder wiederholter Verstöße gegen die Nutzungsbedingungen,
- Drohungen, Belästigungen oder aggressivem Verhalten,
- wiederholter Provokation von Streitigkeiten oder schwerwiegender Störung anderer Mitglieder,
- vorsätzlicher Sachbeschädigung,
- Missbrauch des Zugangs oder unbefugte Weitergabe von Schlüsseln, Karten oder Codes,
- die Nutzung der Räumlichkeiten für illegale Aktivitäten.

Bei einem weniger schwerwiegenden Verstoß eines Mitglieds sollten Sie dieses zunächst ermahnen, klar darlegen, was geändert werden muss, und die Konsequenzen bei Wiederholung festlegen. Bei einem schwerwiegenderen Verstoß muss eine sofortige Kündigung des Vertrags und die Sperrung des Zugangs möglich sein.

Halten Sie die Gründe und die Entscheidung schriftlich fest und informieren Sie das Mitglied schriftlich über die Kündigung. Kümmern Sie sich gleichzeitig um die Sperrung des Zugangs, die Rückgabe des Schlüssels oder der Karte sowie die Begleichung offener Verbindlichkeiten.

Zuteilung und Erfassung des Zugangs

Regeln Sie den Zugang nach Unterzeichnung des Vertrags und der Zahlungsvereinbarung. Jedes Mitglied sollte über einen eigenen Schlüssel, eine eigene Karte, einen eigenen Code oder ein eigenes Benutzerkonto verfügen. Ein gemeinsamer Zugang für mehrere unabhängige Nutzer erschwert die Kontrolle und die Sperrung von Berechtigungen.

Halten Sie fest, welche Räumlichkeiten das Mitglied nutzen darf, zu welchen Zeiten und bis wann der Zugang gültig ist. Passen Sie bei einer Änderung des Pakets auch dessen Berechtigungen an. Bei Beendigung der Mitgliedschaft sperren Sie den elektronischen Zugang rechtzeitig und dokumentieren Sie die Rückgabe des Schlüssels oder der Karte.

Überprüfen Sie vor der Aktivierung des Zugangs

- Ob der Schlüssel, die Karte oder der Code funktioniert.
- Ob das Mitglied die Anweisungen für den ersten Besuch erhalten hat.
- Ob der Vertrag unterzeichnet ist.
- Ob das Mitglied die Nutzungsbedingungen erhalten und akzeptiert hat.
- Ob die Angaben zum Zahler und die Zahlungsart geregelt sind.
- Ob ein einheitlicher Datensatz des Mitglieds angelegt wurde.
- Ob die entsprechenden Zugriffsrechte zugewiesen und erfasst wurden.

Reservierungen und Aufzeichnungen

Eine Reservierung, die in einer E-Mail, einer privaten Nachricht oder nur im Kopf des Coworking-Managers verbleibt, ist keine verlässliche Reservierung. Legen Sie einen offiziellen Ort fest, an dem alle Reservierungen erfasst werden, unabhängig davon, über welchen Kanal sie eingegangen sind.

Was muss reserviert werden?

Eine Reservierung ist vor allem für Besprechungsräume, temporäre Büros, Veranstaltungsräume, eine begrenzte Anzahl von Hot Desks und Ausrüstung sinnvoll, die von mehreren Personen genutzt wird. Feste

Schreibtische müssen nicht täglich reserviert werden, da sie bereits einem bestimmten Mitglied zugewiesen sind.

Legen Sie für jeden Raum oder jedes Gerät fest:

- wer sie reservieren darf,
- wie weit im Voraus und für wie lange,
- was in der Mitgliedschaft enthalten ist und was zusätzlich bezahlt werden muss,
- bis wann eine Reservierung storniert werden kann,
- was bei Nichterscheinen geschieht,
- ob wiederkehrende Reservierungen erlaubt sind.

Bei kleineren Coworking-Spaces können Sie die Reservierungen in einem gemeinsamen digitalen Kalender verwalten. Verwenden Sie für jeden Besprechungsraum, jedes Büro oder jede Ausstattung eine klar definierte Farbe. Tragen Sie jede Reservierung in den Kalender ein, auch für Ihre eigenen Veranstaltungen, selbst wenn sie per Telefon, E-Mail oder privater Nachricht eingegangen ist.

Wenn möglich, ermöglichen Sie den Mitgliedern, die Verfügbarkeit selbst zu prüfen und die Buchung selbst vorzunehmen. Der Coworking-Manager sollte nicht zum „menschlichen Kalender“ werden.

Erfassen Sie neben den Reservierungen auch Stornierungen und Nichterscheinen. Ein reservierter, aber leerer Besprechungsraum ist nämlich nicht dasselbe wie ein genutzter Besprechungsraum. Auch nicht auf dem Bankkonto. Diese Daten helfen Ihnen später dabei, die Auslastung zu überwachen und das Angebot anzupassen.

CRM: Damit Sie nicht vergessen, mit wem Sie bereits gesprochen haben

Nach einigen Monaten werden Sie sich wahrscheinlich nicht mehr daran erinnern, dass dieselbe Person bereits Interesse an einem festen Arbeitsplatz gezeigt hat, dass sie Ruhe für Videokonferenzen benötigt und dass sie darum gebeten hat, sich im Herbst erneut bei ihr zu melden. CRM ist nicht nur eine Liste von Personen, die eine Anfrage gesendet haben. CRM ist das gemeinsame Gedächtnis des Coworking-Space, in dem Beziehungen und wichtige Kommunikation festgehalten werden.

Nehmen Sie potenzielle, aktuelle und ehemalige Mitglieder, Veranstaltungsteilnehmer, Unternehmen, Partner und andere wichtige Kontakte in das CRM auf. Notieren Sie bei jedem, woran er interessiert ist, was zuletzt vereinbart wurde, was der nächste Schritt ist und wann dieser erfolgen soll. Wählen Sie eine einfache App, die Sie auf dem Smartphone oder Computer nutzen können; die meisten bieten kostenlose Testversionen oder eine kostenlose Nutzung bis zu einer bestimmten Anzahl von Kontakten an, suchen Sie sich also eine passende für sich aus.

Tool	Wann kann es nützlich sein	Worauf Sie achten sollten
<u>ClickUp</u>	Wenn Sie es bereits für Aufgaben, Termine oder Werbeaktionen nutzen. Sie können Ihre Kontakte in einer speziellen Liste verwalten und ihnen einen Status, Vereinbarungen, Aufgaben und das Datum des nächsten Kontakts hinzufügen.	Es handelt sich nicht um ein zweckgebundenes CRM, daher müssen Sie die Liste und die Arbeitsweise zunächst selbst einrichten.
<u>monday CRM</u>	Wenn Sie eine übersichtliche und visuelle Darstellung des Weges von der ersten Anfrage bis zur Mitgliedschaft wünschen. Es bietet anpassbare Felder, Erinnerungen und Automatisierungen.	Prüfen Sie den Preis für das gesamte Team und fügen Sie nicht mehr Funktionen hinzu, als Sie tatsächlich nutzen werden.
<u>Begin by Zoho</u>	Wenn Sie ein einfaches, zweckgebundenes CRM für ein kleines Team suchen. Es ist für die Verwaltung von Kontakten, Vereinbarungen, Kommunikation und Folgekontakten gedacht.	Wenn Sie komplexere Prozesse und Berichte benötigen, ist <u>Zoho CRM</u> die umfassendere Option.
<u>Capsule CRM</u>	Wenn Sie vor allem eine übersichtliche Kontaktliste, einen Chat-Verlauf, Aufgaben und Erinnerungen ohne eine Vielzahl zusätzlicher Module wünschen.	Prüfen Sie vor der Auswahl die Beschränkungen hinsichtlich der Anzahl der Kontakte und Nutzer im gewählten Paket.

Bevor Sie sich entscheiden, geben Sie zehn echte Kontakte in das ausgewählte Tool ein und versuchen Sie, ein Telefongespräch zu protokollieren, den nächsten Schritt zu vereinbaren und eine Erinnerung einzurichten. Wenn dafür mehr Klicks erforderlich sind als für das Gespräch selbst, suchen Sie nach einer einfacheren Lösung.

Ein CRM-System verfolgt Beziehungen und Kommunikation, ersetzt jedoch nicht das Mitgliederverzeichnis. Wenn Sie Mitgliedschaften, Pakete, Verträge, Reservierungen, Rechnungen, Zahlungen und Zugangsrechte an einem Ort verwalten möchten, ist es sinnvoll, über eine spezielle Co-working-Plattform nachzudenken.

Mitgliederverwaltung: Tabelle oder Coworking-Plattform

Wenn ein potenzieller Nutzer Mitglied wird, benötigen Sie einen operativen Datensatz, auf dessen Grundlage Sie ihm die vereinbarten Dienstleistungen bereitstellen, den Zugang regeln und Rechnungen ausstellen.

Bei einer geringen Mitgliederzahl können Sie die Verwaltung in einer Tabelle führen. Wenn jedoch die Zahl der Mitglieder und Dienstleistungen zunimmt, verteilen sich die Daten schnell auf Tabellen, Kalender, Buchhaltungsprogramm und Zugangssystem. Wenn der Coworking-Manager dieselben Daten an mehreren Stellen eingeben, eine Änderung des Pakets manuell in mehreren Verzeichnissen anpassen und überprüfen muss, welche Informationen noch gültig sind, ist es Zeit für eine besser vernetzte Lösung.

Eine spezielle Coworking-Plattform ist ein Online-Tool, das eigens für die Verwaltung von Coworking-Spaces entwickelt wurde und diese Daten und Aufgaben an einem Ort zusammenführt. Darin ist das Profil eines Mitglieds mit seinem Paket, seinen Reservierungen, Rechnungen, Zahlungen und Zugangsdaten verknüpft.

Erfassen Sie für jedes Mitglied mindestens:

- Name und Kontaktdaten,
- Angaben zum Zahler und zur Rechnungsstellung,
- die ausgewählte Dienstleistung und die Nutzungsdauer,
- den vereinbarten Preis, den Abrechnungszeitraum und eventuelle Rabatte,
- die zugewiesenen Zugriffsrechte,
- die Nummer des Schlüssels, der Karte oder eines anderen Zugangsmittels,
- den unterzeichneten Vertrag, die akzeptierten Nutzungsbedingungen und besondere Vereinbarungen,
- den aktuellen Status der Mitgliedschaft und wesentliche Änderungen.

Selbst die beste Plattform weiß nicht, dass Sie einem Mitglied beim Kaffee einen einmonatigen Rabatt versprochen haben. Halten Sie Sondervereinbarungen sofort fest.

Das CRM beantwortet die Frage: **Was wurde vereinbart und wann muss man sich erneut melden?** Das Mitgliederverzeichnis hingegen beantwortet die Frage: **Was nutzt das Mitglied, wie viel zahlt es und worauf hat es Zugriff?** Einige Coworking-Plattformen verfügen auch über ein integriertes CRM, andere ermöglichen die Anbindung an ein separates CRM.

Speichern Sie Daten nicht doppelt in mehreren, nicht miteinander verbundenen Tabellen. Legen Sie fest, welches Verzeichnis das Hauptverzeichnis ist, und aktualisieren Sie es regelmäßig. Halten Sie Fakten und Vereinbarungen fest, keine persönlichen Einschätzungen. Sammeln Sie

nur die Daten, die Sie benötigen, und gewähren Sie den Zugriff nur den Personen, die diese für ihre Arbeit benötigen. Dies gilt sowohl für die Plattform als auch für eine Excel-Tabelle oder eine Papierakte. [Die Datenschutzbestimmungen](#) hängen nicht von der Wahl des Tools ab.

Um Ihnen den Einstieg zu erleichtern, wurde im Rahmen des Projekts COWORKING.NET auch eine Excel-Vorlage für das Mitgliederverzeichnis erstellt. Diese muss nicht unbedingt für jedes Coworking-Space geeignet sein, passen Sie sie daher an Ihre Pakete, Ihre Abrechnungsweise und Ihre Zugriffsregelungen an. Sie soll Ihnen die anfängliche Einrichtung der Mitgliederliste ersparen und die tägliche Arbeit erleichtern. Die Mitgliederliste in englischer Sprache können Sie [hier](#) herunterladen.

Die Tabelle reicht aus, solange die Pakete einfach sind, es nur wenige Änderungen gibt und die Mitgliederliste von einer Person verwaltet wird. Es gibt keine magische Mitgliederzahl, ab der man eine Plattform kaufen muss. Wichtiger ist der Komplexitätsgrad des Betriebs.

Ziehen Sie den Einsatz einer Plattform in Betracht, wenn:

- Sie dieselben Daten regelmäßig in mehrere Systeme eingeben,
- Sie Pakete, Preise und Zugriffsrechte häufig ändern,
- Sie Ihren Mitgliedern eigenständige Reservierungen und Zahlungen ermöglichen möchten,
- mehrere Personen an der Verwaltung beteiligt sind,
- es Ihnen schwerfällt, die Auslastung, Einnahmen oder offene Rechnungen im Blick zu behalten.

Beispiele für spezielle Coworking-Plattformen

Plattform	Was Sie wissen sollten
Nexodus	Verbindet Mitglieder, Reservierungen, Abrechnungen, Zahlungen, Zugänge und Berichte. Enthält außerdem ein CRM zur Nachverfolgung von Anfragen und Verkaufschancen. Aufgrund des umfangreichen Funktionsumfangs sollten Sie prüfen, wie viel Zeit die Ersteinrichtung in Anspruch nehmen wird.
Cobot	Ermöglicht die Verwaltung von Mitgliedern und Paketen, Reservierungen, Rechnungsstellung sowie die Anbindung an Zugangssysteme. Verwaltet auch Kontakte, kann jedoch bei anspruchsvollerer Vertriebsüberwachung ein separates CRM möglicherweise nicht ersetzen.

OfficeRnD Flex	Kombiniert Mitgliederverwaltung, Reservierungen, Abrechnung und Berichterstellung und ermöglicht die Nachverfolgung von Anfragen und Verkaufschancen. Es lässt sich auch mit externen CRM-Systemen verbinden.
Anny	Ermöglicht die Reservierung von Arbeitsplätzen, Räumen, Parkplätzen, Ausrüstung und Veranstaltungen sowie die Verwaltung von Mitgliedschaften, Online-Zahlungen und Zugängen über Anbindungen an Smart-Schlösser.

Die Liste ist keine Rangliste. Die beste Plattform ist die, die Ihre Arbeitsweise unterstützt und von Ihrem Team tatsächlich genutzt wird.

Bitten Sie vor Ihrer Entscheidung um eine Präsentation anhand konkreter Beispiele aus Ihrem Coworking-Space. Der Anbieter sollte zeigen, wie:

- ein neues Mitglied hinzugefügt, ihm ein Paket zugewiesen und der Zugang eingerichtet wird,
- ein Paket geändert, eine Rechnung korrigiert oder eine Mitgliedschaft gekündigt wird,
- Daten exportiert werden, falls Sie sich später für eine andere Lösung entscheiden.

Verlangen Sie außerdem eine Aufstellung der Gesamtkosten, die die Ersteinrichtung, die Datenmigration, Benutzerkonten, die App, den Support sowie die gewünschten Anbindungen an Buchhaltungssoftware, Zahlungssysteme und das Zugangssystem umfasst. Überprüfen Sie zudem, ob die ausgestellten Rechnungen den gesetzlichen Bestimmungen des Landes entsprechen, in dem das Coworking-Space betrieben wird.

Zahlungen und Rechnungen

Eine Rechnung, die nicht ausgestellt wird, wird mit ziemlicher Sicherheit nicht bezahlt. Zahlungen dürfen daher keine Aufgabe sein, an die sich der Coworking-Manager erst am Monatsende erinnert, wenn endlich keine anderen Probleme mehr anstehen.

Legen Sie vor der Aufnahme der ersten Mitglieder fest:

- welche Beträge regelmäßig und welche nach tatsächlicher Nutzung abgerechnet werden;
- ob die angegebenen Preise die Mehrwertsteuer enthalten;
- welche Zahlungsarten möglich sind;
- ob Mitgliedsbeiträge bzw. Mieten im Voraus oder nachträglich zu zahlen sind;

- wann die Rechnung ausgestellt wird und wie die Zahlungsfrist lautet;
- Wer stellt die Rechnungen aus und wer überwacht die Zahlungen?
- wie Stornierungen, Rückerstattungen und Zahlungsverzögerungen abgerechnet werden.

Ein möglichst einfaches und konsequentes System

Bei regelmäßigen Mitgliedsbeiträgen bzw. Mietgebühren ist die Vorauszahlung in der Regel übersichtlicher und verringert das Risiko von Zahlungsausfällen, ist jedoch nicht die einzige Möglichkeit. Wichtig ist, dass die gewählte Zahlungsweise klar festgelegt ist und konsequent für alle vergleichbaren Mitglieder angewendet wird.

Tageskarten und einmalige Buchungen können vor der Nutzung bezahlt werden. Zusatzleistungen werden bei der Nutzung erfasst und nach einem im Voraus festgelegten Zeitplan abgerechnet.

Die Banküberweisung ist eine einfache Lösung für reguläre Mitgliedschaften. Kartenzahlung oder Online-Zahlung eignet sich vor allem für Tagesbesuche und Reservierungen von externen Nutzern. Vor der Einführung von Bar-, Karten- oder anderen Zahlungsarten müssen die gesetzlichen Bestimmungen des Landes, in dem der Coworking-Space betrieben wird, geprüft werden. Die Vorschriften zur Ausstellung, Bestätigung, Aufbewahrung und Korrektur von Rechnungen unterscheiden sich von Land zu Land.

Wie werden Rechnungen ausgestellt?

Legen Sie vor der Ausstellung der ersten Rechnung fest, wo und auf welche Weise Rechnungen erstellt, ausgestellt, versendet und aufbewahrt werden sollen. Dazu können eine Buchhaltungssoftware, eine spezielle Coworking-Plattform, ein externer Buchhaltungsdienst oder eine andere geeignete Lösung genutzt werden.

Einige Buchhaltungsprogramme und spezielle Coworking-Plattformen können den gesamten Prozess automatisieren: Sie erstellen und versenden wiederkehrende Rechnungen, verfolgen eingegangene Zahlungen und versenden bei Fälligkeit automatisch eine Mahnung. Eine solche Lösung kann den Coworking-Manager erheblich von Verwaltungsaufgaben entlasten, sofern sie korrekt eingerichtet ist und den geltenden Rechtsvorschriften entspricht.

Die gewählte Methode muss den geltenden Rechtsvorschriften entsprechen und die Ausstellung von Rechnungen mit allen vorgeschriebenen Angaben ermöglichen. Diese umfassen in der Regel das Ausstellungsdatum, eine eindeutige fortlaufende Nummer, Angaben zum Aussteller und zum Empfänger, eine klare Beschreibung sowie den Umfang der Dienstleistung, den Preis bzw. die Steuerbemessungsgrundlage, den angewandten Steuersatz und den Mehrwertsteuerbetrag sowie etwaige weitere Angaben, die für die steuerliche Behandlung erforderlich sind. Die Anforderungen werden durch gemeinsame europäische und nationale Vorschriften festgelegt.

Ist unklar, ob die gewählte Art und Form der Rechnung den Anforderungen entspricht, sollte dies vor der Ausstellung der ersten Rechnung mit der Buchhaltung oder der zuständigen Steuerbehörde abgeklärt werden. Die ideale Lösung automatisiert wiederkehrende Rechnungen, den Versand und die Zahlungsüberwachung so weit wie möglich und verursacht dem Coworking-Manager keinen unnötigen Verwaltungsaufwand.

Auf der Rechnung muss klar ersichtlich sein, was in Rechnung gestellt wurde und für welchen Zeitraum. Die Bezeichnung „Coworking-Dienstleistungen“ ist zu vage. Sinnvoller sind beispielsweise „fester Schreibtisch, September 2026“ oder „Nutzung des Besprechungsraums, 12. September 2026, zwei Stunden“.

Die Daten für die regelmäßigen Rechnungen werden aus dem Mitgliederverzeichnis entnommen, die Daten zu Zusatzleistungen hingegen aus den Reservierungen bzw. den Nutzungsaufzeichnungen. Eine parallele Tabelle ist nicht erforderlich, wenn alle Daten zuverlässig an einem Ort erfasst sind.

Zusatzleistungen werden sofort erfasst

Druckkosten, zusätzliche Stunden im Besprechungsraum, die Anmietung von Ausrüstung, Postdienstleistungen und andere kleinere Beträge gehen schnell unter. Jede Zusatzleistung wird daher bei Inanspruchnahme an einer Stelle erfasst.

Ein Zettel auf dem Schreibtisch, eine Nachricht im Chat und das Gedächtnis des Managers sind keine drei Aufzeichnungen. Es sind drei Möglichkeiten, dass etwas nicht in Rechnung gestellt wird.

Wenn die Zahlung ausbleibt

Offene Rechnungen sollten regelmäßig überprüft werden, nicht erst dann, wenn das Geld auf dem Coworking-Konto knapp wird. Ein einfacher Ablauf umfasst:

1. die Überprüfung, ob die Zahlung möglicherweise bereits eingegangen ist;
2. eine kurze und freundliche Mahnung nach Fälligkeit;
3. direkten Kontakt und eine schriftliche Mahnung, falls die Rechnung unbezahlt bleibt;
4. weitere Maßnahmen gemäß Vertrag und Nutzungsbedingungen.

Es muss auch vereinbart werden, wer die Mahnungen versendet und wer über die Einschränkung von Dienstleistungen oder des Zugangs entscheidet. Ein freundlicher Umgang und eine konsequente Zahlungsüberwachung schließen sich nicht gegenseitig aus.

Ausgestellte Rechnungen dürfen nicht von Hand gelöscht oder korrigiert werden. Fehler, Gutschriften und Rückerstattungen werden gemeinsam mit der Buchhaltung gemäß den im jeweiligen Land geltenden Verfahren geregelt.

Checkliste

- Preise und enthaltene Leistungen sind klar festgelegt.
- Die Zahlungsarten und -fristen sind festgelegt.
- Die Rechnungsdaten werden vor Beginn der Nutzung erfasst.
- Rechnungen werden nach einem im Voraus festgelegten Zeitplan ausgestellt.
- Zusatzleistungen werden laufend an einer zentralen Stelle erfasst.
- Offene Rechnungen werden regelmäßig überprüft.
- Es ist ein Mahnverfahren festgelegt.
- Die Aufgaben des Coworking-Managers und der Buchhaltung sind klar abgegrenzt.

Öffnen, Schließen und tägliche Routine

In einem kleineren Coworking-Space ohne festes Personal darf die Öffnung nicht davon abhängen, ob der Coworking-Manager als Erster vor Ort ist. Am einfachsten ist es, wenn sich die Eingangstür automatisch schließt und verriegelt und die Mitglieder mit einem persönlichen Schlüssel, einer Karte oder einem Code Zutritt erhalten. Jedes Mitglied muss bei Ankunft und beim Verlassen des Coworking-Spaces überprüfen, ob sich die Tür hinter ihm geschlossen hat. Von innen muss stets ein sicherer Ausgang möglich sein.

Falls sich die Tür nicht automatisch verriegelt, legen Sie klar fest, dass der letzte Nutzer den Raum abschließt und was er vor dem Verlassen überprüfen muss. Nehmen Sie diese Regel in die Nutzungsbedingungen auf und bringen Sie sie auch am Ausgang an.

Worauf sollte der Coworking-Manager regelmäßig achten?

Die tägliche Routine sollte vor allem Dinge umfassen, die sich direkt auf die Arbeit der Mitglieder auswirken:

- Überprüfen Sie die täglichen Reservierungen, Besichtigungen, Veranstaltungen und die Ankunft neuer Mitglieder,
- achten Sie auf die Sauberkeit der Arbeitsbereiche, der Küche und der Sanitäranlagen,
- Toilettenpapier, Handseife, Spülmittel und andere Grundvorräte rechtzeitig auffüllen,
- überprüfen Sie, ob die gemeinschaftlich genutzte Ausstattung an ihrem Platz ist,
- beheben Sie gemeldete Störungen und andere Probleme.

Überprüfen Sie die Reservierungen an jedem Arbeitstag, die Räumlichkeiten und Vorräte hingegen je nach Auslastung ausreichend oft. Wenn Sie nicht jeden Tag im Coworking-Space anwesend sind, bieten Sie den Mitgliedern eine einfache Möglichkeit, mitzuteilen, dass etwas ausgegangen ist oder nicht funktioniert.

Wenn etwas nicht funktioniert

Der Manager kümmert sich um das Problem – von der Meldung bis zur Behebung. Kann er es nicht selbst beheben, ruft er den zuständigen Handwerker, Dienstleister oder Eigentümer der Räumlichkeiten an.

- Bei Gefahr sperrt er die Nutzung der Räumlichkeiten oder der Ausstattung und ruft bei Bedarf die 112 an.
- Dringende Störungen, wie z. B. Probleme mit dem Zugang, dem Internet, dem Strom oder dem Wasser, behebt er sofort und informiert die Mitglieder.
- Kleinere Störungen protokolliert er und behebt sie umgehend, bevor sie zu einem größeren Problem werden.
- Er bewahrt die Kontaktdaten von Handwerkern, Dienstleistern und anderen Personen, die er bei Problemen anrufen kann, an einem Ort auf.
- Er überprüft, ob das Problem tatsächlich behoben wurde.

Wenn der letzte Nutzer geht

Falls der Coworking-Manager die Räumlichkeiten nicht täglich abschließt, weisen Sie die Mitglieder deutlich und wiederholt darauf hin, dass der letzte Nutzer für das Abschließen verantwortlich ist. Erläutern Sie diese Regel bereits bei der ersten Ankunft, wiederholen Sie sie gelegentlich im gemeinsamen Kommunikationskanal und bringen Sie beim Verlassen der Räumlichkeiten einen kurzen Hinweis an:

- Überprüfen Sie, ob sich noch jemand im Raum befindet.
- Schließen Sie die Fenster.
- Schalten Sie das Licht und Geräte aus, die nicht eingeschaltet bleiben dürfen.
- Überprüfen Sie die Küche und drehen Sie die Wasserhähne zu.
- Schließen Sie die Türen ab bzw. überprüfen Sie, ob sie sich automatisch verriegelt haben.
- Schalten Sie die Alarmanlage ein, falls diese im Coworking-Space vorhanden ist.

Der Hinweis sollte am Ausgang angebracht sein, wo er vom letzten Nutzer nicht übersehen werden kann, und nicht nur auf der fünften Seite der Nutzungsbedingungen.

Za vodenje manjšega coworkinga ni treba postati finančni strokovnjak.

Zahlen

Um ein kleineres Coworking zu leiten, muss man kein Finanzexperte sein. Man muss jedoch wissen, woher das Geld kommt, wohin es fließt und ob das Coworking seine Ziele erreicht. Für den Anfang reichen eine Übersicht über Einnahmen und Ausgaben sowie einige aussagekräftige Leistungskennzahlen aus.

Einnahmen

Teilen Sie die Einnahmen danach auf, wie verlässlich man sich auf sie verlassen kann.

Regelmäßige Einnahmen	Gelegentliche Einnahmen
monatliche Mitgliedsbeiträge	Tageskarten
Langfristige Vermietung von Räumlichkeiten	Einmalige Raumreservierungen
vereinbarte Beiträge von Stammnutzern oder Partnern	zusätzliche Dienstleistungen auf Bestellung
bestätigte öffentliche Finanzierung für einen vereinbarten Zeitraum	einmalige Projektmittel oder sonstige Mittel

Ein und dieselbe Einnahmequelle kann regelmäßig oder gelegentlich sein. Die wöchentliche Anmietung eines Besprechungsraums für sechs Monate stellt eine regelmäßige Einnahme dar, eine einmalige Buchung hingegen nicht. Berücksichtigen Sie im Finanzplan nur bestätigte bzw. realistisch zu erwartende Einnahmen. Ein eingereicherter Projektantrag stellt noch keine Einnahme dar.

Planen Sie die Einnahmen nicht so, als wären alle Tische vom ersten Tag an belegt. Gehen Sie von einer realistisch zu erwartenden Auslastung aus.

Wenn der Großteil der Einnahmen von einem einzigen Mitglied, Partner oder Geldgeber stammt, prüfen Sie, was passiert, wenn diese Finanzierung ausläuft.

Kosten

Es ist einfacher, Kosten zu planen, wenn man sie in Anlaufkosten, Fixkosten und variable Kosten unterteilt.

Anfangskosten	Fixkosten	Variable Kosten
Einrichtung und Anpassung der Räumlichkeiten	Miete bzw. Kosten für die Nutzung der Räumlichkeiten	Strom, Heizung und Wasser
Möbel und Grundausstattung	Internet und Software	Verbrauchsmaterial
Einrichtung des Netzwerks und des Zugangs	Buchhaltung und Versicherungen	zusätzliche Reinigung
Beschilderung, Website und anfängliche Werbung	regelmäßige Reinigung	Kosten für Veranstaltungen und Zusatzleistungen
eventuelle Kautionen und Eröffnungskosten	Tätigkeit des Coworking-Managers	gelegentliche Werbeaktionen

Einzelne Kosten können je nach Vereinbarung fest oder variabel sein. Die monatliche Pauschale für die Reinigung ist eine feste Kostenposition, die zusätzliche Reinigung nach einer Veranstaltung hingegen eine variable.

Vergessen Sie nicht die Arbeitskosten des Coworking-Managers, auch wenn dieser nicht fest angestellt ist oder zu Beginn nur wenige Stunden pro Woche arbeitet. Berücksichtigen Sie den Zeitaufwand für Verwaltung, Mitgliederbetreuung, Pflege der Räumlichkeiten, Vertrieb und den Aufbau der Community. Ein Coworking-Space kann eine Zeit lang durch Enthusiasmus am Laufen gehalten werden, doch von gutem Willen allein lässt sich langfristig kein Unternehmen führen.

Reparaturen und der Austausch von Ausrüstung fallen nicht jeden Monat an, sind aber zu erwarten. Planen Sie nach Möglichkeit in Ihrem Monatsplan eine kleine Reserve für Instandhaltung und unvorhergesehene Kosten ein.

Zur Unterstützung bei der Planung und Überwachung der Finanzen Ihres Coworking-Space steht Ihnen ein [Excel-Dokument](#) zur Verfügung. Passen Sie es an Ihre Arbeitsweise an und ergänzen Sie es bei Bedarf. Das Dokument ersetzt keine offiziellen Buchhaltungsunterlagen.

Wichtige Leistungskennzahlen

In einem Coworking-Space lässt sich fast alles messen. Spezielle Plattformen können mit wenigen Klicks so viele Berichte erstellen, dass der Coworking-Manager schnell zum Analytiker wird und die Arbeit mit den Mitgliedern zu seinem Nebenprojekt wird. Das ist natürlich nicht das Ziel.

Daten sind dann nützlich, wenn sie auf ein Problem hinweisen und dabei helfen, den nächsten Schritt zu wählen. Wenn die Auslastung sinkt, müssen das Angebot, die Preise oder die Werbung überprüft werden. Wenn ein Mitglied den Raum immer seltener nutzt, ist es Zeit für ein Gespräch. Wenn die Kosten schneller steigen als die Einnahmen, muss der Finanzplan angepasst werden. Ein Bericht, der zu keiner Entscheidung führt, ist nur eine schön aufbereitete Datei.

Der Erfolg eines Coworking-Spaces lässt sich anhand der Einnahmen, des Anteils der wiederkehrenden Einnahmen, der Kostendeckung und des Umsatzes pro Mitglied messen. Außerdem lassen sich die Nutzung von Schreibtischen und Besprechungsräumen, die täglichen Besucherzahlen, Reservierungen, Anfragen sowie deren Umwandlung in Mitgliedschaften verfolgen. Wie gesund die Gemeinschaft ist, lässt sich besser anhand der Anzahl der aktiven Mitglieder, der Dauer der Mitgliedschaft, der Austritte, der Zufriedenheit, der Teilnahme an Veranstaltungen und der Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedern beurteilen.

Für ein kleineres Coworking-Space reichen zu Beginn drei Kennzahlen aus:

- **das Geschäftsergebnis**, das zeigt, ob es langfristig möglich ist, die Türen offen zu halten;
- **die Auslastung des Coworking-Spaces**, die angibt, wie viele feste Arbeitsplätze tatsächlich belegt sind;
- und **die Zufriedenheit der Mitglieder**, die zeigt, wie die Mitglieder den Raum, das Angebot und die Gemeinschaft erleben.

Betriebsergebnis

= Einnahmen – Kosten. Ein Plus ist nicht nur eine schönere Farbe in der Tabelle. Es schafft eine Reserve für Reparaturen, neue Ausstattung und die Weiterentwicklung des Coworking-Spaces.

Nicht alle Coworking-Spaces werden mit dem Ziel gegründet, Gewinn zu erzielen. Einige dienen in erster Linie der Förderung des Unternehmertums, der Telearbeit, der Vernetzung von Menschen oder der Entwicklung des lokalen Umfelds, weshalb ein Teil ihrer Kosten gezielt von den Gründern, Partnern oder anderen Finanzierungsquellen gedeckt wird.

Unabhängig vom Modell ist ein Plus immer willkommen. Fehlt es, muss das Minus zumindest mit einer Erklärung, einem Plan und einer bekannten Finanzierungsquelle untermauert sein.

Auslastung des Coworking-Spaces

= vermietete Festplätze / alle Festplätze × 100.

Die Auslastung zeigt, wie viel Prozent der festen Arbeitsplätze tatsächlich vermietet sind. Bei kleinen Coworking-Spaces ist es sinnvoll, nur feste Arbeitsplätze zu erfassen, da bei diesen der Status „vermietet“ oder „nicht vermietet“ eindeutig ist. Verfolgen Sie die Nutzung von flexiblen Arbeitsplätzen und Besprechungsräumen separat – in Tagen bzw. Stunden der

Nutzung je nach Verfügbarkeit. Ein gemeinsamer Prozentsatz würde Äpfel, Birnen und einen Besprechungsraum miteinander vergleichen.

Bei einer geringen Anzahl von Tischen kann bereits eine einzige Ankunft oder ein einziger Abgang die Auslastung um zehn oder mehr Prozentpunkte verändern. Beobachten Sie daher den Trend über mehrere Monate hinweg und notieren Sie neben dem Prozentsatz auch das tatsächliche Verhältnis, zum Beispiel „6 von 10 Tischen“.

Eine geringe Auslastung ist nicht unbedingt ein Fehler, aber ein Anhaltspunkt zum Nachdenken: Braucht das Coworking-Space mehr Zeit, mehr Werbung, ein anderes Angebot oder einfach weniger feste Tische?

Zufriedenheit der Mitglieder

Sie können sie ganz einfach messen – mit einer kurzen Umfrage, durch gelegentliche informelle Gespräche oder indem Sie Lob und Anmerkungen festhalten.

Die Zufriedenheit ist ein sogenannter Frühindikator: Sie sinkt in der Regel schon, bevor sich dies auf die Mitgliederbindung oder den Umsatz auswirkt. Niemand kündigt seine Mitgliedschaft an dem Tag, an dem er zum ersten Mal unzufrieden ist – bis es soweit ist, haben Sie bereits die Gelegenheit verpasst, etwas zu verbessern. Genau deshalb ist sie als Ergänzung zu anderen Kennzahlen nützlich, auch wenn Sie sie weniger formell und weniger regelmäßig messen als Zahlen.

Achten Sie nur darauf, dass die Umfragen kurz, anonym und nicht zu häufig sind.

AHA-MOMENT

Der Erfolg einer Community lässt sich nicht allein an der Auslastung messen. Wichtig ist auch, ob die Mitglieder Fortschritte machen, sich vernetzen und sich gegenseitig helfen.

The background is a solid red color. It features several large, overlapping, semi-transparent organic shapes in a lighter shade of red. A thin white line forms a large, irregular loop in the upper left quadrant. In the upper right, there is a vertical column of five small white dots. In the lower center, there is a cluster of approximately 15 small white dots arranged in a circular pattern. The word "GEMEINSCHAFT" is written in a bold, white, sans-serif font across the middle of the image.

GEMEINSCHAFT

Eine Gemeinschaft ist keine Gruppe von Menschen mit demselben Zugangscodex. Gemeinsame Tische, schnelles Internet und Kaffee bringen Menschen zwar in denselben Raum, verbinden sie aber noch nicht miteinander. Eine Gemeinschaft entsteht erst, wenn die Mitglieder wissen, wer neben ihnen arbeitet, den Mut haben, aufeinander zuzugehen, und das Gefühl haben, dass sie im Coworking nicht nur eine Nummer auf der Rechnung sind.

Das bedeutet nicht, dass alle Freunde werden oder jede Veranstaltung besuchen müssen. Der Coworking-Manager schafft Gelegenheiten für natürliche Kontakte: Er empfängt neue Mitglieder persönlich, stellt Menschen mit ähnlichen Interessen vor, sorgt für klare Kommunikation und bemerkt, wenn jemand Hilfe braucht oder sich im Raum nicht wohlfühlt.

Auf dem Land ist das besonders wichtig. Es gibt weniger potenzielle Nutzer, und persönliche Empfehlungen haben großes Gewicht. Ein zufriedenes Mitglied kommt nicht nur wieder, sondern kann auch das nächste mitbringen.

Der Aufbau einer Gemeinschaft ist daher keine Aufgabe, die man einmal erledigen und dann abhaken kann. Selbst Mitglieder, die jeden Tag an benachbarten Tischen sitzen, werden oft nicht von selbst miteinander in Kontakt treten. Der Coworking-Manager muss immer wieder nach natürlichen Gelegenheiten suchen, um sie einander vorzustellen, zu gemeinsamen Aktivitäten einzuladen oder sie aufgrund eines konkreten Bedarfs bzw. eines gemeinsamen Interesses miteinander zu vernetzen. Dabei braucht er Einfallsreichtum, Ausdauer und ein Gespür dafür, wann er Menschen ein wenig anregen und wann er sie in Ruhe lassen sollte.

Die ersten 30 Tage als Mitglied

Die Eingliederung eines neuen Mitglieds ist nicht abgeschlossen, sobald die Karte funktioniert und er das WLAN-Passwort kennt. Am ersten Tag lernt er die Räumlichkeiten kennen, in den ersten Wochen dann die Menschen, die Gewohnheiten und die Möglichkeiten, die das Coworking bietet.

Der erste Tag

Empfangen Sie das neue Mitglied persönlich und stellen Sie ihm ein oder zwei Mitglieder vor, mit denen es gemeinsame Interessen, ein ähnliches Arbeitsgebiet oder einen konkreten Grund für den Kontakt hat. Erklären Sie bei der Vorstellung auch, warum Sie die beiden miteinander in Kontakt bringen:

„Anna, das ist Lukas. Beide arbeiten mit lokalen Tourismusanbietern zusammen, deshalb dachte ich, es wäre sinnvoll, sich kennenzulernen.“

Er muss ihm nicht in den ersten fünf Minuten alle Anwesenden vorstellen. Zwei gut durchdachte Kontakte sind nützlicher als zehn Namen, die er schon vergessen hat, bevor er sich einen Kaffee gekocht hat.

Fügen Sie ihn dem ausgewählten Kommunikationskanal hinzu, erklären Sie ihm dessen Zweck und weisen Sie ihn auf das nächste Treffen, die nächste Veranstaltung oder eine andere Gelegenheit hin, die anderen Mitglieder kennenzulernen.

Die erste Woche

Fragen Sie ihn nach einigen Besuchen kurz:

- Wie kommen Sie zurecht?
- Passen die Arbeitsweise und der gewählte Arbeitsplatz zu Ihnen?
- Gibt es etwas, das Sie vermissen oder das Ihnen Schwierigkeiten bereitet?
- Wäre der Kontakt zu jemandem aus dem Coworking oder der lokalen Umgebung hilfreich für Sie?

Das Gespräch sollte kurz und ungezwungen sein. Wenn Sie die Möglichkeit für eine nützliche Verbindung erkennen, warten Sie nicht auf die nächste organisierte Veranstaltung. Stellen Sie die beiden Mitglieder persönlich vor oder fragen Sie beide, ob Sie ihre Kontaktdaten weitergeben dürfen.

Der erste Monat

Führen Sie bis zum Ende des ersten Monats noch ein kurzes Gespräch. Finden Sie heraus, was dem Mitglied nützt, was ihm fehlt und ob das gewählte Paket noch zu seiner Nutzung passt. Notieren Sie wichtige Bedürfnisse und vereinbarte nächste Schritte und setzen Sie diese auch um.

Nach den ersten 30 Tagen sollte das Mitglied:

- wissen, an wen er sich bei Fragen oder Problemen wenden kann,
- die Kommunikationskanäle des Coworking-Spaces kennen,
- mindestens einige andere Mitglieder kennen,
- eine Einladung zu einer gemeinsamen Aktivität erhalten,
- mindestens einen Kontakt erhalten, der für ihn nützlich sein kann.

Dreißig Tage sind keine strenge Frist. Für ein Mitglied, das einmal pro Woche kommt, bedeutet das nur vier Besuche. Passen Sie den Rhythmus der Einbindung daher an die tatsächliche Nutzung des Coworking-Spaces an, nicht an den Kalender.

Regeln und Kommunikation

Eine Gemeinschaft ohne Regeln versinkt früher oder später im Chaos. Ein Mitglied telefoniert laut, während ein anderes versucht, konzentriert zu arbeiten, in der Küche stapelt sich schmutziges Geschirr, und der Besprechungsraum ist doppelt gebucht. Für ein kleineres Coworking-Space brauchen Sie kein dickes Regelwerk. Sie brauchen ein paar klare Regeln und eine zuverlässige Methode, diese den Mitgliedern zu vermitteln.

Grundregeln für das Zusammenleben

Die Regeln sollten darauf abzielen, konkrete, immer wiederkehrende Situationen zu regeln. In der Praxis treten die meisten Reibungspunkte in drei Bereichen auf.

- **Lärm und Störungen bei der Arbeit.** Legen Sie fest, wo Ruhe erwartet wird und wo Geselligkeit und Gespräche in Ordnung sind (Küche, Terrasse, vielleicht eine separate Ecke). Telefon- und Videoanrufe sollten in einer Telefonzelle, im Besprechungsraum oder in einer dafür vorgesehenen Ecke stattfinden. Untermauern Sie die Regeln auch durch Ihr eigenes Vorbild. Wenn der Coworking-Manager im Arbeitsbereich laute Telefonate führt, wird es schwierig sein, von den Mitgliedern etwas anderes zu erwarten.
- **Küche und Gemeinschaftsräume.** Die Grundregel ist einfach: Jeder räumt hinter sich auf. Gut bewährt hat sich auch einmal im Monat eine „große Kühlschrankreinigung“, bei der alles Unbeschriftete und alte Lebensmittel einfach weggeworfen werden – die Mitglieder gewöhnen sich schnell daran, ihre Lebensmittel zu beschriften, wenn sie wissen, dass sie sonst verschwinden.
- **Raumreservierungen.** Wer darf einen Besprechungsraum oder einen Veranstaltungssaal reservieren, wie lange im Voraus, gibt es eine zeitliche Begrenzung, und was passiert, wenn jemand eine Reservierung nicht storniert, sie aber nicht nutzt?

AHA-MOMENT

Es ist besser, etwas länger nach dem richtigen Mitglied zu suchen, als jemanden nur aufzunehmen, um den Tisch zu füllen. Klare Regeln helfen nur, wenn man sich auch daran hält.

Beginnen Sie mit den Grundregeln und ergänzen Sie diese dann, wenn sich ein tatsächlicher Bedarf ergibt. Informieren Sie die Mitglieder über jede Änderung. Wenn ein einzelnes Mitglied gegen eine Regel verstößt, sprechen Sie mit ihm, nicht mit der gesamten Gruppe. Eine allgemeine Ermahnung wegen nicht weggeräumtem Geschirr wird in der Regel gerade von denen am aufmerksamsten gelesen, die es ohnehin schon wegräumen.

Kommunikationskanäle mit den Mitgliedern

Genauso wichtig wie die Regeln ist es, dass die Mitglieder wissen, wo und wie sie sich über Neuigkeiten, Änderungen oder Veranstaltungen informieren können – und wo sie selbst etwas mitteilen oder fragen können.

Wählen Sie für die laufende Kommunikation einen Kanal, den die meisten Mitglieder bereits nutzen. In einem kleineren Coworking-Space kann dies eine Gruppe auf Viber oder WhatsApp sein. Dort gehören tägliche Benachrichtigungen, Einladungen, kurze Fragen und informelle Kommunikation zwischen den Mitgliedern hin.

Legen Sie den Zweck der einzelnen Kanäle klar fest:

Kanal	Zweck
Viber oder WhatsApp	Aktuelle Benachrichtigungen, Einladungen und Kommunikation innerhalb der Community.
E-Mail	Verträge, Rechnungen, persönliche Nachrichten und wichtige Änderungen.
Buchungskalender	Reservierungen von Räumlichkeiten und Ausrüstung.
Telefon oder SMS	Dringende Probleme mit dem Zugang, der Sicherheit oder dem Betrieb der Räumlichkeiten.
Anschlagtafel	Veranstaltungen, Zeitpläne und Erinnerungen, die für den Raum relevant sind.

Der Coworking-Manager sollte bei der gewählten Vorgehensweise bleiben. Wenn ein Mitglied eine Reservierung im Gruppenchat sendet, leiten Sie es freundlich zum Reservierungssystem weiter. Wenn Sie jede Ausnahme akzeptieren, wird die Ausnahme schnell zur neuen Vorgehensweise.

Führen Sie Slack nur ein, wenn die Mitglieder es bereits bei ihrer Arbeit nutzen. E-Newsletter eignen sich eher für gelegentliche Mitteilungen an die breitere Gemeinschaft als für die tägliche Kommunikation mit den Mitgliedern.

Jeder eingerichtete Kanal muss überwacht werden; eröffnen Sie daher nicht mehr Kanäle, als Sie bewältigen können. Das Schwarze Brett ist ein guter Ersatzkanal für Informationen innerhalb der Community. Bei dringenden oder wichtigen Änderungen informieren Sie die betroffenen Mitglieder jedoch direkt, da selbst die lebhafteste Gruppe einmal still sein kann.

Der minimale Rhythmus der Community

Eine Community entsteht nicht durch ein einziges spektakuläres Ereignis pro Jahr, sondern durch kleine, wiederkehrende Momente, in denen sich die Mitglieder kennenlernen und den Raum als ihren eigenen wahrnehmen. Dafür brauchen Sie kein großes Budget oder einen umfangreichen Veranstaltungskalender – Sie brauchen vor allem Beständigkeit. Etwas Einfaches, das regelmäßig stattfindet und auf das sich die Mitglieder verlassen können, ist mehr wert als ein gelegentliches, aufwendiges Event, mit dem niemand rechnet.

Warum ist der Rhythmus wichtig?

Mitglieder, die Seite an Seite arbeiten, lernen sich nicht automatisch kennen. Ohne Gelegenheiten für informelle Gespräche kann Coworking nur eine gemeinsame Büronutzung bleiben – jeder kommt, arbeitet mit Kopfhörern auf den Ohren und geht wieder, ohne mehr als eine Begrüßung auszutauschen. Regelmäßige, kleine Momente des Zusammenseins ändern das, ohne von irgendjemandem viel Zeit oder Mühe zu verlangen.

Ebenso wichtig ist es, dass auch Sie selbst diesen Rhythmus wahrnehmen – regelmäßiger Kontakt mit den Mitgliedern gibt Ihnen Aufschluss darüber, wie sie sich tatsächlich in den Räumlichkeiten fühlen, noch bevor sich dies in Form von Beschwerden oder einer Kündigung der Mitgliedschaft äußert.

Beispiele für Veranstaltungen

Passen Sie den Rhythmus an die Anzahl der Mitglieder, deren Zeitplan und Ihre eigenen Möglichkeiten an. Hier einige bewährte Beispiele:

- **Der Morgenkaffee.** Zu einer festgelegten Uhrzeit (zum Beispiel zwischen 9:00 und 9:30 Uhr) stehen Sie im Gemeinschaftsraum für ein Gespräch zur Verfügung. Es ist nicht verpflichtend, es ist nicht formell – wer kommt, kommt. Allein die Tatsache, dass der Zeitplan feststeht, lässt die Mitglieder wissen, wann sie mit einer Gelegenheit zum Gespräch rechnen können.
- **Wöchentlicher Gruß oder Überblick.** Eine kurze Nachricht in der Gruppe zur laufenden Kommunikation zu Beginn der Woche – was diese Woche ansteht, wer neu dabei ist, worauf sie achten sollten. Das Schreiben dauert nur fünf Minuten, aber die Mitglieder wissen, dass sich jemand um den Überblick über das Geschehen kümmert.
- **Monatliches Mittagessen oder Kaffee.** Einmal im Monat ein gemeinsames Mittagessen, eine kleine Mahlzeit oder einen Kaffee, möglichst immer am selben Tag (zum Beispiel am ersten Donnerstag im Monat), damit sich die Mitglieder das im Voraus merken können. Es muss nichts Besonderes vorbereitet werden – es reicht, wenn man sich Zeit und Raum nimmt.
- **Vorstellung eines neuen Mitglieds.** Wenn ein neues Mitglied beitrifft, stellen Sie es den anderen kurz vor – in der Kommunikationsgruppe, am Schwarzen Brett oder persönlich beim Morgenkaffee. Eine einfache Geste, die dem neuen Mitglied den Einstieg erleichtert und den bestehenden Mitgliedern zeigt, wer gerade dazugekommen ist.

Der Coworking-Manager kündigt das Ritual nicht nur an und kocht Kaffee. Er lädt neue und eher zurückhaltende Mitglieder persönlich ein, bringt das Gespräch in Gang und stellt die Leute mit einem guten Grund vor. „Anna sucht einen Fotografen, und Michael beschäftigt sich mit Fotografie. Darf ich euch die Kontaktdaten weitergeben?“ ist sinnvoller als „Ihr beiden solltet euch kennenlernen.“

Regelmäßiger Kontakt ermöglicht es dem Manager zudem, Unzufriedenheit, Veränderungen in der Raumnutzung oder Probleme unter den Mitgliedern rechtzeitig zu erkennen. Ein kurzes Gespräch beim Kaffee sagt oft mehr aus als eine Umfrage, die erst dann verschickt wird, wenn bereits etwas schiefgelaufen ist.

Wählen Sie den Termin entsprechend der tatsächlichen Anwesenheit der Mitglieder. Ein Plausch am Freitagnachmittag macht wenig Sinn, wenn der Coworking-Space freitags leer ist. Verknüpfen Sie das Ritual mit einer bestehenden Routine, zum Beispiel mit der wöchentlichen Kalenderüberprüfung oder einem festen Termin am ersten Donnerstag im Monat. So wird es Teil der Coworking-Leitung und nicht nur eine weitere Aufgabe auf einer ohnehin schon vollen To-do-Liste.

Für Rituale brauchen Sie weder Bewirtung noch externe Referenten oder ein spezielles Budget. Oft reichen Kaffee, ein gemeinsamer Tisch und die Aufmerksamkeit des Managers aus. Mit der Zeit können auch die Mitglieder die Zubereitung des Mittagessens, eine Präsentation oder einen anderen Teil des Beisammenseins übernehmen.

Für den Anfang reichen ein wöchentlicher Kontakt und ein monatliches Beisammensein aus. Behalten Sie nach drei Monaten das bei, was die Mitglieder tatsächlich nutzen, und passen Sie den Rest an oder streichen Sie ihn. Wenn niemand an einem Ritual teilnimmt, ist das kein persönlicher Misserfolg, sondern eine ziemlich klare Erkenntnis.

Werbung und Gewinnung neuer Nutzer

Werbung bedeutet nicht, schöne Fotos von leeren Tischen zu veröffentlichen. Ihre Aufgabe ist es, dass die richtigen Menschen das Coworking finden, verstehen, warum es ihnen nützen würde, und es so einfach wie möglich ausprobieren können. In einem kleineren Umfeld sind Vertrauen, lokale Bekanntheit und persönliche Empfehlungen oft wichtiger als ein großes Werbebudget.

Legen Sie zunächst fest, wen Sie ansprechen möchten. Das können Remote-Mitarbeiter, Selbstständige, kleinere Unternehmen oder Menschen sein, die zu Hause keine geeigneten Arbeitsbedingungen haben. Wenn Sie alle ansprechen, spricht Ihre Botschaft in der Regel niemanden an.

Grundlegende Sichtbarkeit

Sorgen Sie dafür, dass man Sie findet. Für den Anfang reichen eine übersichtliche Website oder Landingpage, ein gepflegtes Google-Profil und ein Social-Media-Kanal, den Sie regelmäßig pflegen können. Veröffentlichen Sie die Adresse, Fotos der Räumlichkeiten, Ihr Angebot, Preise bzw. einen Link zur Preisliste, Anfahrtsmöglichkeiten und klare Kontaktdaten. Fünf halb vernachlässigte Profile sind keine bessere Werbung als ein gut gepflegtes Profil.

Sagen Sie konkret, was Sie anbieten. Das Wort „Coworking“ allein reicht oft nicht aus. „Ein ruhiger Arbeitsplatz mit zuverlässigem Internet,

den man tage- oder monatsweise mieten kann“ sagt mehr aus als „innovativer Treffpunkt der Kreativität“. Zeigen Sie den tatsächlichen Raum, die Mitglieder und das Geschehen, holen Sie jedoch vor der Veröffentlichung von Fotos oder Geschichten, auf denen Personen erkennbar sind, deren Einwilligung ein.

Sorgen Sie auch für physische Sichtbarkeit. Am Gebäude sollte neben dem Namen deutlich angegeben sein, dass es sich um ein Coworking-Space handelt, und die Angaben auf Online-Karten sollten korrekt sein. Wenn Sie Tageskarten für Besucher anbieten, prüfen Sie auch die Möglichkeiten einer Veröffentlichung in lokalen Reise- oder Geschäftsführern.

Empfehlungen bestehender Mitglieder

Die wertvollste Werbung ist oft die, die man nicht kaufen kann: die Empfehlung eines zufriedenen Mitglieds. Fragen Sie Ihre Mitglieder, ob sie jemanden kennen, der von einem Coworking-Space profitieren könnte, und senden Sie ihnen eine kurze Beschreibung oder einen Link, den sie einfach weiterleiten können.

Wenn ein Mitglied einen neuen Nutzer mitbringt, bedanken Sie sich bei ihm. Ein Rabatt oder eine finanzielle Belohnung ist nicht unbedingt erforderlich. Oft reichen ein persönliches Dankeschön, ein Kaffee oder eine andere kleine Aufmerksamkeit aus.

Erleichtern Sie den ersten Schritt

Eine Besichtigung, ein Schnuppertag, ein Tag der offenen Tür oder die Teilnahme an einer lokalen Veranstaltung ermöglichen es den Menschen, den Raum zu erleben und nicht nur darüber zu lesen. Der Besucher sollte immer klare Informationen über das Angebot, den Preis, den Kontakt und den nächsten Schritt erhalten. Die Begeisterung nach der Veranstaltung lässt schnell nach, wenn niemand erklärt, wie man wiederkommen kann.

Beantworten Sie Anfragen zügig und senden Sie nach dem Besuch eine kurze Nachricht mit dem am besten geeigneten Mitgliedschaftsangebot. Das Interesse kühlt schneller ab als Kaffee.

Lokale Kanäle

Bieten Sie der lokalen Zeitung, dem Radio, der Gemeinde bzw. der lokalen Verwaltung sowie Entwicklungsorganisationen selbst eine Geschichte an. „Wir haben ein Coworking eröffnet“ ist nur einmal eine Neuigkeit. Eine Geschichte über ein Mitglied, eine Zusammenarbeit oder einen konkreten Einfluss auf das lokale Umfeld ist auch später noch interessant.

Finden Sie heraus, welchen lokalen Gruppen in den sozialen Netzwerken die Menschen tatsächlich folgen. Eine lokale Facebook-Gruppe kann nützlicher sein als eine neue Unternehmensseite, während Instagram vor allem den Raum, die Menschen und die Atmosphäre zeigt. Posten Sie dort, wo sich potenzielle Nutzer aufhalten, und nicht dort, wo sie laut allen Ratgebern sein sollten.

Vernetzen Sie sich auch mit lokalen Arbeitgebern, Unternehmen, Bibliotheken, Hilfsorganisationen, Unterkünften und Gastronomiebetrieben. Eine gute gegenseitige Werbung kommt beiden Seiten zugute und kostet in der Regel vor allem ein paar Gespräche.

Fragen Sie bei jeder Anfrage: „Wie haben Sie von uns erfahren?“ Tragen Sie die Quelle, die Besichtigung oder den Schnupperbesuch sowie das Endergebnis in ein einfaches Verzeichnis ein. Überprüfen Sie einmal im Monat, welche Kanäle tatsächlich neue Nutzer bringen. Likes sind schön und gut, aber sie besetzen noch keinen einzigen Tisch.

Veranstaltungen und Workshops mit einem bestimmten Ziel

Eine Veranstaltung sollte nicht nur deshalb im Kalender stehen, weil es „wieder mal Zeit ist, etwas zu organisieren“. Jede Veranstaltung erfordert Zeit, Energie und oft auch Geld. Fragen Sie sich daher vor der Organisation, was Sie damit erreichen möchten. Davon hängt ab, wen Sie einladen, wie Sie die Veranstaltung bewerben und woran Sie ihren Erfolg messen.

Offene Veranstaltungen richten sich nicht nur an bestehende Mitglieder. Sie locken auch Menschen in den Coworking-Space, die ihn noch nicht kennen, und ermöglichen es ihnen, ihn kennenzulernen, ohne sich sofort für eine Mitgliedschaft entscheiden zu müssen.

Zweck	Beispiel für eine Veranstaltung	So erkennen Sie den Erfolg
Gewinnung neuer Nutzer	Praktischer Workshop, Tag der offenen Tür	Besichtigungen, Schnuppertage und neue Mitgliedschaften
Bekanntheit und neue Partnerschaften	öffentlicher Vortrag, Unternehmerfrühstück, Podiumsdiskussion	neue Kontakte und weitere Kooperationen
Zusätzliche Einnahmen	Kostenpflichtiger Workshop, Vermietung von Räumlichkeiten mit organisatorischer Unterstützung	Einnahmen nach Abzug der Kosten

Eine Veranstaltung kann mehrere Effekte haben, sollte aber einen Hauptzweck verfolgen. Wenn Sie nicht kurz zusammenfassen können, an wen sie sich richtet und was die Teilnehmer danach tun sollen, ist die Veranstaltung noch nicht gut durchdacht.

Vor der Veranstaltung sollte der Coworking-Manager die Teilnehmer begrüßen, das Coworking kurz vorstellen und ihnen die Möglichkeit geben, die Räumlichkeiten zu erleben. Zeigen Sie ihnen Arbeitsplätze, Besprechungsräume oder andere Dienstleistungen, die ihren Bedürfnissen ent-

AHA-MOMENT

Coworking wird von vielen Leuten nicht abgelehnt. Sie wissen nur einfach nicht, was es ist und warum sie es nutzen sollten. Deshalb müssen sie es erst einmal verstehen oder selbst erleben.

sprechen. Laden Sie sie am Ende zu einem konkreten nächsten Schritt ein, zum Beispiel zu einer Besichtigung, einem Probetag oder einem Gespräch über eine Mitgliedschaft.

Bedanken Sie sich nach der Veranstaltung so schnell wie möglich bei den Teilnehmern, senden Sie ihnen die versprochenen Unterlagen zu und wiederholen Sie die Einladung. Halten Sie wichtige Kontakte und Vereinbarungen im CRM fest.

Wählen Sie ein konkretes und nützliches Thema

Finden Sie Themen in Gesprächen mit Mitgliedern, potenziellen Nutzern und lokalen Partnern. Anstelle eines allgemeinen Vortrags über digitales Marketing organisieren Sie einen Workshop zum Thema „So richten Sie ein Unternehmensprofil bei Google ein“.

Beziehen Sie bei der Durchführung Mitglieder und lokale Experten mit ein. Diese können Inhalte, Werbung, das Publikum oder die Verpflegung beisteuern. Legen Sie jedoch im Voraus fest, wer die Kosten übernimmt, die Anmeldungen sammelt, mit den Teilnehmern kommuniziert und das Coworking vorstellt. Wenn der Partner den Raum füllt, alle Kontakte mitnimmt und die gesamte Anerkennung erhält, hat der Coworking-Space im Grunde nur kostenlos die Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt.

Messen Sie den Erfolg nicht nur an der Teilnehmerzahl. Acht echte Besucher, von denen zwei einen Besichtigungstermin vereinbaren, sind für das Coworking wertvoller als ein vollbesetzter Saal mit Menschen, die nie wiederkommen.

Beginnen Sie mit einer geringeren Anzahl gut vorbereiteter Veranstaltungen. Wiederholen Sie Formate, die Ergebnisse bringen, und lassen Sie andere ohne schlechtes Gewissen fallen. Ein Coworking-Manager braucht keinen vollen Kalender, sondern Veranstaltungen, die einen Daseinsgrund haben.

Lokale Akteure

In der Stadt ist Coworking nur eines von vielen Angeboten. Auf dem Land ist es oft das einzige in der weiteren Umgebung – was bedeutet, dass Sie nicht nur ein Anbieter von Arbeitsplätzen sind, sondern Teil der lokalen Infrastruktur, auf die sich die Gemeinde, Unternehmen und andere Organisationen stützen können. Gute Beziehungen zum lokalen Umfeld sind kein bloßer Nebeneffekt Ihrer Arbeit, sondern entscheiden oft darüber, ob der Coworking-Space langfristig überleben wird – davon können Ihre Sichtbarkeit, der Zugang zu Mitteln und sogar der Fortbestand der Räumlichkeiten, in denen Sie tätig sind, abhängen.

Ein lokaler Partner ist nicht nur ein Logo auf einem Plakat, sondern eine Organisation, mit der das Coworking-Projekt konkret etwas auf die Beine stellt.

Lokaler Akteur	Was er beitragen kann	Was er davon hat
Gemeinde oder Ortsgemeinde	Werbung, Räumlichkeiten, Finanzierung und Kontakte zu den Bürgern	Dienstleistungen für die Bürger und Unterstützung der lokalen Wirtschaft
Lokale Unternehmen und Unternehmer	Mitglieder, Reservierungen, Inhalte oder Sponsoring	Arbeitsräume, Besprechungen und Schulungen
Entwicklungsagenturen, Kammern und Förderorganisationen	Programme, Berater, Projekte und Teilnehmer	Räumlichkeiten und Zugang zur lokalen Zielgruppe
Vereine, Nicht-regierungsorganisationen und Schulen	Inhalte, Veranstaltungen und neue Besucher	Räumlichkeiten für Besprechungen, Workshops und Schulungen
Tourismusorganisationen und Beherbergungsbetriebe	Werbung bei Besuchern und Weiterempfehlungen durch Nutzer	zusätzliche Dienstleistungen für Gäste und ein attraktiveres Angebot
Andere Coworking-Spaces und Netzwerke	Erfahrungen, Weiterempfehlungen von Nutzern und gemeinsame Projekte	ein breiteres Angebot und Zugang zu neuen Kontakten und Ressourcen

Wie man diese Beziehungen aufbaut und pflegt

Beziehungen zu lokalen Akteuren lassen sich nicht mit einem einzigen Treffen aufbauen, sondern nur durch regelmäßigen, langfristigen Kontakt. Hier einige praktische Ansätze:

- Laden Sie sie in den Coworking-Space ein, noch bevor Sie etwas von ihnen benötigen – auf einen Kaffee, zu einer Besichtigung der Räumlichkeiten oder zu einer Veranstaltung. Es ist einfacher, jemanden um Hilfe zu bitten, der den Ort bereits kennt, als jemanden, der gerade erst zum ersten Mal davon hört, wenn Sie etwas brauchen.
- Teilen Sie regelmäßig kurze Neuigkeiten darüber, was gerade passiert – eine erfolgreiche Veranstaltung, ein neues Mitglied, ein Meilenstein in der Arbeit. Das muss keine offizielle Pressemitteilung sein; eine

kurze Nachricht oder eine E-Mail an wichtige Ansprechpartner reicht aus.

- Seien auch Sie für andere da. Wenn Sie dem Verein mit einem Tagungsraum oder der Gemeinde mit einer benötigten Information helfen können, tun Sie dies, ohne eine sofortige Gegenleistung zu erwarten. Eine gute Beziehung ist wechselseitig und entwickelt sich im Laufe der Zeit.

Schlagen Sie etwas Konkretes vor

Gehen Sie nicht einfach mit der Frage „Hätten Sie Interesse an einer Zusammenarbeit?“ in das Gespräch. Schlagen Sie den nächsten Schritt vor, über den entschieden werden kann:

- Das Unternehmen erwirbt flexible Mitgliedschaften für seine Mitarbeiter,
- die Gemeinde übernimmt eine bestimmte Anzahl von Arbeitstagen für ihre Bürger,
- eine Entwicklungsorganisation führt regelmäßig Beratungen im Coworking-Space durch,
- ein Beherbergungsanbieter bietet seinen Gästen ein Paket mit Nutzung des Coworking-Spaces an,
- ein Verein oder eine Schule organisiert gemeinsam mit dem Coworking-Space einen offenen Workshop.

Ein guter Vorschlag macht deutlich, welchen Beitrag das Coworking-Space leistet, welchen Beitrag der Partner leistet und welchen Nutzen jede Seite daraus zieht.

Die Vereinbarung sollte nicht bei einem netten Treffen bleiben

Legen Sie eine erste gemeinsame Aktivität, einen Termin und die verantwortlichen Personen auf beiden Seiten fest. Vereinbaren Sie außerdem die Kosten, die Werbung, die Nutzung von Logos, die Sammlung von Anmeldungen und den Umgang mit den Kontaktdaten der Teilnehmer.

Eine Partnerschaft bedeutet nicht automatisch die kostenlose Nutzung des Coworking-Spaces. Wenn der Partner keine Raummiete oder Dienstleistungen bezahlt, sollte er einen anderen vergleichbaren Gegenwert beisteuern, zum Beispiel Inhalte, Werbung oder Zugang zur Zielgruppe. Halten Sie Kontakte, Vereinbarungen und die nächsten Schritte im CRM fest.

Einige aktive Partner, die regelmäßig Nutzer vermitteln oder gemeinsam mit dem Coworking-Space ein Programm durchführen, sind wertvoller als eine lange Liste von Organisationen, bei denen nach dem ersten Treffen nichts mehr passiert ist.

AHA-MOMENT

Partner können Geld, Inhalte und Werbung einbringen. Im ländlichen Coworking sind lokale Verbindungen oft wichtiger als ein komplexes Informationssystem.

The background is a solid red color. It features several abstract white elements: a horizontal row of five small dots in the top left; a large, irregular white shape in the upper right; a thin, wavy white line that curves across the middle; and a cluster of small, irregular white shapes in the bottom left. The text is centered and reads:

NEUEN COWORKING- SPACES MIT AUF DEN WEG

Wenn Sie das Handbuch von Anfang bis Ende gelesen haben, wissen Sie wahrscheinlich mehr über die Leitung eines Coworkings als so mancher, der es nur wegen des Kaffees besuchen wird. Das ist ein Vorteil. Das bedeutet jedoch nicht, dass alles, was hier steht, bereits in der ersten Woche umgesetzt werden muss.

Bei der Eröffnung wird wahrscheinlich noch nicht jeder Prozess ausgefeilt sein, der Rhythmus der Gemeinschaft wird noch nicht eingespielt sein und auch die Unterlagen werden vielleicht nicht ganz fehlerfrei sein. Das ist normal. Ein Coworking-Space, der funktioniert, ist nicht der, in dem vom ersten Tag an alles perfekt ist, sondern der, in dem beharrlich daran gearbeitet wird, das zu korrigieren, was nicht funktioniert, und das weiterzuentwickeln, was funktioniert.

Wenn es einen einzigen Gedanken aus diesem Handbuch gibt, den es sich zu merken lohnt, dann diesen: **Ein Coworking-Manager macht den Unterschied zwischen einem Raum mit Tischen und einer Gemeinschaft, in der Menschen gerne sind.** Ausstattung, Software-Tools, Regeln und Abläufe dienen dazu, dem Manager so wenig Zeit wie möglich für Routineaufgaben zu rauben, und nicht dazu, zum Selbstzweck zu werden.

Eine der größten Gefahren bei der Leitung eines Coworking-Spaces besteht darin, dass Reservierungen, Rechnungen, kaputte Türklinken und andere dringende Aufgaben die gesamte verfügbare Zeit in Anspruch nehmen. Diese Dinge müssen zwar erledigt werden, dürfen aber nicht die Menschen und die Gemeinschaft verdrängen, wegen derer es den Coworking-Space überhaupt gibt. Wenn es darum geht, zu entscheiden, wofür man eine zusätzliche Stunde aufwenden soll, sollten die Menschen der richtige Kompass sein.

Jedes Coworking-Space ist und bleibt anders. Das ist in Ordnung. Passen Sie es an, behalten Sie bei, was bei Ihnen funktioniert, und lassen Sie weg, was nicht funktioniert. Für den Anfang haben Sie jetzt alles, was Sie brauchen – den Rest lernen Sie nach und nach, so wie wir alle es getan haben.

Wenn sich die Türen öffnen, ist die Arbeit noch nicht vorbei. Dann fängt der interessanteste Teil erst an.

Viel Glück!

QUELLEN UND LITERATUR

- **Bacon, Jono. The Art of Community: Building the New Age of Participation. O'Reilly Media, 2012.** Ein Leitfaden zum Aufbau und zur Leitung von Gemeinschaften, zur Förderung der Zusammenarbeit, zur Einbindung von Mitgliedern und zur Organisation von Veranstaltungen.
- **Cobot. »Coworking Events and Workshops.«** Leitfaden zur Planung von Veranstaltungen und Workshops, zur Festlegung ihres Zwecks sowie zur Nutzung von Veranstaltungen, um die Gemeinschaft zusammenzubringen und neue Mitglieder zu gewinnen. Verfügbar unter: <https://www.cobot.me/en/coworking-operators-handbook/events-and-workshops>
- **Cobot. »Coworking Partnerships.«** Ein Überblick über die Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen, Organisationen, Raumvermietern und anderen Partnern. Verfügbar unter: <https://www.cobot.me/en/coworking-operators-handbook/coworking-partnerships>
- **Cobot. »Getting Started: Cobot's Coworking Checklist for Success.«** Checkliste für die Planung und Eröffnung eines Coworking-Spaces, die die Themen Finanzen, Marktanalyse, Angebot, Räumlichkeiten, Ausstattung, Rechtslage, Verwaltung und Werbung behandelt. Verfügbar unter: <https://www.cobot.me/en/coworking-operators-handbook/getting-started-a-checklist-for-success>
- **Deskmag Coworking Statistics. »About the Coworking Trends Survey.«** Vorstellung einer langjährigen internationalen Studie, die die Geschäftstätigkeit, die Auslastung und die Entwicklung des Coworking-Sektors verfolgt. Verfügbar unter: <https://coworkingstatistics.com/about-the-coworking-trends-survey>
- **Interviews mit den Leitern von Coworking-Spaces in Celje, Tržič, Kranjska Gora, Weiz, Hartberg, Škofja Loka, Ptuj und Podlehnik.** Unveröffentlichte Interviews, durchgeführt im Jahr 2026.
- **Johns, Jennifer, Edward Yates, Greig Charnock, Frederick Harry Pitts, Ödül Bozkurt und Didem Derya Ozdemir Kaya. 2026. »Coworking Spaces and Workplaces of the Future: Critical Perspectives on Community, Context and Change.«** European Management Review 23 (2): 303–321. <https://doi.org/10.1111/emre.12654>.
- **Jones, Drew, Todd Sundsted und Tony Bacigalupo. I'm Outta Here!: How Coworking Is Making the Office Obsolete. Not an MBA Press, 2009.** Ein historischer und kultureller Blick auf die Anfänge der Coworking-Bewegung und deren Einfluss auf das Verständnis von Arbeit und gemeinschaftlichen Arbeitsräumen.
- **Krvina, Domen. 2018. »Coworking.«** Aktuelles Wörterbuch der slowenischen Sprache 2014–2017. Fran, Institut für slowenische Sprache „Fran Ramovš“ der ZRC SAZU. Abgerufen am 16. August 2026. <https://fran.si/132/sprotni-sprotni-slovar-slovenskega-jezika/4418229/coworking>.

- **Kwiatkowski, Angel, und Beth Buczynski. Coworking: Building Community as a Space Catalyst. 2011.** Praktische Ideen für die Gestaltung von Coworking-Räumen rund um die Gemeinschaft und die tatsächlichen Bedürfnisse ihrer Mitglieder.
- **Merkel, Janet. 2015. »Coworking in the City.«** ephemera: theory & politics in organization 15 (1): 121–139. <https://ephemerajournal.org/contribution/coworking-city>.
- **Nexodus. »Essential Metrics and KPIs to Measure.«** Überblick über finanzielle und operative Kennzahlen im Coworking, darunter Geschäftsergebnisse, regelmäßige Einnahmen, Auslastung, Raumnutzung und Zufriedenheit der Mitglieder. Verfügbar unter: <https://nexodus.com/blog/coworking-kpis-and-metrics/>
- **Russo, Jamie. 8 Step Framework to Starting a Profitable Coworking Space. 2019.** Ein Leitfaden für die ersten Schritte bei der Entwicklung eines Coworking-Projekts, von der Überprüfung der Idee und der Gestaltung des Angebots bis hin zum Finanzmodell und dem Plan für die Eröffnung.
- **Spinuzzi, Clay, Zlatko Bodrožić, Giuseppe Scaratti in Silvia Ivaldi. 2019.** »"Coworking Is About Community": But What Is "Community" in Coworking?« Journal of Business and Technical Communication 33 (2): 112–140. <https://doi.org/10.1177/1050651918816357>.
- **Suárez, Ramón. 2014.** The Coworking Handbook: The Guide for Owners and Operators: Learn How to Open and Run a Successful Coworking Space. Brussels: Serendipity Accelerator. <https://www.coworkinghandbook.com/>.



WEITERE TOOLS

Ist die Rolle des Coworking-Managers das Richtige für Sie?

Überlegen Sie, ob die Rolle eines Coworking-Managers das Richtige für Sie ist? Finden Sie mit dieser kurzen Selbsteinschätzung heraus, wo Ihre Stärken liegen und in welchen Bereichen Sie möglicherweise Unterstützung durch ein Team benötigen.

Markieren Sie bei jeder Aussage die Antwort, die Ihnen am ehesten entspricht. Dies ist kein Test und es gibt keine richtigen Antworten. Wir suchen keinen perfekten Menschen. Den gibt es nicht.

Aussage	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu
Arbeit mit Menschen und Kommunikation			
Die Arbeit mit Menschen macht mir Freude und erfüllt mich in der Regel, statt mich zu erschöpfen.	☐	☐	☐
Ich interessiere mich aufrichtig für Menschen: für ihre Arbeit, ihre Geschichten und ihre Ideen.	☐	☐	☐
Es fällt mir nicht schwer, auf jemanden zuzugehen, den ich noch nicht kenne.	☐	☐	☐
Es fällt mir nicht schwer, jemanden anzurufen, den ich noch nicht kenne.	☐	☐	☐
Ich kann ein Gespräch beginnen, es lenken und auch wirklich zuhören.	☐	☐	☐
Ich merke schnell, welche Menschen gut miteinander auskommen, sich gegenseitig helfen oder zusammenarbeiten könnten.	☐	☐	☐
Öffentliche Auftritte bereiten mir keine größeren Schwierigkeiten.	☐	☐	☐
Ich kann eine Idee so präsentieren, dass auch andere davon begeistert sind.	☐	☐	☐
Bei Missverständnissen oder Konflikten schaue ich nicht weg, sondern versuche, beide Seiten zu verstehen und eine Lösung zu finden.	☐	☐	☐

Flexibilität und Selbstständigkeit

Mir gefällt eine Arbeit, bei der nicht jeder Tag gleich ist und gelegentlich zeitliche Flexibilität erforderlich ist.	☐	☐	☐
Eine Planänderung bringt mich nicht für den ganzen Tag aus dem Konzept.	☐	☐	☐
Ich erkenne, was zu tun ist, und es fällt mir nicht schwer, die Ärmel hochzukrempeln, auch wenn mir das niemand ausdrücklich aufträgt.	☐	☐	☐
Ich brauche nicht immer Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Wenn ich das Ziel kenne, finde ich den Weg dorthin.	☐	☐	☐
Wenn ich auf ein Problem stoße, suche ich zuerst nach einer Lösung, nicht nach einem Schuldigen.	☐	☐	☐
Mehrere offene Aufgaben schrecken mich nicht ab, und ich kann gut einschätzen, was wirklich wichtig ist.	☐	☐	☐

Organisation und Zahlen

Bei den Details verliere ich den Überblick nicht aus den Augen, und bei guten Ideen vergesse ich Vereinbarungen und Fristen nicht.	☐	☐	☐
Die Menschen wissen, dass sie sich an mich wenden können, gleichzeitig kann ich klare Grenzen setzen.	☐	☐	☐
Zahlen sind vielleicht nicht gerade meine Lieblingssache auf der Welt, aber ich scheue mich nicht davor.	☐	☐	☐
Wenn ich etwas nicht weiß, frage ich nach, recherchiere und probiere es aus.	☐	☐	☐
Bei Rückmeldungen höre ich zuerst zu und antworte erst danach.	☐	☐	☐
Ich kann um Hilfe bitten und eine Aufgabe delegieren, bevor alles von mir abhängt.	☐	☐	☐

Was sagen die Antworten aus?

Eine Gesamtpunktzahl ist nicht erforderlich. Wichtiger ist das Muster der Antworten.

„Trifft zu“ überwiegt: Diese Arbeitsweise liegt Ihnen wahrscheinlich sehr. Einzelne Fähigkeiten können Sie noch weiterentwickeln, aber die grundsätzliche Einstellung ist gut.

Es gibt viele „trifft teilweise zu“-Antworten: Das ist nichts Ungewöhnliches. Überlegen Sie, welche Dinge Sie lernen können und welche Ihnen von Natur aus viel Energie abverlangen.

Es gibt viele „Trifft nicht zu“-Antworten: Das bedeutet nicht, dass mit Ihnen etwas nicht stimmt. Wenn die Arbeit mit neuen Menschen, Unvorhersehbarkeiten und das eigenständige Lösen von Problemen Sie vor allem erschöpfen, ist die Tätigkeit als Coworking-Manager vielleicht nicht die beste Wahl für Sie.

Sie müssen nicht bei jeder Aussage „trifft zu“ ankreuzen. Wichtig ist, dass Sie sich aufrichtig für Menschen interessieren, dass Sie die Initiative ergreifen können und dass Sie sich nicht von einem Tag einschüchtern lassen, der nicht ganz nach Plan verläuft.

Bei den Antworten „trifft teilweise zu“ und „trifft nicht zu“ überlegen Sie sich:

- Kann ich das lernen?
- Kann mir das Team dabei helfen?
- Wird mich dieser Teil der Arbeit langfristig erschöpfen?

Checkliste: Vorbereitung der Räumlichkeiten

Bevor Sie die ersten Tische aufstellen, überprüfen Sie anhand dieser Liste, ob der Raum für alles bereit ist, was der tägliche Betrieb eines Coworking-Spaces erfordert.

Mit einem Sternchen (*) sind Punkte gekennzeichnet, die bei der Eröffnung nicht unbedingt erforderlich sind, aber die Nutzbarkeit des Raums verbessern können und später hinzugefügt werden können, sobald es die Bedürfnisse und finanziellen Mittel zulassen.

Arbeitsplatz

- ☐ Schreibtisch (mindestens 120 × 60 cm, für regelmäßiges Arbeiten vorzugsweise 140–160 × 80 cm).
- ☐ Arbeitsstuhl.
- ☐ Schreibtischlampe*.
- ☐ Mindestens zwei Steckdosen pro Arbeitsplatz.
- ☐ WLAN an jedem Schreibtisch, nach Möglichkeit auch LAN-Anschluss.
- ☐ Schrank oder Schubladenschrank mit Abschließmöglichkeit*.
- ☐ Sofern es die finanziellen Mittel zulassen, mindestens ein höhenverstellbarer Schreibtisch im Raum*.
- ☐ Später mit der Möglichkeit eines kostenpflichtigen Verleihs für Mitglieder: zusätzliche Bildschirme, Tastaturen und Mäuse zum Ausleihen*.

Veranstaltungsraum

- ☐ Festgelegte maximale Kapazität des Raums.
- ☐ Verstellbare oder klappbare Stühle.
- ☐ Bewegliche oder klappbare Tische*.
- ☐ Lagerraum für nicht benötigte Möbel.
- ☐ Stromanschluss und Verlängerungskabel.
- ☐ Stabile WLAN-Verbindung.
- ☐ Fernseher oder Beamer mit Leinwand.

- ☐ Die gängigsten Kabel und Adapter*.
- ☐ Flipchart oder Whiteboard*.
- ☐ Platz für Jacken und Regenschirme.
- ☐ Beschallungsanlage und Mikrofon*.
- ☐ Separates WLAN-Netzwerk für Gäste mit einem leicht zugänglichen Passwort.

Küche

- ☐ Spülbecken.
- ☐ Kühlschrank.
- ☐ Wasserkocher*.
- ☐ Kaffeemaschine oder eine andere Möglichkeit zur Kaffeezubereitung!
- ☐ Mikrowelle.
- ☐ Tassen, Gläser, Teller und Besteck. Solche, die man wegwerfen kann und die keinen sentimental Wert haben 😊.
- ☐ Spülmittel, Spülschwamm, Geschirrtücher und Abtropfgestell.
- ☐ Mülltonnen für die Mülltrennung.
- ☐ Geschirrspüler.* Denken Sie daran, dass Sie ihn wahrscheinlich selbst ausräumen müssen 😊.
- ☐ Kochfeld und Backofen.*
- ☐ Ein Bereich, in dem die Bewohner essen können, idealerweise abseits der Arbeitsflächen.

Aufbewahrung von Ausrüstung und persönlichen Gegenständen

- ☐ Kleiderhaken oder eine Garderobe für Jacken. In jedem Raum (falls es im Coworking-Space mehrere Räume gibt)
- ☐ Ein Ständer oder Platz für Regenschirme.
- ☐ Abschließbare Schränke für Mitglieder.*
- ☐ Abschließbarer Schrank für Schlüssel, Karten, Dokumente und wertvollere Ausrüstung.

- ☐ Regale oder Schränke für Papier, Toner und Büromaterial.
- ☐ Platz für Kabel, Adapter und sonstige technische Ausrüstung.
- ☐ Separater Raum für Reinigungsmittel und Sanitärbedarf. Dieser ist für Coworking-Mitglieder nicht frei zugänglich.
- ☐ Platz für Veranstaltungsausrüstung und mobile Möbel.
- ☐ Beschriftete Regale, Schränke und Kisten.
- ☐ Ein Ort für Fundsachen.

Gemeinsame Büroausstattung

- ☐ Multifunktionsgerät zum Drucken, Scannen und Kopieren*.
- ☐ Ersatztoner und A4-Papier.
- ☐ Kurzanleitung zum Drucken und Scannen.
- ☐ Papierhefter, Locher, Schere, Klebeband und Lineal.
- ☐ Stifte, Whiteboard-Marker und Löschutensilien.
- ☐ Farbdruck.*
- ☐ Aktenvernichter.*
- ☐ Staubsauger*.
- ☐ Ersatzbeutel für Mülleimer.

Sicherheit der Räumlichkeiten und Notfälle

- ☐ Die maximal zulässige Nutzerzahl ist festgelegt, insbesondere für Veranstaltungen.
- ☐ Fluchtwege und Notausgänge sind gekennzeichnet, unverschlossen und frei von Hindernissen.
- ☐ Feuerlöscher sind zugänglich und werden in den vorgeschriebenen Intervallen überprüft. Und Sie wissen, wie man sie benutzt!
- ☐ Der Erste-Hilfe-Kasten ist gekennzeichnet, zugänglich und ordnungsgemäß bestückt.
- ☐ An gut sichtbarer Stelle sind die Adresse des Standorts, die Notrufnummer 112, Evakuierungsanweisungen, der Sammelplatz und der Notfallkontakt angegeben. Die gleichen Anweisungen stehen den Mitgliedern auch in digitaler Form zur Verfügung.

- ☐ Die Mitglieder erfahren bei ihrer Aufnahme, wo sich die Ausgänge, die Erste-Hilfe-Ausrüstung und die Feuerlöschgeräte befinden.
- ☐ Befindet sich im Gebäude ein Defibrillator, wissen die Mitglieder, wo er sich befindet.