1	VORWORT	6
2	UNTERSUCHUNGSZIEL UND VORGEHENSWEISE	8
3	GESCHICHTE UND COWORKING-HYPE	14
3.1	Outsourcing, Offshoring, Freelancertum	14
3.2	Die ersten Coworking Spaces	16
3.3	Erfolgsmodell Coworking – oder doch nicht?	21
4	BEGRIFF UND WESEN VON COWORKING	26
4.1	Coworking – Thema mit Variationen	28
4.2	Trotz der Vielfalt – Definition von Coworking Spaces	40
4.2.1	Ist Coworking überhaupt definierbar?	40
4.2.2	Welche Anforderungen sollte eine Definition erfüllen?	41
4.2.3	Definition von Coworking	43
4.3	Der Coworking-Spirit	45
4.4	Die Grundwerte des Coworking	47
4.4.1	Beschreibung der Grundwerte im Einzelnen	47
4.4.2	Kritische Würdigung der Coworking-Grundwerte	52

1	INTRODUCTION	6
2	RESEARCH GOAL AND PROCEDURE	8
3	HISTORY AND COWORKING HYPE	14
3.1	*Outsourcing, offshoring, freelancing*	*14*
3.2	*The first coworking spaces*	*16*
3.3	*Coworking, a successful model – or perhaps not?*	*21*
4	TERM AND NATURE OF COWORKING	26
4.1	*Coworking – topic with variations*	*28*
4.2	*Irrespective of the variety – definition of coworking spaces*	*40*
4.2.1	*Can coworking actually be defined?*	*40*
4.2.2	*Which requirements should a definition meet?*	*41*
4.2.3	*Definition of coworking*	*43*
4.3	*The coworking spirit*	*45*
4.4	*The basic coworking values*	*47*
4.4.1	*Description of the basic values in detail*	*47*
4.4.2	*Critical assessment of the basic coworking values*	*52*

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/1059528029

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

5 FASZINATION COWORKING 56

5.1 Zur Situation des Freelancers 57

5.2 Drei Komponenten der Faszination 60
5.2.1 Die Strukturierung 61
5.2.2 Die Community 67
5.2.3 Die Freiheit und die Unabhängigkeit 89

6 KOOPERATIONSPOTENZIALE MIT UNTERNEHMEN 96

6.1 Wie Unternehmen von Coworking heute profitieren – einige Fallbeispiele 99
6.1.1 Untervermietung – Unternehmen vermieten Arbeitsplätze an Externe 99
6.1.2 Raus aus dem Alltag – Coworking-Räume als Offsite-Location 101
6.1.3 Einmietung – Unternehmen mieten Arbeitsplätze im Coworking Space 103
6.1.4 Sponsoring – Finanzielle und ideelle Unterstützung von Coworking 108
6.1.5 Ideenschmiede – Unternehmen eröffnen coworking-ähnliche Spaces 109
6.1.6 Accelerator- und Incubator-Programme 115
6.1.7 Imitation – Nachbildung von Coworking-Elementen im Unternehmen 126
6.1.8 Statt Home-Office – Mitarbeiter mieten sich in Coworking Spaces ein 131

5 THE FASCINATION OF COWORKING 56

5.1 The freelancer's situation 57

5.2 Three components of the fascination 60
5.2.1 The structuring 61
5.2.2 The community 67
5.2.3 Freedom and independence 89

6 CO-OPERATION POTENTIALS WITH COMPANIES 96

6.1 How companies benefit from coworking today – some case studies 99
6.1.1 Sub-letting – companies let workplaces to external parties 99
6.1. Out of the daily routine – coworking rooms as offsite locations 101
6.1.3 Renting – companies rent workplaces in the coworking space 103
6.1.4 Sponsoring – supporting the finances and ideals of coworking 108
6.1.5 Powerhouse of ideas - companies open coworking-like spaces 109
6.1.6 Accelerator and incubator programme 115
6.1.7 Imitation – imitation of coworking elements in companies 126
6.1.8 Instead of home office – employees rent coworking spaces 131

6.2 **Wie Unternehmen von Coworking zukünftig profitieren können** 132
6.2.1 Coworking statt Home-Office 133
6.2.2 Coworking zur Weiterbildung 134
6.2.3 Coworking als Sabbatical 135
6.2.4 Coworking im Unternehmen 135
6.2.5 Coworking im Unternehmensverbund 136
6.2.6 Buchen von Startups zur Ideen- und Produktentwicklung 137

6.3 **Potenziale von Corporate Coworking** 138
6.3.1 Individuelle Perspektive 138
6.3.2 Unternehmensperspektive 146

7 AUSBLICK UND FAZIT 162

8 EIN HERZLICHES DANKESCHÖN 166

9 LITERATURVERZEICHNIS 169

6.2 How companies can benefit from coworking in the future 132
6.2.1 Coworking instead of home office 133
6.2.2 Coworking for further training 134
6.2.3 Coworking as a sabbatical 135
6.2.4 Coworking in the company 135
6.2.5 Coworking in an association of enterprises 136
6.2.6 Booking start-ups to develop ideas and products 137

6.3 Corporate coworking potentials 138
6.3.1 Individual perspectives 138
6.3.2 Corporate perspective 146

7 OUTLOOK AND CONCLUSION 162

8 A SPECIAL THANK YOU 166

9 BIBLIOGRAPHY 169