

Co-Working Spaces in Alpinen Destinationen

Wie können diese touristische Angebote zu
ihrem Vorteil nutzen?



HES-SO Valais/Wallis

Studiengang Tourismus

786B_Bachelorarbeit

www.hevs.ch

Verfasserin: Anita Jetzer

Verantwortliche Dozentin: Mila Trombitas

Abgabedatum: 27. November 2017

Illustrationsverzeichnis der Titelseite

Titelbild: Mountain Hub Verbier. (24. November 2017). Von:

<https://www.facebook.com/mountainhub/photos/a.346941889027129.1073741828.338537146534270/464639417257375/?type=3&theater> abgerufen

Management Summary

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit dem Thema Co-Working und Alpiner Tourismus auseinander und wie Co-Working Spaces ein touristisches Angebot zu ihrem Vorteil nutzen können. Das Ziel ist es für den Mountain Hub Verbier eine Bestandsaufnahme der Alpinen Co-Working Spaces in der Schweiz und ihres bereits bestehenden touristischen Angebots zu erstellen. Daraus werden Handlungsempfehlungen aus touristischer Sicht erstellt, welche den Alpine Co-Working Space unterstützen sollen, saisonal schwächere Monate zu überbrücken.

In einem ersten Schritt wird die Verbindung zwischen Co-Working und Tourismus aufgezeigt. Danach wird anhand von Interviews mit Fachleuten aus der Co-Working Szene sowie Internetrecherche die Situation der Alpinen Co-Working Spaces in den Schweizer Alpen und ihr bestehendes touristisches Angebot analysiert. Dabei zeigte sich, dass die meisten Spaces kaum älter als ein Jahr sind und daher noch mit dem Erschaffen einer Co-Working Gemeinschaft beschäftigt sind. Folge dessen ist ebenfalls die Integration von einem touristischen Angebot erst im Aufbau. Erste Angebotsansätze wie Workshops konzentrieren sich meist auf die bereits existierenden Co-Worker im Space aber zunehmend werden auch Pauschalpakete für zum Beispiel Unternehmen in Betracht gezogen. Diese Kombipakete bestehen meist aus einer Mischung von Co-Working, Freizeitaktivitäten und zusätzlichen Workshops wie Team Building oder Karrieren Planung. Anhand einer quantitativen Umfrage zeichnete sich eine tendenzielle Nachfrage nach Co-Workation, also Co-Working kombiniert mit Ferien in den Alpen ab.

Durch die Kreation neuer touristischen Angebote können Kooperationen mit anderen lokalen Akteuren einer Bergdestination entstehen. Aus der Zusammenarbeit besteht auch das Potential für zusätzliche Einnahmen in saisonal schwächeren Monaten. Jedoch ist aus den Gesprächen festzustellen, dass es aufgrund der Neuheit des Phänomens Co-Working noch mehr Zeit und Überzeugungsarbeit benötigt, um das Potential von Co-Working Spaces für eine Alpine Destination aufzuzeigen. Dafür können Kooperationen unter den Alpinen Co-Working Spaces in Bezug auf Erfahrungsaustausch und geteilte Marketingmassnahmen hilfreich sein.

Schlüsselbegriffe: Co-Working, Tourismus, Tourismusprodukte, Bergdestination

Vorwort und Dank

Die Veränderung der Arbeitswelt fasziniert mich seit längerer Zeit, da ich der Überzeugung bin, dass zum Beispiel Modelle wie der „9 to 5 Job“ schon lange obsolete sind. Neue Konzepte wie Co-Working Spaces ermöglichen es, zu arbeiten wo man sich am wohlsten fühlt sowie Hobbies wie zum Beispiel dem Skifahren nachgehen kann und dennoch nicht auf eine Karriere verzichten muss. Mit grossem Interesse habe ich die Entwicklung der Co-Working Szene in der Schweiz mitbeobachtet. Ich begann zunehmend über dieses Thema zu lesen und mit den vermehrt publizierten Angeboten über Co-Workation, die Verbindung zum Tourismus zu sehen. Es stellte sich mir die Frage, wie die Lage bei den Co-Working Spaces in Alpinen Destinationen aussieht, da die meisten touristischen Angebote die ich gesehen habe, sich auf Stranddestinationen konzentrierten. Desto mehr freute es mich, als im vergangenen Jahr Maarten Van Geest den Co-Working Space Mountain Hub in meinem Wahlwohntort Verbier eröffnete. Ich begann zu überlegen, wie man das bereits bestehende touristische Co-Working Angebot auf die Alpinen Co-Working Spaces übertragen könnte und so auch dem zunehmend schwächeren Bergtourismus zu unterstützen. Nach Gesprächen mit Maarten über seine Erfahrungen als Space Betreiber in einer Bergdestination, entstand die Idee und auch das Ziel dieser Arbeit, die aktuelle Situation an Alpinen Co-Working Spaces und ihr touristisches Angebot zu analysieren sowie neue Ideen und Denkanstösse zu liefern, um die saisonal schwächeren Monate zu überbrücken. Neben diesem Vorsatz ist es mein persönliches Ziel, einen Beitrag zum Aufbruch der traditionellen Arbeitsstrukturen zu leisten und idealerweise Kontakte zwischen den Alpinen Co-Working Spaces zu schaffen. Die Arbeit basiert auf Literatur- sowie Interviewrecherche, qualitativen Interviews sowie einer quantitativen Umfrage. Als Selbstexperiment habe ich diese Arbeit zur Mehrheit der Zeit im Co-Working Space Mountain Hub Verbier geschrieben. Einen Tag verbrachte ich im Ski Locker Chamonix und für einige Interviews ging ich andere Co-Working Spaces wie zum Beispiel das Maison Blanche in Monthey oder den Impact Hub Bern besuchen. Als fortführendes Selbstexperiment schrieb ich einen Monat lang aus der Ferne, also Remote, und zwar aus der Stranddestination Cabarete in der Dominikanischen Republik. Da es dort keinen Co-Working Space gibt, erkannte ich rasch die Vorteile, welche ein Co-Working Space mit sich bringt, wie zum Beispiel ein ruhiges und professionelles Arbeitsumfeld und Infrastruktur. Ich traf viele sogenannte Remote-Arbeitende in Kaffees und

tauschte mich mit ihnen aus, welches mich mit ihren Bedürfnissen und Wünschen vertrauter machte.

Durch die Neuheit des Themas Co-Working in Kombination mit touristischen Produkten und vor allem in Bezug auf den Alpinen Tourismus, fehlte es mir an wissenschaftlichen Literatur. Eine der Interviewpartnerinnen Samantha Wolf, schrieb bereits eine Masterarbeit über Co-Working und Tourismus aber fokussierte sich dabei eher auf die generelle Verknüpfung sowie auf das international bestehende Angebot. Ich habe ihre Arbeit mit Absicht aus Plagiatsgründen nicht gelesen. Ausserdem konnte ich leider zwei Wunsch-Interviewpartner, welche einen bedeutenden Beitrag an diese Arbeit hätten leisten können, nicht interviewen und zwar sind das Markus Boss vom Alpean Co-Working in Laax sowie Isabel Behrens von Alpine Co-Working, welche Co-Workation Retreats in der Schweiz organisiert.

Besonderen Dank geht an den Auftraggeber dieser Arbeit und guter Freund Maarten Van Geest, Gründer des Mountain Hub Verbier. Er hat mir den Arbeitsplatz zur Verfügung gestellt und stand mir für Fragen stets zur Verfügung. Ausserdem hat er mich mit wichtigen Leuten aus der Branche verknüpft. Ebenfalls bedanke ich mich bei meiner Betreuerin Mila Trombitas, welche mir mit Tipps und Denkanstössen bei der Verfassung dieser Arbeit unterstützt hat.

Weiteren Dank geht an die folgenden Interviewpartner, welche mich mit ihrem Engagement, Visionen und Erfahrung inspiriert haben: Martina Hänzi, Jenny Schäpper-Uster, Marie Eckert, Neil & Magda, Nicola Broom, Rafael Enzler, Haz, Maud Richard, Samantha Wolf, Jonas Schäfer, Miriam Gantert.

Zur Vereinfachung wird in dieser Arbeit ausschliesslich in der männlichen Form geschrieben. Jedoch ist die weibliche Form gleichbedeutend mitinbegriffen.

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	vii
Abbildungsverzeichnis	vii
Abkürzungsverzeichnis.....	viii
Einleitung	1
Zielsetzung und Forschungsfrage	2
Aufbau und Methodik	2
Hypothesen	3
Forschungsstand.....	4
1. Hintergrund des Co-Workings	5
1.1. Vierte industrielle Revolution	5
1.2. Sozialer Wandel	6
1.3. Sharing Economy	7
1.4. Veränderung Arbeitswelt.....	8
2. Co-Working	10
2.1. Definition & Entstehung	10
2.2. Der Co-Worker.....	12
2.3. Co-Working in der Schweiz	13
2.3.1. Standorte	15
2.4. Organisationen der Schweizer Co-Working Szene	15
2.4.1. Verein Coworking Switzerland.....	15
2.4.2. VillageOffice.....	16
2.4.3. Pop up Office	17
3. Co-Working & Tourismus	18
3.1. Definition Tourismus	18
3.2. Verbindung Tourismus und Co-Working.....	18
3.2.1. Reiseverhalten / - Motive der Co-Working Touristen	19
3.3. Co-Workation	20
3.4. Co-Living.....	21

3.5. Best Practice-Beispiele im Bereich Co-Working und Tourismus	22
3.5.1. Hubud Bali, Indonesien.....	22
3.5.2. Nomad Cruise	23
3.5.3. Surfoffice	23
4. Co-Working in Alpinen Destinationen.....	25
4.1. Alpiner Tourismus.....	25
4.1.1. Ansatz NRP und das Projekt Mia Engadina.....	27
4.2. Wieso co-worken in den Bergen?.....	27
4.3. Ausgangslage Co-Working Spaces in Alpinen Regionen	29
4.4. Weltweiter Überblick der Alpinen Co-Working Spaces	30
4.4.1. Nordamerika.....	30
4.4.2. Europa (ausserhalb der Schweiz).....	30
4.4.3. Rest der Welt.....	31
4.5. Übersicht Co-Working Spaces in den Schweizer Alpen	31
4.6. Bestehende touristische Angebote von Alpinen Co-Working Spaces in der CH	33
4.6.1. The Big Ride, Mountain Hub, Verbier VS.....	33
4.6.2. Co-Living Swiss Escape, Grimentz VS.....	34
4.6.3. Alpean - Reha für Geist und Körper, Laax GR	35
4.6.4. Pura Worka – International „Player“, Lombok und Wallis	35
4.7. Zielgruppen	36
5. Umfrageergebnisse Nachfrage nach Co-Workation in den Alpen	37
5.1. Destination.....	38
5.2. Aktivitäten.....	38
5.3. Demographische Merkmale	40
6. Handlungsempfehlungen	41
6.1. Packages.....	42
6.1.1. MICE Package	42
6.1.2. Aktivitäten-basiertes Package	43
6.2. Services für Individuelle.....	44
6.2.1. Plattform	45
6.2.2. Pass.....	45
6.3. Co-Living.....	46
6.4. Bildung / Workshops	46

6.5. Sektion / Gemeinschaft Alpiner Co-Working Spaces.....	47
6.6. Partnerschaften mit internationalen Co-Workation Operator	48
6.7. Tourismusorganisation	48
6.8. Überprüfung der Hypothesen	50
Schlusswort	52
Literaturverzeichnis	54
Anhang I: Interview mit Maarten Van Geest, Mountain Hub Verbier.....	64
Anhang II: Interview mit Martina Hänzi, Mia Engiadina	74
Anhang III: Interview mit Jenny Schäpper-Uster, Verein Coworking Switzerland	90
Anhang IV: Interview mit Marie Eckert, Village Office	97
Anhang V: Interview mit Neil und Magda, Pura Worka	108
Anhang VI: Interview with Nicola Broom, Ski Locker, Chamonix.....	114
Anhang VII: Interview mit Rafael Enzler, Gut & Gut.....	120
Anhang VIII: Interview with Haz, Swiss Escape Grimentz	126
Anhang IX: Interview mit Maud Richard, Maison Blanche Monthey	133
Anhang X: Interview mit Samantha Wolf, Co-Workationist.com.....	138
Anhang XI: Zusammenfassung Gespräch mit Schaefer Jonas, Hotellerie Suisse.....	146
Anhang XII: Interview mit Miriam Gantert, Impact Hub Bern	147
Anhang XIII: Fragebogen Umfrage.....	152
Anhang XIV: Antworten aus der Umfrage.....	154
SELBSTSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG	168

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Überblick Alpiner Co-Working Spaces in der Schweiz	32
Tabelle 2: Zielgruppen und Motivation zum Alpinen Co-Working.....	36
Tabelle 3: Analyse der Beliebtheit der Aktivitäten	39

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Karte von Co-Working Spaces in der Schweiz	15
Abbildung 2: Die drei Raumtypen der Schweiz.....	25
Abbildung 3: Wahl der Destination.....	38
Abbildung 4: Grafik Verteilung Alter.....	40

Abkürzungsverzeichnis

bzw.	beziehungsweise
ca.	zirka
evtl.	eventuell
etc.	et cetera
MICE	Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions
STV	Schweizer Tourismus Verband
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	World Tourism Organization
USP	Unique Selling Proposition
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil

Einleitung

Die Arbeitswelt befindet sich durch die zunehmende Mobilität und Digitalisierung in einem Wandel (Deloitte, 2016). Aus dieser Veränderung heraus entstanden die ersten Co-Working Spaces. Diese fanden mit dem Aufkommen der Sharing Economy erst richtig ihren Aufschwung. (Selloni, 2017, S. 18) Die Schweiz zählt Ende Oktober gut 110 Co-Working Spaces, wovon schon alleine 30 in den letzten zehn Monaten eröffnet wurden (J. Schäpper-Uster, Präsidentin Co-Working Switzerland, Persönliche Mitteilung, 25. Oktober 2017). Die Mehrheit der Spaces befinden sich in städtischen Gebieten. Im Schweizer Alpenraum gibt es zurzeit weniger als 15 Spaces (Coworking Switzerland, 2017). Mit darunter auch der Mountain Hub Verbier, welcher im November 2016 eröffnet wurde (vgl. Anhang I). Jedoch sind bereits weitere Spaces in Planung wie zum Beispiel dieser der Jungunternehmer von Pura Worka oder ein Ansatz des Tourist Office 3.0 in Adelboden, bei welchem Co-Working ein Teil davon sein wird. In beiden genannten Projekten ist die Kombination von Tourismus zusammen mit Arbeiten klar vorgesehen (vgl. Anhang V & VII).

Hinsichtlich der vermehrt bewussteren Wahl von Arbeitsort und Zeit sowie möglichen Verschmelzung von Arbeit mit Freizeitaktivitäten, scheinen Co-Working Spaces in Bergdestinationen eine Zukunft vor sich zu haben (Michelson, 2017). Die Verschmelzung von Arbeit und Freizeit bietet eine Plattform von neuen Tourismusmodellen (Richards, 2015, S. 15). Diese neuartige Form von Co-Workation, also Arbeiten und Ferien kombiniert, findet im Ausland bereits grosse Beliebtheit wie zum Beispiel im Vorzeige Co-Working Space Hubud auf Bali oder mit Programmen wie Unsettled, mit welchem man 30 Tage an einem Ort wie zum Beispiel Medellín in Kolumbien arbeitet und sich mit Gleichgesinnten austauscht (Mohn, 2017). Es stellt sich also die Frage, ob diese touristischen Modelle auf Alpine Co-Working Spaces übertragen werden können und somit touristische Produkte als Lösungsansatz zur Überbrückung von saisonal schwächeren Monaten angesehen werden könnten. Ebenfalls dahingestellt ist, welche Bedeutung die Co-Working Spaces für die Wirtschaft und Image einer Bergdestination hat.

Zielsetzung und Forschungsfrage

Nach einem Jahr Mountain Hub Verbier stellt sich Maarten Van Geest Gründer und Auftraggeber dieser Arbeit die Frage, wie kann ich für das zweite Geschäftsjahr den Co-Working Space das ganze Jahr hindurch beleben und dadurch die Einnahmen auch während der Nebensaison sichern. Anders als Co-Working Spaces in städtischen Regionen sind diese in Bergregionen, wie fast jeder andere touristische Betrieb, von saisonalen Schwankungen betroffen. Co-Working Spaces und der lokale Tourismus stellen eine gegenseitige Chance dar, um gemeinsam die Spaces aber auch die Destination in schwächeren Monaten zu beleben. Daraus entstand folgende Forschungsfrage:

Welche Möglichkeiten hat ein Co-Working Space in einer Bergdestination mit Hilfe von touristischen Produkten, denn Space das ganze Jahr über zu füllen?

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Chance für Co-Working Spaces durch Integration touristischer Angebote aufzuzeigen und auf das Potential von Co-Working Spaces für alpine Destinationen hinzuweisen.

Aufbau und Methodik

Um den Hintergrund der Thematik Co-Working aufzuzeigen, wird dieser mittels Fachliteratur zu Beginn beschrieben. Im zweiten Kapitel wird der Begriff Co-Working definiert und präsentiert die aktuelle Situation sowie Organisationen der Szene basierend auf Internetrecherche. Anschliessend wird das Thema Tourismus beschrieben und die Verbindung zu Co-Working aufgebaut. Ebenfalls werden im dritten Kapitel Best Practice Beispiele beschrieben und Begriffe wie Co-Living oder Co-Workation erklärt. Basierend auf dem allgemeinen Verständnis über Tourismus und Co-Working, wird der Fokus im vierten Kapitel auf den Alpinen Tourismus gelegt. Es wird die Ausgangslage mit Herausforderungen sowie Chancen dargelegt und Argumente fürs Co-Working in den Bergen genannt. Ebenfalls verschafft das vierte Kapitel einen Überblick über die Alpinen Co-Working Spaces weltweit und in der Schweiz, wobei einige Angebote anschliessend genauer beschrieben werden. Diese vorangehenden Kapitel basieren auf Internetrecherche sowie den geführten qualitativen Interviews mit Space Betreibern und Experten aus der Branche. Im fünften Kapitel werden die Resultate der durchgeführten quantitativen Umfrage erläutert. Dabei ging es darum eine

generelle Tendenz der Nachfrage nach Co-Workation in den Alpen zu erfassen. Die Umfrage konzentrierte sich hauptsächlich auf die Zielgruppe Digitale Nomaden¹, da diese in den Schweizer Alpenen Co-Working Spaces noch kaum anzutreffen sind. Deshalb wurde die Umfrage auf diversen Facebook-Gruppen wie „Digital Nomads around the world“ oder „Global Digital Nomad Network“ geteilt. Ausserdem wurde die Umfrage auf dem Linked In Profil der Autorin veröffentlicht und an einige der Interviewpartner gesendet. Resultierend aus allen gesammelten Informationen aus den vorangehenden Kapiteln werden im sechsten Kapitel Handlungsempfehlungen mit touristischen Produkten oder Ideen sowie Denkanstösse für die Alpenen Co-Working Spaces abgegeben. Am Ende dieser Arbeit werden die Hypothesen überprüft und eine Schlussfolgerung getroffen. Darauf folgen das Literaturverzeichnis und die Anhänge.

Hypothesen

Aus der entstandenen Forschungsfrage lassen sich folgende Hypothesen ableiten. Diese werden am Ende der Arbeit entweder verifiziert oder falsifiziert.

1. Co-Working Spaces haben das Potential durch touristische Produkte eine ganze Destination zu beleben, sofern andere touristische Akteure mit ihnen kooperieren. Dadurch können Co-Working Spaces Logiernächte erhöhen.
2. Co-Working Spaces können neue Kundengruppen in eine Destination bringen.
3. Touristische Produkte stellen eine zusätzliche Einnahmequelle für Co-Working Spaces dar.
4. Lokale Tourismusorganisationen und Co-Working Spaces werden in Zukunft immer mehr verschmelzen.

¹Diese neuen Nomaden werden zum Teil auch als Knowmad bezeichnet. Diese Mischung zwischen dem Verb "know" also wissen und Nomaden kommt daher, dass sie wissensbasierte Tätigkeiten ausführen und ihr Lebensstil nomadisch ist. (Putra & Agirachman, 2016)

Forschungsstand

Mit der komplexen Verbindung zwischen der sogenannten geteilten Wirtschaft und Tourismus setzt sich die Autorin Selloni in ihrem Buch *CoDesign for Public-Interest Services* (Selloni, 2017) sowie die Autorinnen Roblek, Meško und Zlatka im Konferenzpapier *Complexity of a Sharing Economy for Tourism and Hospitality* auseinander (Roblek, Meško Štok, & Meško, 2016). Wie die Schweiz zur Sharing Economy steht, beschreibt das Wirtschaftsprüfung Institut Deloitte in der Studie *Sharing Economy: Teile und verdiene! Wo steht die Schweiz?* (Deloitte, 2015). Sharing Economy, Digitalisierung, Mobilität usw. rufen auch Veränderungen in der Arbeitswelt hervor. Mit der Studie *Arbeitsplatz der Zukunft* präsentiert ebenfalls Deloitte Fakten und Anforderungen an den neuen Arbeitsplatz (Deloitte, 2016). Aus diesen Veränderungen heraus resultiert auch das Phänomen des geteilten Arbeitsplatzes, wovon Co-Working Spaces ein Teil ist. Die *Global CoWorking Survey – First Results* liefert erste Zahlen zum Überblick des Co-Working Markts weltweit (Foertsch C., 2016). Die Marktübersicht *Shared Workspace Markt Schweiz* von immodea ein Beratungsunternehmen für Immobilienmarketing (immodea, 2017) sowie die Webseite von Co-Working Switzerland (Coworking Switzerland, 2017) dienen als Grundlage für die Analyse der Co-Working Situation in der Schweiz. Um die aktuelle Situation des Tourismus weltweit und in der Schweiz darzulegen, wurden auf die Daten aus den Dokumenten *UNWTO Tourism Highlights* (UNWTO, 2017) sowie *Schweizer Tourismus in Zahlen 2016* (Schweizer Tourismus-Verband, 2017) zurückgegriffen. Das *Positionierungspapier Alpinen Tourismus* des Schweizer Tourismus Verband STV dient dazu, die aktuelle Situation des Tourismus in Bergdestinationen zu beschreiben (Hermann B. , 2016). Aufgrund der Neuheit der Kombination Co-Working und Alpiner Tourismus ist dazu keine Fach- oder Sachliteratur zurzeit auffindbar. Deshalb wurde zum Beispiel das Papier *Die Neue Regionalpolitik des Bundes* des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO neben Internetrecherche und qualitativen Interviews als wissenschaftliche Grundlage für die Erstellung von Lösungsansätzen verwendet. Des Weiteren dienten Artikel aus renommierten Zeitungen und Internetplattformen wie zum Beispiel „The digital nomad life: combining work and travel“ aus der New York Times als Inspiration (Mohn, 2017).

1. Hintergrund des Co-Workings

1.1. Vierte industrielle Revolution

Die Industrialisierung wurde mit der ersten industriellen Revolution, durch Erfindung der Dampfmaschine gegen Ende des 18. Jahrhunderts lanciert. Darauf folgte Anfangs des 19. Jahrhunderts eine zweite Revolution mit der Erfindung der Fließbandarbeit sowie eine dritte mit der Anwendung von Computern für die Automatisierung der Produktion. Der digitale Fortschritt der heutigen Zeit wird oft mit einer Veränderung mit revolutionären Merkmalen bezeichnet und ist deshalb auch als vierte industrielle Revolution bezeichnet. Die Grundlage dafür ist die fortgeschrittene Automatisierung wie zum Beispiel in der Robotik, die digitale Vernetzung, die Verarbeitung der Daten im wirtschaftlichen Sinn, auch unter Big Data bekannt, sowie die Entwicklung neuer Kommunikationstechnologien. Ebenfalls ist die künstliche Intelligenz, welche sich mit dem Menschlichen Verhalten auseinandersetzt und durch Analyse sollen Maschinen diese wiedergeben können. (Economiesuisse, 2017) Durch die industrielle Entwicklung, welche die Schweiz in den letzten 200 Jahren durchlebte, fand eine Verschiebung in den drei Wirtschaftssektoren statt. Das bedeutet, dass heute „75% der Schweizer Beschäftigten im Dienstleistungssektor arbeiten“ (Deloitte, 2016, S. 4). Diese Verschiebung vom primären sowie sekundären, also in den tertiären Sektor führt zur Zunahme der Wichtigkeit von wissensbasierten Tätigkeiten (Deloitte, 2016, S. 5). Ein weiterer Effekt der vierten Revolution ist die Grundlagenstruktur, die sich für neue Geschäftsmodelle bietet, welche die Digitalisierung noch mehr vorantreiben. Zu dieser Grundlage zählen zum Beispiel neben den bereits genannten Bereichen wie Robotik und Big Data das Breitband, Internet der Dinge, Mobiles Internet sowie Apps oder Soziale Netzwerke. Beispiele für neu entstandene Geschäftsmodelle sind E-Commerce, Smart Factory und Drohnen. Ebenfalls zählen auch hier die Plattformanbieter Airbnb sowie Uber aus der Sharing Economy wieder als Vorzeigebispiele für neue innovative Geschäftsmuster. Diese innovativen Unternehmen profitieren vor allem von den niedrigen Kosten für die Kommunikation, sowie Transaktion, wodurch eine rasche, weltweite Verbreitung ermöglicht wird. (Economiesuisse, 2017) Eine solche Revolution in der Technologie und Wirtschaft geht jedoch nicht ohne das Gutheissen der Gesellschaft. Parallel zu der digitalen Entwicklung vollzieht sich eine Veränderung in den sozialen Werten. Systeme in welchen nicht mehr benutzte Dinge ausgeliehen oder

ausgetauscht werden, stellen einen deutlichen Wandel in der Gesellschaft dar. (Economiesuisse, 2017)

1.2. Sozialer Wandel

Der Aufbau der Gesellschaft im 21. Jahrhundert befindet sich in einer fundamentalen Veränderungsphase. In früheren Zeiten konnte die Gesellschaft in Funktionen oder Schichten unterteilt werden. In der angebrochenen Periode entstehen komplexe Verflechtungen, welche nicht mehr klar abgegrenzt werden können. Diese sogenannte Netzwerkstruktur ist in der digitalen Welt vor allem in den Sozialen Medien zu finden aber auch in der analogen Welt existiert ein grosses Bedürfnis der Verbundenheit und der Zugehörigkeit zu einer identischen Gemeinsamkeit. (Varga, 2016, S. 26) Diese Gemeinschaften, auch Communities genannt, zählen zu einem der Widersprüche, von welchen die heutige Gesellschaft geprägt wird. Varga (2016) definiert dieses Paradoxe als „sowohl als auch“-Modus: „Sowohl individuell als auch gemeinschaftlich, sowohl ökonomisch als auch ökologisch, sowohl analog als auch digital“ (S.27). Auch der Wertewandel, also Werte wonach der Mensch strebt respektive was für Ziele er im Leben verfolgt, sind komplexer als je zuvor. Mit zunehmendem Wohlstand nach dem zweiten Weltkrieg verschob sich der Wert mehr und mehr weg vom Besitztum und Wunsch nach Konstanz hin zur Selbstverwirklichung und Beziehungen. Das angebrochene Jahrhundert zeichnet sich jedoch durch gegensätzliche Werte aus. Für den einen ist Freiheit das Ziel und der andere stellt die Familie oder die Karriere an die oberste Stelle. Die Werte sind also auch von der Individualisierung der Gesellschaft betroffen und somit entscheidet heute jeder selbst, welche Werte er für sein Leben wählt. (Reichlin, 2016) Dieser Sozialer Wandel wird massgeblich von den Herausforderungen des 21. Jahrhunderts wie beispielsweise Digitalisierung, demografischer Wandel, Klimawandel, Mobilisierung, Globalisierung sowie Wirtschaftswachstum beeinflusst (Pfeil, 2017, S. 16). Die Wirtschaftskrise wird zum Beispiel als Auslöser zum Wandel des Werts Besitztum gesehen. Durch den Rückgang der Einkommen in der Mittelklasse wurde der Konsum wieder vermehrt hinterfragt und lieferte somit die Grundlage zur Sharing Economy. (Roblek, Meško Štok, & Meško, 2016, S. 375) Ebenfalls der wirtschaftliche aber auch der klimatische Wandel lassen Werte wie Einfachheit, Transparenz, Gesundheit sowie Nachhaltigkeit wichtiger werden (Bolz, 2016). Diese führen zu Trends wie dem Minimalismus oder die Rückbesinnung auf lokale, traditionelle Betriebe (Hummel, 2016). Auch die Arbeitswelt wird massgebend von den Werten sowie Herausforderungen wie zum

Beispiel der zunehmenden Mobilisierung sowie Digitalisierung beeinflusst (Pfeil, 2017, S. 17). Diese treffen auf Werte wie Freiheit und im Widerspruch dazu Sicherheit (Bolz, 2016).

1.3. Sharing Economy

Eigentlich liegt teilen in den Genen des Menschen (Roblek, Meško Štok, & Meško, 2016, S. 375). Tauschen, Handeln, Ausleihen, Vermieten sowie Verschenken sind keine neuen Phänomene (Latitude Life connected, 2010, S. 42). Jedoch ging der Grundgedanke des Teilens im Westen fast komplett verloren (Roblek, Meško Štok, & Meško, 2016, S. 375). Doch durch neue innovative Technologien, den Wertewandel und den daraus entstehenden gleichgesinnten Gemeinschaften werden Dinge wie das Teilen und Tauschen wieder neu definiert (Selloni, 2017, S. 17). Airbnb sowie Uber sind Aushängeschilder der sogenannten Sharing Economy. Diese zwei Phänomene aus der Übernachtungs- und Transportbranche stammen aus dem Silicon Valley in Kalifornien USA, wo zahlreiche innovative Ideen entstanden sind. Der Trend, das Käufer und Verkäufer direkt auf einer Online-Plattform zusammengebracht werden, ist allerdings bereits vor 20 Jahren mit der Lancierung von Ebay entstanden. (Deloitte, 2015, S. 5) Das Phänomen Sharing Economy erhielt jedoch den richtigen Auftrieb erst mit der Wirtschaftskrise im Jahr 2008 (Selloni, 2017, S. 15). Diese weltweite Krise kann also als Wendepunkt gesehen werden.

Die Sharing Economy basiert, laut der Studie *The new Sharing Economy* von Latitude in Zusammenarbeit mit Shareable, auf vier Grundpfeilern: Technologie, Gemeinschaft, Sorgen um die Umwelt sowie weltweite Rezession. Die Entwicklung des World Wide Webs sowie der mobilen Technologien tragen dazu bei, Leute aus der ganzen Welt auf einer Plattform zusammen zu bringen. So entstehen Gemeinschaften von Gleichgesinnten, die sich über das Web austauschen können. Ebenso gehen Nachhaltigkeit und Teilen Hand in Hand. Leute wählen bewusst das Teilen, da dies besser für die Umwelt ist und Ressourcen gespart werden können. Der letzte Pfeiler Rezession kommt aus erschwerten wirtschaftlichen Zeiten heraus. Durch das Teilen kann Geld gespart werden und es stellt eine zusätzliche Einnahmequelle dar. (Latitude Life connected, 2010, S. 42) Dem Teilen sind keine Grenzen gesetzt (Selloni, 2017, S. 17). Experten versuchen die unterschiedlichen Arten der Sharing Economy in sechs Klassen zu unterteilen. Dabei wird zum Beispiel unterschieden, ob der Anbieter ein Privater oder Professioneller ist und auch ob der Service aus einer Nachfrage entsteht. Ein mix

unterschiedlicher Arten dieser Klassen stellt das Co-Working dar, worüber die vorliegende Arbeit handelt. (Selloni, 2017, S. 18)

1.4. Veränderung Arbeitswelt

Die Digitale Revolution macht auch vor der Arbeitswelt keinen Halt. Die Neuorientierung kann auch als De-Industrialisierung angesehen werden, da die traditionelle Handlungskette von Händler zu Lieferant und dann zu Kunde zunehmend aufbricht. Durch die entstandenen digitalen Plattformen kann oft keine klare Abgrenzung mehr gezogen werden. (Pelzer & Burgard-Arp, 2017) Traditionelle Managementhierarchien, in welchen sogenannte Top-down Systeme üblich sind, weichen neuen Organisationssystemen wie zum Beispiel der Holacracy. Dies ist eine Art von flacher Organisationsstruktur und zwar in dem Sinn, dass verschiedene Arbeitsgruppen Entscheidungen mit gemeinsamem Einverständnis treffen und die Macht dadurch von der Leitung auf die Mitarbeiter übergeht. (Fullerton Lemons, 2015) Managementsysteme wie diese werden in Zukunft immer mehr anzutreffen sein.

Ein weiterer Wandel findet auf der Seite des Arbeitnehmers statt. Durch den Einsatz von Laptops, Smartphones sowie Internet werden Mitarbeiter immer mobiler (Deloitte, 2016). So können wichtige Dokumente in Ruhe zu Hause verfasst werden, die E-Mails auf dem Weg zur Arbeit versendet werden und im Büro selbst werden lediglich Sitzungen abgehalten sowie kleine administrative Tätigkeiten erledigt. Ebenfalls sind mehr und mehr Arbeiten auf Wissen gestützt. Dies plus die Digitalisierung machen die Anwesenheitspflicht am Arbeitsplatz mehr und mehr obsolete (Pelzer & Burgard-Arp, 2017). Heutzutage nehmen schon gut 28% der Schweizer Erwerbstätigen mindesten einen halben Tag pro Woche das sogenannte Homeoffice in Anspruch. Damit wird ebenfalls das alt bekannte „9to5“-Arbeitsmodell je länger je mehr überflüssig (Deloitte, 2016). Um die Veränderung der Arbeitswelt zu beschreiben verwendet Professor Dr. Günter G. Voss im Interview mit BernPunkt das Wort „Entgrenzung“ (S.11). Damit spricht er einerseits die räumliche Entgrenzung an, welche durch die Digitalisierung ermöglicht wird. Andererseits spricht er die Entgrenzung eines einmal erlernten Berufs an, welchen man dann lebenslang ausübte. (Liniger, 2016, S. 11) Ebenfalls mobil sind die Qualifikationen geworden. Das bedeutet, dass sich ein Erwerbstätiger heutzutage ständig weiterbilden und dazu lernen muss, um dem Arbeitsmarkt noch gerecht werden zu können. Das in Zukunft

jemand mit einer Ausbildung in einer Berufsrichtung bis zur Pension arbeiten kann, ist kaum noch wahrscheinlich. (Liniger, 2016, S. 11)

Ein weiterer Trend der beobachtbar wird, ist das sich immer mehr Leute selbständig machen. Ob als sogenannte Ich-Firmen oder Freelancer auf Honorar Basis, der Markt boomt. (Bouncken & Reuschl, 2016, S. 14) Vor allem im technischen Bereich entstand der neue Begriff der digitalen Nomaden. Sie sind nicht ortsgebunden und brauchen abgesehen von ihrem Laptop und gutem Internet nichts zum Arbeiten. (Richards, 2015) Durch die sozialen Werte wie Individualisierung sowie Freiheit findet dieser Trend absolute Beliebtheit. Dabei wird sogar geschätzt, dass die Anzahl an Digitalen Nomaden in zwanzig Jahren auf eine Milliarde steigen kann. (Scheidt, 2016) Doch hatte diese ortsunabhängige Arbeitsform auch eine Kehrseite und zwar das viele den sozialen Austausch sowie Unterstützung von Co-Workern, also Mitarbeitern vermissen und sich isoliert fühlen. Dies ist einer der Gründe zur Entstehung von Co-Working Spaces, welche weltweit wie Pilze aus dem Boden schießen. (vgl. Anhang I)

2. Co-Working

2.1. Definition & Entstehung

Der Begriff „Co-Working“ wurde erstmal von DeKoven, ein amerikanischer Game Designer, im Jahr 1999 vorgestellt (Foertsch & Cagnol, 2013). Das Deskmag fasst in ihrem Artikel „Es war einmal...Die Geschichte von Coworking in Zahlen“ die Definition von DeKoven folgendermassen zusammen:

DeKoven führt den Begriff "Coworking" ein und beschreibt damit eine Methode, die Zusammenarbeit und Geschäftstreffen über Computer erleichtert. Für ihn arbeiteten Leute und Unternehmen zu isoliert und hierarchisch, um "gleichberechtigt miteinander zu arbeiten". Mit seiner Methode wollte er Zusammenarbeit ohne Wettbewerb unterstützen, bei dem Leute an ihren Projekten arbeiten. (Foertsch & Cagnol, 2013, Absatz 4)

Also geht das Co-Working über das räumliche Konzept heraus und kann auch als soziales Phänomen bezeichnet werden, da man zusammen aber dennoch jeder für sich arbeitet. (Water-Lynch, Potts, Butcher, Dodson, & Hurley, 2016, S. 3) Die ersten Co-Working Spaces entstanden aus einem Mix von bereits zuvor existierenden und ähnlich gemeinschaftlichen Räumlichkeiten, in welchen sich Leute zum Arbeiten und Austausch getroffen haben. Ein Vorreiter ist zum Beispiel die Hackerspaces, welche anfangs der 2000 Jahre das Internet für jedermann zugänglich machten. (Foertsch & Cagnol, 2013) Zur Entstehungsgeschichte der offiziell ersten Co-Working Spaces gibt es unterschiedliche Varianten. Eine der meist geteilten Geschichten ist die des ersten Co-Working Space in San Francisco, welcher vom Computer-Fanatiker Brad Neuberg im Jahr 2005 eröffnet wurde. Er kreierte diesen aus dem Problem heraus, da er mit der Arbeit von Zuhause aus zwar die gewünschte Freiheit erlangte aber am vereinsamen war. (Water-Lynch, Potts, Butcher, Dodson, & Hurley, 2016, S. 6) Ebenfalls 2005 wurde The Hub, heutzutage unter Impact Hub bekannt, in London aus einer Anti-Globalisierungsbewegung eröffnet. Die Gründer wollten eine Plattform schaffen, wo sich Gleichgesinnte austauschen können und gemeinsam an einer neuen Art von Welt arbeiten können. (Water-Lynch, Potts, Butcher, Dodson, & Hurley, 2016, S. 7) Die dritte und letzte Geschichte ist die von Jelly aus New York. Das Projekt wurde von zwei Mitbewohnern aus dem

IT Bereich im Jahr 2006 ins Leben gerufen. Sie begannen ihre Freunde nach Hause einzuladen, um kreative Ideen mit ihnen zu teilen und weiter zu entwickeln. (Water-Lynch, Potts, Butcher, Dodson, & Hurley, 2016, S. 8)

Doch was unterscheidet die Co-Working Spaces von den sogenannten Shared Offices, also lediglich geteilten Büroräumlichkeiten? Die letzte Geschichte datiert bereits zurück in die 1960er Jahre und zwar ist es die der Service-Offices. Diese wurden mit der Absicht, die Büro-Unterhaltskosten durch geteilte Büroräumlichkeiten zu reduzieren, gegründet. Dabei konnten die Leute ihren Arbeitsplatz flexible mit Abonnements buchen und hatten alle Annehmlichkeiten eines voll ausgestatteten Büros. Co-Working Spaces bieten diesen grundlegenden Service auch an, aber sie unterscheiden sich klar durch drei weitere spezifische Eigenschaften und diese sind: die ursprünglichen Co-Worker, soziale Interaktion im Fokus sowie das Design der Räumlichkeiten selbst. (Water-Lynch, Potts, Butcher, Dodson, & Hurley, 2016, S. 9) In der Pionierphase der Spaces, welche ca. zwischen 2005 und 2008 dauerte, waren die meisten Co-Worker Freelancer, also Freischaffende, meist aus der Software Branche. Sie befanden sich in ihren Zwanzigern und widersetzten sich klar gegen traditionelle Büroregeln sowie Kleidervorschriften. Der noch heute treibende Grund wieso sich viele für einen Co-Working Space anstatt einem Shared Office entscheiden, ist die Gemeinschaft und der daraus entstehende Mehrwert für die Arbeit aber auch das Sozialleben. Zu guter Letzt unterscheiden sich die Co-Working Spaces meist durch nicht traditionelle Standorte, Räumlichkeiten und Einrichtungen. (Water-Lynch, Potts, Butcher, Dodson, & Hurley, 2016, S. 10) Die meisten Co-Working Spaces weltweit sind in Städten anzutreffen. Schon alleine wegen der zentralen Lage aber auch weil sie oft Boden für kreative Start Ups und Freelancer sind, welche vermehrt in urbanen Umgebungen anzutreffen sind. (Water-Lynch, Potts, Butcher, Dodson, & Hurley, 2016, S. 16)

„Third Spaces“ sind zusätzliche Orte, neben dem Zuhause und Arbeitsort, an welchen gearbeitet, gelernt und sich ausgetauscht werden kann (Schoop, 2017). Diese „dritten Orte“, zu welchen auch Co-Working zählt, sind international hoch im Trend (Bouncken & Reuschl, 2016). Richtig Aufschwung fanden sie mit dem Aufkommen der Sharing Economy. Mit der grossen Zunahme entstehen immer mehr gemischte Formen welche sich durch unterschiedliche Managementsysteme auszeichnen. Einige sind öffentlich zugänglich, der Platz wird durch einen Mitgliederbeitrag reserviert. Andere sind für geschlossene Gruppen

gedacht, wie zum Beispiel als kreativer Raum für Mitarbeiter von grossen IT-Firmen wie Google. (Bouncken & Reuschl, 2016, S. 8) Wie Maarten van Geest, Besitzer des Mountain Hub Verbier, im Interview anmerkt:

The problem with the industry is, that it's a baby booming one, it's like champignons coming out everywhere. So, it doesn't know its own identity yet and it's discovering it now. In five to ten years there will be books and they will have different names for every different type of the Co-Working industry. " (vgl. Anhang I)

Fest steht, dass es ein grosses Potenzial für geteilte Arbeitsflächen gibt und dass das Geschäftsmodell ausbaubar ist (Brouzos, 2016). Durch die geführten Interviews mit Space Betreibern hat sich gezeigt, dass die meistens Spaces noch nicht gewinnbringend sind. Das heisst, dass die meisten Spaces lediglich ihre Kosten decken können. Jedoch meinen die Autorinnen des Artikels *Complexity of a Sharing Economy for Tourism and Hospitality*, dass mit Co-Working ein Geschäft gemacht werden kann, zurzeit sei einfach noch vieles zu günstig oder gar gratis (Roblek, Meško Štok, & Meško, 2016, S. 376). Ob dabei der Grundgedanke des Co-Workings erhalten bleibt, sei offengelassen.

2.2. Der Co-Worker

Eine Studie von Deskmag über die Situation der Co-Working Spaces weltweit zählt gut 1'180'000 Worker, wobei die Studie zurzeit noch nicht abgeschlossen ist (Foertsch, Deskmag, 2016). Das typische Mitglied eines Co-Working Space ist entweder Freelancer das heisst auf Honorar Basis Arbeitender, freischaffender Angestellter oder selbständiger Unternehmer oft in der Form eines Start Ups (Bouncken & Reuschl, 2016, S. 2). Aus der Studie „Member Demographics“ von Deskmag (2017) geht hervor, dass die Zahl der Freelancer abgenommen hat von 55% im Jahr 2012 und heute lediglich 41% betragen. Ebenfalls ist diese Studie noch nicht beendet. Diese Abnahme und gleichzeitig die Zunahme der freischaffenden Angestellten kann auf die Veränderung der Arbeitswelt zurückgeführt werden. (Foertsch, Deskmag, 2017, S. 4) Meistens üben Co-Worker digitale und kreative Berufe aus. Jedoch ist dies nicht klar definierbar, da sie oftmals unübliche Werdegänge haben und ihre Kompetenzen meist ein breites Spektrum abdecken. (Bouncken & Reuschl, 2016, S. 6) In den meisten Co-Working

Spaces sind Frau und Mann fast gleichhoch vertreten. Die meisten Co-Worker sind zwischen 30 und 39 Jahre alt, wobei die Anzahl nicht massiv überwiegt, verglichen zu den anderen Co-Workern im berufstätigen Alter. Gut 82 % der Co-Worker besitzen einen Bachelor- oder Masterabschluss. Jedoch geben 49% an, dass sich ihr Verdienst im Vergleich zu ihren Lebenskosten in der Mitte befindet. Dabei geht die Tendenz Richtung hoch-deckend. Mehr als die Hälfte der Mitglieder sind in einer festen Beziehung oder sogar verheiratet. Dies ist eventuell auch der Grund dafür, dass gut 55% angab, im letzten Jahr nicht im Ausland gearbeitet zu haben, das heisst, dass sich die meisten nicht als Digitale Nomaden bezeichnen. (Foertsch, Deskmag, 2017)

Die Beweggründe in einem Co-Working Space zu arbeiten sind unterschiedlich. Grundsätzlich können die Co-Worker in drei Typen unterschieden werden. Zum einen der Benutzer, welcher hauptsächlich zum Gebrauch der Büroausstattung im Space arbeitet. Dann findet man den Lern-Typen, welcher von den anderen Co-Workern sowie von Anlässen dazulernen möchte. Der dritte Co-Worker-Typ ist der Networker, welcher im Space ist um sich mit andern Leuten zu verbinden und den sozialen Austausch sucht. Die Gemeinsamkeiten welche die Mitglieder verbindet sind Werte wie das Netzwerk und die Gemeinschaft sowie die Suche nach Unabhängigkeit und die freie Zusammenarbeit. (Bouncken & Reuschl, 2016, S. 6).

2.3. Co-Working in der Schweiz

Die Studie *FlexWork Survey 2016* der Fachhochschule Nordwestschweiz ergab, dass „rund 38% der Erwerbstätigen in der Schweiz selten bis sehr häufig mobil arbeiten. Das entspricht rund 1.8 Millionen Erwerbstätigen.“ (S.3). Seit der ersten Studie im Jahr 2014 zeichnet sich eine stetig steigende Tendenz ab und die Befragten mobil Arbeitenden sind mit der Anzahl an mobiler Arbeitszeit zufrieden (Weichbrodt, Berset, & Schläppi, 2016, S. 3). Auch in der Schweiz sind Branchen aus den Informations- und Kommunikationstechnologien sowie anderen wissensbasierten Tätigkeiten Vorreiter der mobilen Arbeit (Weichbrodt, Berset, & Schläppi, 2016, S. 9). Da erstaunt es nicht, dass die Studie über den *Arbeitsplatz der Zukunft* von Deloitte besagt, dass die physischen Arbeitsplätze pro wissensbasierter Mitarbeiter weiterabnehmen wird, da diese untereinander geteilt werden können. Das heisst das im Jahr 2020 pro zehn Mitarbeiter noch sieben Arbeitsplätze zur Verfügung stehen werden (Deloitte, 2016, S. 11). Immodea besagt in ihrer Studie *Shared Workspace Markt Schweiz* sogar, dass in der Schweiz

fast zwei Millionen der Arbeitstätigen keinen festen Arbeitsplatz mehr bräuchten (immodea, 2017). Laut der Studie *vernetzte Schweiz 2016* von Sotomo könnte vermehrte mobile Arbeit ein Lösungsansatz für die Entlastung der öffentlichen Verkehrsmittel sein. Ausserdem äusserten vor allem die Befragten mit einem Arbeitsweg, welcher länger als 50 km ist, den Wunsch mehr von Zuhause aus arbeiten zu können. Diese arbeiten auch am meisten schon auf dem Weg zur Arbeit. (Hermann, Nowak, Bosshardt, & Milic, 2016, S. 13) Ein Drittel der Befragten der FlexWork Survey gaben an, von Zuhause aus zu arbeiten und ein Fünftel von unterwegs (S.18). Wobei die Prozentzahl von welchen die ihre geschäftlichen E-Mails Zuhause checken schon bei 75% der Schweizer Arbeitstätigen liegt. Im Co-Working Space mindestens eine Stunde pro Woche zu arbeiten gaben lediglich 1% an (Weichbrodt, Berset, & Schläppi, 2016, S. 18). Diese noch bedeutend kleine Prozentzahl aus der *FlexWork Survey*, welche in Zusammenarbeit mit der work smart Initiative² erstellt wurde, wurde im August 2016 veröffentlicht. Auch die Zahl der genutzten Bürofläche für Co-Working ist im schweizweiten Vergleich noch sehr niedrig. Sie beträgt lediglich 35'000 m² von insgesamt 54.7 Millionen Quadratmeter Bürofläche. (immodea, 2017, S. 32) Jedoch wird sich dies in Zukunft sicherlich noch bedeutend verändern. Bereits in den vergangen zwei Jahren ist die Anzahl Spaces von 44 auf 80 gestiegen. Laut Jenny Schäpper-Uster, Präsidentin des Verbands Co-Working Switzerland, beträgt die Anzahl Spaces Ende Oktober 2017 ungefähr 110. Das heisst, dass bereits in den vergangen zehn Monaten gut 30 Spaces dazu gekommen sind. Die Anzahl Co-Worker schätzt Schäpper-Uster zwischen 3'000 und 5'000 schweizweit. Jedoch wurden noch keine genauen Zahlen erfasst. (J. Schäpper-Uster, Präsidentin Co-Working Switzerland, Persönliche Mitteilung, 25. Oktober 2017) Anhand der Umfrageergebnisse schätz immodea das Potential an Co-Workern in der Schweiz auf rund 6'500. (immodea, 2017, S. 32) Dies ist jedoch immer noch eine verhältnismässig kleine Zahl, wenn man sie mit den 1,97 Millionen Arbeitenden aus wissensintensiven Geschäftstätigkeiten vergleicht. Dies zeigt das Co-Working immer noch in einer Pionierphase steckt und wie bei allen Innovationen braucht es Zeit, um im Markt die Akzeptanz zu finden. Wenn die Anzahl geteilter Büros im gleichen Tempo

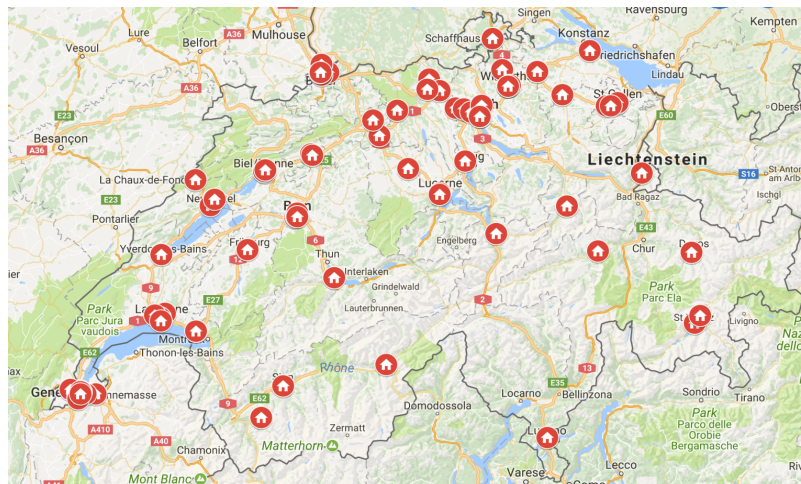
² Die Work Smart Initiative wurde am 05. März 2015 von den Gründungsmitgliedern Microsoft Schweiz, Post CH AG, SBB AG, Swisscom Schweiz AG und Witzig The Office Company als Verein gegründet (work smart., 2017).

weiterwachsen, wie bis jetzt, sollten sie in ein bis zwei Jahren die Marktakzeptanz-Kluft überwunden haben. (immodea, 2017, S. 34)

2.3.1. Standorte

Egal ob Stadt oder Land das aller Wichtigste für einen Co-Working Standort ist ein schnelles und einwandfrei funktionierendes Internet (Richards, 2015). Dennoch befinden sich die Mehrheit der Spaces in den grösseren Städten der Schweiz (Coworking Switzerland, 2017). Dies ist darauf zurück zu führen, dass neben schnellem Internet die zentrale Lage und die angestammte Gemeinschaft von Arbeitnehmern weitere Hauptkriterien der Standortwahl sind (Brouzos, 2016). Zwischen der Westschweiz sowie Deutschschweiz ist kein grosser Unterschied zu bemerken. Jedoch zählen das Tessin sowie die alpinen Regionen bedeutend weniger Co-Working Spaces.

Abbildung 1: Karte von Co-Working Spaces in der Schweiz³



Quelle: (Coworking Switzerland, 2017)

2.4. Organisationen der Schweizer Co-Working Szene

2.4.1. Verein Coworking Switzerland

Zum Zeitpunkt der Gründung des Vereins Coworking Switzerland im Jahr 2013 zählte die Schweiz um die 25 Spaces. Es gab weder eine Interessensgemeinschaft noch eine Webseite oder ähnliches. Um mehrheitlich die Bekanntheit der Spaces ausserhalb der Grosstädte zu

³ Zu beachten ist, dass der Co-Working Space in Naters VS nicht mehr existiert. (M. Gertschen, Leiter Kommunikation UNESCO-Welterbe Swiss Alps Jungfrau-Aletsch Managementzentrum, persönliche Mitteilung, 13. November 2017)

steigern, organisierte Jenny Schäpper-Uster damals ein Zusammentreffen der Space-Betreiber. Zu ihrem Erstaunen kamen alle und es entstand sogar die Idee, zusammen einen Verein zu gründen. Dies wurde dann sogleich am selben Tag veranlasst und der Verein Coworking Switzerland wurde ins Leben gerufen. Vier Jahre später ist Jenny Schäpper-Uster immer noch Präsidentin und die Anzahl Mitglieder des Vereins ist massiv gestiegen. (Anhang III) Mittlerweile sind die Ziele von Coworking Switzerland immer noch die Bekanntheit und das Bewusstsein für Co-Working Spaces in der Schweiz zu erhöhen, dient aber auch als Informationsquelle für Interessierte sowie eine Networking Plattform für die Space Betreiber aller Sprachregionen. Ausserdem unterstützen sie die internationale Gemeinschaft der Co-Working Bewegung. (Coworking Switzerland, 2017)

2.4.2. VillageOffice

Im Factsheet zur Kooperation mit Migros Engagement wird die Genossenschaft folgendermassen beschrieben: „VillageOffice bringt Arbeit wieder dahin zurück, wo wir leben. So werden Verkehrsströme reduziert, lokale Gemeinschaften gestärkt und zeitgemässe Arbeitswelten geschaffen“ (Migros-Genossenschafts-Bund, 2017, S. 1). Die Vision von VillageOffice ist es, dass jedermann bis ins Jahr 2030 einen Co-Working Space in seinem Umfeld innerhalb von 15 Minuten erreicht. Dieses Ziel soll durch den Aufbau eines Netzwerks von bestehenden und neuen Co-Working Spaces erreicht werden. Dabei wird die im August 2017 ins Leben gerufene Genossenschaft, neben Migros Engagement von der Koordinationsstelle für nachhaltige Mobilität KOMO des Bundes sowie vom Verein Innovations-Fond unterstützt (vgl. Anhang IV). VillageOffice eröffnet auch selbst Co-Working Spaces wie zum Beispiel das neuste Projekt in Zürich am Bahnhof Enge, wo in Zusammenarbeit mit SwissLife auf 500 Quadratmeter das „grösste Wohnzimmer Zürichs“ errichtet wird (Schoop, 2017). Der Fokus liegt jedoch schon in der Vergrösserung des Netzwerks von bestehenden Co-Working Spaces sowie Verkauf der eigenen Produkte und nicht in der Kreation zusätzlicher Konkurrenz, wie Marie Eckert Mitglied in der Genossenschaft von VillageOffice im Gespräch betont (vgl. Anhang IV). Bis jetzt sind gut 38 Partner Standorte angeschlossen, welche sich jedoch hauptsächlich in den städtischen Regionen befinden. Die Produkte beinhalten eine Studie über den Arbeitsplatz 4.0 in Form eines Jahresprogramms, Abonnements für Unternehmen und Einzelpersonen sowie die Unterstützung beim Eröffnen des eigenen Co-Working Spaces. (VillageOffice, 2017) Obwohl auf der Webseite Gemeinden,

Immobilienbüros, Raumplaner usw. angesprochen werden, sind die Unternehmen Zielgruppe von VillageOffice. Sie wollen auf den Wandel in der Arbeitswelt hinweisen und die Betriebe damit motivieren, ein Abonnement bei ihnen abzuschliessen. Als Herausforderung für die Zukunft sieht Frau Eckert zum einen die Leute aus dem Homeoffice herauszulocken und gleichzeitig den Unternehmern den Mehrwert der Arbeit in einem Co-Working Space aufzuzeigen. Um diesem nicht greifbaren Mehrwert ein Gesicht zu verleihen, führt VillageOffice eine Studie mit namhaften Schweizer Unternehmen wie Tetra Pack, Raiffeisen, Bundesamt für Informatik und Telekommunikation BIZ usw. durch. (vgl. Anhang III)

2.4.3. Pop up Office

Pop up Office konzentriert sich ebenfalls darauf ein Netzwerk von Co-Working Spaces auf einer Plattform zusammen zu bringen, ihr Fokus ist dabei auf den Co-Worker gerichtet. Somit können die nahgelegensten freien Arbeitsplätze mit Hilfe einer App ermittelt und direkt gebucht werden. Bis jetzt sind schon über 1'000 Schweizer Co-Worker registriert. (popupoffice, 2017) Auch Pop up Office konzentriert sich hauptsächlich auf die Wirtschaftszentren und das die Spaces in zentraler Pendlerlage liegen (Martel, 2017). Unterstützt wird das Projekt von der Kommission für Technologie sowie Co-Working Switzerland und VillageOffice sind auch Teil des Netzwerks der Worksmart Initiative. (popupoffice, 2017)

3. Co-Working & Tourismus

3.1. Definition Tourismus

Laut des Glossary der UN World Tourism Organisation ist Tourismus die Aktivität eines Besuchers. Die Definition eines Besuchers oder auch Tourist genannt ist, wenn sein Trip eine Übernachtung beinhaltet. Falls dies nicht der Fall ist, wird der Besucher als Tagesausflügler bezeichnet. Ein Besucher verlässt somit sein gewohntes Umfeld für weniger als ein Jahr. Dabei spielt es keine Rolle ob es sich um Inbound oder Outbound Tourismus handelt. (UNWTO, 2008, S. 4) Tourismus ist weltweit einer der schnellst wachsenden Wirtschaftszweige, er ist die dritt grösste Export Kategorie und die Einnahmen aus dem internationalen Tourismus betragen im Jahr 2016 1,220 Billion US Dollar. Ausserdem ist jeder 10te Job aus der Tourismus Branche. (UNWTO, 2017, S. 2) Der Schweizer Tourismus verzeichnete 2015 gut CHF 44,8 Millionen (Schweizer Tourismus-Verband, 2017, S. 4).

3.2. Verbindung Tourismus und Co-Working

Globalisierung und technologische Fortschritte zeichnen eine neue Ära. Auch die Arbeitswelt ist davon betroffen (vgl. Kapitel 1.4.). Gleichzeitig findet eine rückwärts Bewegung zurück zum Nomadismus statt. Diese neue Gruppe von globalen Nomaden kreieren eine neue Form von Tourismusströmen, denn sie sind ortsunabhängig, entdecken gerne neue Destinationen und bleiben wo es ihnen am besten gefällt. Deshalb spielen sie auch für den Tourismus eine wichtige Rolle. (Putra & Agirachman, 2016, S. 171) Viele von ihnen haben eine ortsunabhängige Erwerbstätigkeit, ob sie selbständig oder angestellt sind, hat für den Tourismus keinen Einfluss. Meistens lassen sich auch die als Digitale Nomaden oder Remote Arbeitenden bezeichnen welche sich mehrere Monate temporär an einem Ort niederlassen. Dabei fällt die Wahl des Ortes oft auf Destinationen, welchen einen attraktiven Lebensstil anbieten und das Internet am besten ist. (Richards, 2015, S. 4-5) Durch die bewusstere Entscheidung, wann und wo man arbeitet und die Arbeit um die gewünschten Freizeitaktivitäten herum gestaltet wird, kann gesagt werden, dass Co-Working die Work-Life Balance verbessert (Mok, 2016). Somit verschmilzt Arbeit sowie Freizeit zunehmend und somit entstehen neue Tourismusmodelle (Richards, 2015, S. 15). Mit neuen Modellen kommen auch neue Anbieter vom Arbeits-Tourismus. Schon jetzt findet man online zahlreiche Anbieter,

welche Co-Working Ferien anbieten. Ebenfalls nimmt die Anzahl an Plattformen zu, wie zum Beispiel NomadList, auf welcher einen Überblick über die Co-Working Spaces weltweit verschafft, Tipps zum Aufenthalt geben und Co-Worker sich austauschen können. (Mohn, 2017) Im Artikel „The rise of the co-working Sapce: co-working as tourism“ auf der Webseite Myob stellt sich der Autor die Frage, ob solche Co-Working Operator in Zukunft die Rolle von Tour Operatoren übernehmen werden und ob sich auch in der Co-Working Space Szene ein Anbieter des Airbnb des Co-Workings herauskristallisieren wird. (McGrath, 2017)

Doch nicht jeder muss ein Digitaler Nomade sein, um Co-Working und Tourismus zu verbinden. Auf die Schweiz bezogen kann das zum Beispiel ein Zweitwohnungsbesitzer der länger in der Feriendestination bleibt und gleichzeitig arbeitet, ein Geschäftsmann aus einer Stadt, welcher sich in Ruhe auf ein Projekt vorbereiten will oder eine Firma, welche sich fürs Team Building ein paar Tage an einen anderen Ort begibt, sein. (vgl. Anhang II) Mit der rasanten Zunahme von Co-Working Spaces und dem ambitionösen Vorhaben von VillageOffice wird es zunehmend auch in Schweizer Feriendestinationen immer vermehrter ein Co-Working Angebot geben. Jedoch ist bis dahin noch viel Aufklärungsbedarf nötig. (vgl. Kapitel 2.3.) Sign Jungersted ist Direktorin für die Entwicklung von „Wonderful Copenhagen“ und betont im Interview mit der New York Times für den Artikel “The Digital Nomad Life: Combining Work and Travel” folgendes: „When highly skilled people stay for extended periods, it not only promotes tourism, but also attracts business and touches off innovation“ (viert letzter Absatz). Ausserdem fügt sie an, dass sich die Art und Weise zu Reisen verändert hat. Heutzutage möchte jeder für eine temporäre Zeit ein Lokaler sein. Damit weist sie auf das Potential der Co-Working Spaces und der damit nachfolgenden neuen Art von Co-Working Touristen hin. (Mohn, 2017, S. B5) Diese Art von Reisen, kann auch als Slow Tourismus gesehen werden, weil sich die Reisenden Zeit nehmen, sich mit der Kultur vertraut zu machen (Putra & Agirachman, 2016, S. 177). Je integrierter ein Co-Worker ist, desto mehr wird er das lokale Angebote und Infrastruktur nutzen (Richards, 2015, S. 12).

3.2.1. Reiseverhalten / - Motive der Co-Working Touristen

Häufig reist ein Co-Working-Tourist antizyklisch und ist meist flexibler als andere. Jedoch kommt es darauf an, ob er das Co-Worken mit einem gewissen Hobby verbindet, welches Saison abhängig ist, wie zum Beispiel das Ski fahren. (vgl. Anhang VIII) Die gewählten

Destinationen sollen oft einen gewissen Lifestyle widerspiegeln (Richards, 2015, S. 9). Vor allem die Digitalen Nomaden halten sich meist mehrere Monate an einem gewissen Ort auf und verfolgen Reisemotive wie die Entdeckung einer gewissen Kultur, Interaktion mit den lokalen Anwohnern, sein Wissen auszubauen, Erfahrungen zu sammeln sowie sich selbst weiterzuentwickeln (Richards, 2015, S. 11). Die Co-Working Touristen werden oft auch als Plug'n'Play Workers bezeichnet. Dies bedeutet, dass sie lediglich ihren Laptop einstecken müssen und mit Arbeiten loslegen können. Es symbolisiert ebenfalls ihre Gewohnheit, sich rasch an neue Bedingungen anzupassen. (Putra & Agirachman, 2016, S. 171) Oftmals lehnen sie einen traditionellen Lebensstil ab und ihre Motivation ist oft ein Leben geführt vom Reisen zu kreieren (Richards, 2015, S. 12).

Ob nun ein seit Jahren reisender Digital Nomad, ein Unternehmer in einem Co-Workation Camp oder nur eine Projektgruppe bei einem Wochenendtrip, das Hauptziel von allen ist, das effiziente Arbeiten und somit das Einsparen von Zeit, sodass noch genügend Zeit für andere Aktivitäten genutzt werden kann. Obwohl der Lifestyle locker wirkt, ist das Reiseverhalten stark auf den Erfolg der eigenen Karriere konzentriert. Um möglichst auf das Ziel fokussiert zu bleiben, bevorzugen viele Co-Worker ein Angebot, in welchen ihnen viel Alltägliches abgenommen wird. Das Reiseverhalten wird also auch bei ihnen von einem gewissen Komfort geleitet. (vgl. Anhang X)

3.3. Co-Workation

Der Begriff Workation ist ein Mix zwischen Co-Working und dem Englischen Wort für Ferien, Vacation. Das heisst, dass Arbeiten und Ferien verbunden werden. Die Feriendauer und auch Entfernung vom üblichen Arbeitsplatz spielen dabei keine Rolle. Das Angebot an Co-Workation nimmt weltweit immer wie stärker zu. Das heisst, dass das Arbeiten während den Ferien in einem fixen Co-Working Space oder in etwas Ähnlichem, welches temporär wie ein Büro eingerichtet wurde, stattfindet. Oft werden diese Co-Workation in Form eines Camps oder auch Retreats angeboten. Im Preis mit dabei sind oft auch das Wohnen, Essen sowie zusätzliche Aktivitäten. (Wolf, 2017) Samantha Wolf, die als Co-Workationist bekannt ist, hat einige dieser Modelle für ihre Masterthese besucht. Im Interview erzählt sie von ihrer Erfahrung im Co-Workation Camp in einem All-inclusive Hotel in Tunesien. Dabei wurden die Konferenzräumlichkeiten in ein Co-Working Büro für sechs Wochen umgewandelt und die Co-

Worker bekamen einen extra für sie ausgehandelten Zimmerpreis. Obwohl der typische Co-Worker nicht der Standard All-inclusive-Hotelgast ist und auch nicht als solchen bezeichnet werden möchte, bringt dieses Modell für ihn doch einen grossen Vorteil mit sich, denn es ermöglicht ihm Zeit einzusparen. Die Zeit, betont Frau Wolf, ist das aller Wichtigste dieser Zielgruppe. Durch das, dass sie sich um nichts mehr kümmern müssen und auch keinen Arbeitsweg haben, können sie extrem effizient arbeiten. (vgl. Anhang X) Andere touristische Modelle der Co-Workation unterscheiden sich zum Beispiel durch ungewöhnliche Locations wie zum Beispiel auf einem Kreuzfahrtschiff oder das der Fokus auf eine bestimmte Aktivität wie zum Beispiel Surfen, Yoga oder Wandern gelegt wird. In diesen Camps entstehen oft eine enge Gemeinschaft. Das gemeinsame leben für eine gewisse Zeit ermöglicht es sich zu verbinden, Erfahrungen auszutauschen und führt zum Teil auch zu neuen Projekten. (Mok, 2016) Die Dauer dieser neuen Art von Feriencamps variiert von einem verlängerten Wochenende, bis zu einem ganzen Jahr wie zum Beispiel im Programm Remote Year, wobei pro Monat eine andere Lokation weltweit besucht wird. Solche organisierten Packages sind natürlich teurer als wenn ein Co-Worker seine Co-Workation selbst organisiert. Die Mehrheit dieser Angebote findet im Asiatischen Raum oder Südamerika statt, da die Lebenskosten dort relativ günstig sind. Dabei gibt es Co-Working Hochburgen wie zum Beispiel Chiang Mai in Thailand, Ubud in Bali oder Medellín in Kolumbien. In Europa erweist sich Portugal als beliebtes Land bei den Co-Workern auf. (Remote Year, 2017)

In der Schweiz gibt es bis jetzt einen Organisator solcher Co-Working Retreats und zwar ist es Alpine Co-Working. Die Gründerin ist Isabelle Behrens, welche schon beim Aufbau des Impact Hub Zürichs mit dabei war. In den vergangenen zwei Jahren hat das Team von Alpine Co-Working 11 Retreats mit mehr als 420 Teilnehmer in meist abgelegenen Dörfern organisiert. Dabei ist jeder Retreat so individuell und das einzig Gemeinsame ist, dass sie in einem Alpinen Umfeld stattfinden. Generell bietet Alpine Co-Working jeweils einen Sommer sowie Winter Retreat für Individuelle an. Daneben finden für Firmen oder Vereine auf sie zu geschnittene Co-Workation statt. (Alpine Co-Working, 2017)

3.4. Co-Living

Im Ausland bieten immer mehr Co-Working Spaces auch die Möglichkeit von Co-Living an. Co-Living ist nichts Neues. Ebenfalls wurde das Co-Living populärer denn je im Zusammenhang

mit der Entwicklung der Sharing Economy. (Kasperkevic, 2016) So entstanden Konzepte wie das von Roam, welche ein internationales Netzwerk von Co-Living Spaces errichtet haben, in welchen jedoch auch ein Co-Working Space vorhanden ist. Roam richtet sich an Nomaden und wollen ihnen ein Zuhause sowie sozialen Anschluss an neuen Orten zur Verfügung stellen. (Roam, 2017) Das gemeinsame Zusammenleben ist meist von jüngeren Menschen bekannt, welche durch das Teilen der Wohnung Geld sparen. Doch bei den Co-Workern kommt die Motivation fürs Co-Living eher durch den Kontakt mit der Gemeinschaft sowie Komfort. (Kasperkevic, 2016) Denn unterschiedlich zu den herkömmlichen Wohngemeinschaften sind die Co-Living Angebote eher mit einem Leben wie im Hotel zu vergleichen. Denn Alltäglichen Arbeiten wie Putzen und Wäsche waschen werden einem abgenommen. (vgl. Anhang X) Der Co-Working Space Hubud in Bali will durch sein Co-Living Angebot ebenfalls allfällige Kulturshocks abfangen. Denn eine Reise in ein fremdes Land und die Unterkunftssuche vor Ort ist nicht unbedingt für jeden einfach. Deshalb bietet Hubud dies und noch Weiteres als extra Leistung an, um ihren Gästen so viel Komfort wie möglich zu bieten. (Hubud, 2017b)

In der Schweiz sind Co-Working Spaces noch kaum mit einem Co-Living Angebot verbunden. In touristischen Destinationen beginnen die Spaces Deals mit Hotels auszuhandeln aber das steht noch in den Anfängen (vgl. Anhang II). Bis jetzt gibt es zwei Co-Working / Co-Living Spaces und zwar sind das Seedspace in Genf und Swiss Escape in Grimentz im Wallis (Coworking Switzerland, 2017). Für die meisten Spaces kommt die Kombination mit Co-Living zurzeit nicht in Frage, da viele ihrer Co-Worker lokale Anwohner oder zum Beispiel Zweitwohnungsbesitzer sind (vgl. Anhang II). Auch wenn zum Beispiel auch in Verbier über ein solches Konzept nachgedacht wird, steckt der Co-Working Space selbst noch in den Anfängen und das Co-Living ist eine langfristige Vision. (M. Van Geest, Gründer des Mountain Hub Verbier, persönliche Mitteilung, 29. Oktober 2017).

3.5. Best Practice-Beispiele im Bereich Co-Working und Tourismus

3.5.1. Hubud Bali, Indonesien

Der Hubud befindet sich im Städtchen Ubud auf der Insel Bali in Indonesien und war der erste Co-Working Space auf der Insel. Er wurde von drei Auswanderern gegründet, welche Remote arbeiteten und sich zusammenschlossen. Um sie herum sammelte sich bald eine grosse Gemeinschaft von Remote Arbeitenden, gemischt von anderen Ausgewanderten sowie

Reisenden, welche sich länger in Bali aufhalten. (Hubud, 2017) Ihr Angebot geht weit über das Anbieten von Co-Working Plätzen hinaus. Sie bieten Co-Living in ihrer eigenen Villa Hubud Hut an. Daraus kreierten sie ein Co-Living-Packages, in welchem neben der Mitgliedschaft im Co-Working Space auch der Flughafentransfer, lokale Sim-Karte, persönliche Begrüssung, Welcome Kit und einen lokalen Shuttle zum Hubud mitinbegriffen sind. Ebenfalls werden Programme wie „Women in Transition“ oder „Corporate Retreat“ sowie andere im Bereich der Selbstverwirklichung sowie –Entwicklung angeboten. Der Co-Working Space an sich wird durch ein Kaffee sowie Restaurant ergänzt. Ausserdem finden unzählige Events und Workshops auch für externe Personen statt. Jedes Mitglied erhält automatisch einen H-Pass, mit welchem er Ermässigungen bei lokalen Partner erhält. Für ehemalige Hubud-Co-Worker wird die Plattform Hubud Global zur Verfügung gestellt. Darauf können weiterhin Ideen, Wissen und Erfahrungen ausgetauscht werden. Ausserdem sind Online-Kurse sowie eine Geschäftsallianz mit Stellenanzeigen darauf zu finden. Um auch etwas an die lokale Bevölkerung zurück zu geben, hat Hubud das Co-Giving mit integriert. Dabei teilen die Co-Worker ihr Wissen und helfen zum Beispiel einem Balinesischen Unternehmen mit der Erstellung einer Webseite oder bei anderen sozialen Projekten mit. (Hubud, 2017)

3.5.2. Nomad Cruise

Ein ganz anderes Konzept ist das im Jahr 2015 von einem Deutschen gegründete Projekt Nomad Cruise. Zweimal pro Jahr fährt ein Kreuzfahrtschiff mit 260 Co-Workern von Europa nach Zentralamerika. Die Reise dauert gut zwei Wochen und ging dieses Jahr von Gran Canaria nach Panama. Die Reise wird auf der Webseite von Nomad Cruise auch als Konferenz betitelt, wobei neben der Arbeit hauptsächlich das Networking und Erfahrungsaustausch im Vordergrund steht. Es soll eine Basis für Kollaborationen sowie Austausch sein. (Nomad Cruise, 2017)

3.5.3. Surfoffice

Das erste Surfoffice wurde vom Gründer Peter Fabor im Jahr 2013 in Gran Canaria eröffnet. Er suchte damals nach einem Ort wo er Arbeiten, Wohnen sowie Surfen vereinen konnte. Daraus wuchs rasch eine Community um ihn herum und es wurden fünf weitere Surf Offices in den Destinationen Barcelona, Málaga, Lissabon, Madeira sowie Ericeira eröffnet. Der „Hauptsitz“ ist mittlerweile nach Lissabon gezogen. Der Fokus verschob sich aufgrund der

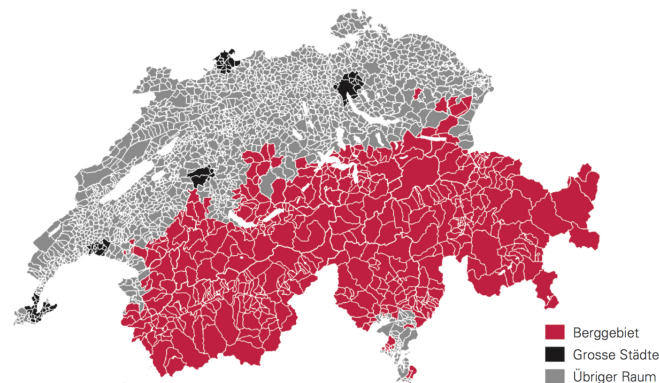
grossen Anfrage von Unternehmen auf „Company Retreats“. Für Firmen bieten sie neben Arbeitsplätzen und Unterkunft auch Workshops im Bereich Team Building, Aufbau einer Strategie, Hackatons für die Förderung von innovativen Ideen, Work-Leisure Beratung inklusive einem eigens kreierten Kalender. Ebenfalls betonten sie, dass auch das Image eines Unternehmens durch einen Aufenthalt im Surfoffice verbessert werden kann und durch dies zu einem attraktiven Arbeitgeber für junge Talente wird. (Surf Office, 2017a)

4. Co-Working in Alpinen Destinationen

4.1. Alpiner Tourismus

Der Schweizer Tourismus Verband STV definiert drei Raumtypen in der Schweiz, diese sind „Berggebiete“, „Grosse Städte“ und „übriger Raum“ (Hermann B. , 2016, S. 4).

Abbildung 2: Die drei Raumtypen der Schweiz



Quelle: (Hermann B. , 2016)

Im Gegensatz zum Tourismus in den Städten, verzeichnete der Tourismus in den Berggebieten einen bedeutenden Rückgang der Logiernächte (Hermann B. , 2016, S. 3). Wie der STV in seinem *Positionierungspapier zum Alpinen Tourismus* betont, ist „Gerade in Gebieten, in denen der Tourismus der Wirtschaftsmotor ist, sind diese Entwicklungen fatal und gefährden die Zukunft ganzer Regionen“(S3). Dabei betrifft dies nicht nur die traditionellen Branchen wie etwa die Hotellerie oder Restauration, sondern auch andere wie die Konstruktion oder Ladenverkauf. Der Rückgang der Logiernächte ist einerseits auf den schlechten Euro-Wechselkurs zurückzuführen. Andererseits hatte auch der Brexit Entschluss einen bedeutenden Einfluss, da der Britische Markt ein wichtiger touristischer Herkunftsmarkt ist. Eine weitere Herausforderung stellt der Rückgang der Skier Days⁴ in der Wintersaison dar. Im Vergleich zu anderen Destinationen im Alpinen Raum, haben die Skier Days in der Schweiz sogar um gut ein Viertel abgenommen. Diese starke Abnahme kommt daher, dass sich ausländische Gäste zunehmend für preiswertere Angebote in den Nachbarländern entscheiden und auch die Schweizer selbst ihre Ferien vermehrt auswärts verbringen.

⁴Ersteintritt bei der Bergbahn / pro Ski Tag / pro Skifahrer (Hermann B. , 2016, S.7)

(Hermann B. , 2016, S. 5-7) Ausserdem hat der zunehmende Klimawandel einen Einfluss auf den Tourismus und ist in der Wintersaison am stärksten spürbar. Inwiefern die Nachfrage von der Veränderung betroffen ist, kann noch nicht gesagt werden und muss langfristig beobachtet werden. Kurzfristig haben die obengenannten Beweggründe einen grösseren Einfluss auf die Nachfrage. Auf der Angebotsseite kann dafür proaktiv etwas unternommen werden. Nebst Herausforderungen stellt die Veränderung auch eine Chance dar, welche durch eine innovative Entwicklung des Angebots zum eigenen Vorteil genutzt werden kann. (Müller H. , 2011, S. 33)

Die allgemeine Situation hat sich im Schweizertourismus teilweise negativ verändert und ist unter anderem auf die Zweitwohnungsinitiative⁵, Frankenstärke zurückzuführen. Aber es gab auch positive Veränderungen wie mit der Vollzugsbestimmung der Schweizer Gesellschaft für Hotelkredite sowie den Standortförderungsprojekten. Um die aus der Veränderung resultierenden Herausforderungen zu meistern, hat das Parlament in der Herbstsession 2015 im Bereich der Standortförderung zusätzliche finanzielle Mittel zugesprochen. Diese Massnahmen sind zum Beispiel einen Verpflichtungskredit für Innotour⁶, welche den Strukturwandel im alpinen Tourismus unterstützen soll oder auch ein mehrjähriges Programm für die Realisierung der Neuen Regionalpolitik NRP. (Hermann B. , 2016, S. 7)

Neben den Herausforderungen bieten sich dem Alpinen Tourismus auch Chancen an, wie zum Beispiel die Digitalisierung. Es kann gezieltes und personalisiertes Marketing betrieben werden. Ausserdem betont Roland Schegg im Interview mit dem Magazin insight des Seco⁶ (2017, S.4), dass sich die Kleinstrukturiertheit gerade durch die Digitalisierung virtuell überwinden. Ausserdem entstehen innovative Geschäftsmodelle wie MiaEngadina. Dabei soll ein digitales Tal im Unterengadin entstehen und ist vorzeigende Beispiel eines NRP-Programmes (siehe Kapitel 4.1.1). Ein weiteres Beispiel ist das Projekt „Suisse Alpine 2020“ des Schweizer Alpen Klubs SAC, welche eine interaktive Plattform für Aktive in Bergen ist (Communicators AG, S. 3).

⁵Vergleich Seminar der Hochschule Luzern, „Zweitwohnungsinitiative: Wie weiter im Schweizer Tourismus“, vom 04.07.2012, Beitrag Roger Sonderegger „Zweitwohnungen im Alpenraum: Aktuelle Situation und institutionelle Rahmenbedingungen“ (Zweitwohnungen, 2017)

⁶Innotour & Seco: „Totalrevidierten Gesetzesgrundlagen über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Innotour) traten am 1. Februar 2012 in Kraft. Seither können beim Staatssekretariat für Wirtschaft SECO Finanzhilfesuche eingereicht werden. (seco, 2017)

4.1.1. Ansatz NRP und das Projekt Mia Engadina

Die Neue Regionalpolitik konzentriert sich auf der Förderung von Projekten auf der Grundlage der kantonalen Umsetzungsprogramme. Dabei konzentrieren sie sich auf die Unterstützung von Gebieten in den Bergen sowie auf dem Land und die Grenzregionen. Bei der Verteilung der Mittel pro Wirtschaftssektor kommt der Tourismus an zweiter Stelle. Total wurden in der ersten Programmperiode von 2008 bis 2015 rund 1'800 NRP Projekte unterstützt. Die zweite Periode läuft von 2016 bis 2019 und dabei soll die Wirkung der Konzepte noch weiter verstärkt werden. Im Mittelpunkt stehen Thematiken im Bereich Tourismus und regionale Innovationssysteme RIS. Im Tourismus sollen zum Beispiel Weiterbildungsprogramme ausgebaut, Förderung beim Aufbau von überbetrieblichen Plattformen sowie Erhalt und Ausbau der Infrastrukturen unterstützt werden. (pluswert gmbh, 2017, S. 4-9) Das Projekt Mia Engadina läuft unter die Thematik des „Wertschöpfungssysteme anzureichern bzw. neue zu schaffen“ (pluswert gmbh, 2017, S. 19). „Das Engadin will Gästen aus dem In- und Ausland Rückzug, Inspiration und Vernetzung bieten und mithilfe der Digitalisierung zum Arbeits- und Lebensstandort mit höchster Qualität werden“ so formuliert das NRP Projekt MiaEngadina sein Ziel (pluswert gmbh, 2017, S. 27). Dies soll durch die Verlegung von einem Glasfasernetz und dem damit zusammenhängenden Anschluss ans Breiband-Internet sowie dem Aufbau eines Co-Working Space-Netzwerk in den nächsten 15 Jahren erreicht werden. Die Vision ist es, die Chance der Digitalisierung, der Veränderung der Arbeitswelt und das grosse touristische Potential dieser Region zu nutzen. Der erste sogenannte Mountain Hub wurde im August 2016 in Scuol eingeweiht und somit ist der Grundstein für das Digi-Tal gelegt. Mia Engadina will digitale Nomaden sowie Organisationen mit den lokalen KMUs zusammenbringen und hofft, dass so weitere innovative Projekte entstehen, welche wiederum zur Wertschöpfung der Region beitragen. Das Projekt wird von über 40 Partnern hauptsächlich aus der Region unterstützt und erhielt von der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement (SVSM) den Award 2016 sowie ein Jahr zuvor von SUISSEDIGITAL den Innovationspreis. (MiaEngadina, 2017)

4.2. Wieso co-worken in den Bergen?

„We live in a hectic world. When working on certain projects, you need to put some distance between yourself any our first place of work (Absatz 6)“ kommentiert Jon Erni, Mitgründer von

MiaEngadina, im Interview von Swissinfo (Bechtel, 2016). Bergdörfer haben einen anderen Lebensrhythmus. Die Einwohner sind oft sportlich und haben einen engen Bezug zur Natur. Ausserdem ziehen diese Destinationen viel Abenteuer- und Risikofreudige Leute an, welche oft voller Energie sind. (Mountain Coworking Alliance, 2017) Dieser andere „Pace of life“ hilft, glaubt Martina Hänzi Betreiberin des Mountain Hub Scuol, wenn ein Individueller oder eine Gruppe sich auf ein Projekt konzentrieren möchte (vgl. Anhang II). Obwohl es Gegenstimmen gibt und die Gefahr sehen, dass Co-Working Spaces diesen noch ruhigeren Lebensstil in den Bergen stören könnten. Ermöglicht es den Individuen dennoch, zwischen der Arbeit ein paar Pisten zufahren oder laufen zugehen, umso den Kopf durchzulüften. (Michelson, 2017)

Ob es nur ein verlängertes Wochenende, eine Woche oder sogar Monate, es hilft sich aus dem Alltag zurückzuziehen und abzuschalten. Die Ruhe in den Bergen unterstützt die Produktivität sowie Konzentration, wie Haz von Swiss Escape erzählt. Er selbst kommt ursprünglich aus der Grossstadt Dubai und hat danach in Amsterdam gearbeitet. Somit hat er die Veränderung selbst erfahren (vgl. Anhang VIII). Viele Personen wählen aufgrund ihres Hobbies oder dem Wunsch der Natur nah zu sein, einen Wohnort in einer Alpinen Destination. Dabei möchten sie viel Zeit abseits des Computers verbringen und die Natur. Dies ist eine Motivation speditiver zu arbeiten. Ausserdem ist ihre Work-Life Balance dadurch besser ausgewogen, da sie mehr Zeit mit Aktivitäten verbringen, die sie glücklich machen. Dies hat wiederum einen positiven Einfluss auf ihre Produktivität und ihre gesamte Karriere. (The Ski Locker, 2017)

Aber es sind nicht nur Zugewanderte oder Touristen, welche am Co-Working in den Bergdestinationen interessiert sind. Oftmals sind Einheimische gezwungen aufgrund Jobmangel oder kleinen Karriereaussichten, ihre Heimdörfer zu verlassen. Durch Co-Working Spaces hätten sie die Chance zurück in die Dörfer zu kommen und so aktiv gegen das Bergdörfer-Sterben vorzugehen. (Schoenenberger, 2012) Ausserdem können sie zusammen mit den anderen Co-Workern eine stärkere Gemeinschaft bilden sowie die gesamte wirtschaftliche Kette und das Image der Destinationen positiv mitbeeinflussen. (Mountain Coworking Alliance, 2017)

4.3. Ausgangslage Co-Working Spaces in Alpinen Regionen

Grundsätzlich besteht laut SRF Schweiz Aktuell und der Referenz Avenir Suisse eine Nachfrage nach Co-Working Spaces in Bergdestinationen und die Gästegruppe Digital Nomaden stellen eine Chance für sie dar, da diese oft eine längere Aufenthaltsdauer haben (Honegger, B., 2017). Jedoch ist zu beachten, dass wie im Kapitel 4.1 die Alpine Destinationen und automatisch auch Alpine Co-Working Spaces vor unterschiedlichen Herausforderungen und mit ihnen auch vor wirtschaftlichen Schwierigkeiten stehen (vgl. Anhang I). Deshalb sind Konzepte der Co-Working Spaces in der Stadt nur teilweise auf die in den Alpen übertragbar (vgl. Anhang XII). Vor allem die Saisonabhängigkeit macht den Spaces je nach Destination mehr oder weniger zu schaffen. Damit sind saisonale Schwankungen definitiv eine Herausforderung. (vgl. Anhang I) Chris Thompson, Direktor des Hubud Bali, antwortete auf die Frage, was für Lösungsansätze er sieht, um Saisonale Schwankungen abzuschwächen folgendes:

It will be very hard to avoid seasonality as all spaces experience it. Some people like Winter, some don't. Some like summer, some don't. But the way to address it is to offer a very unique and engaging experience at the space. (C. Thomposn, Direktor Hubud Bali, persönliche Mitteilung, 29. Oktober 2017)

Die neuen Alpinen Spaces sprechen bereits existierende Zielgruppen der Destination an wie zum Beispiel die lokalen sowie zugewanderten Anwohner, Zweitwohnungsbesitzer oder der herkömmliche Tourist, welcher seine Ferien durchs Co-Worken verlängern möchte. Jedoch können auch neue Zielgruppen avisiert werden wie zum Beispiel der Geschäftsmann aus der Stadt, Unternehmen oder die Digitalen Nomaden. Zum heutigen Zeitpunkt sind viele der Space Betreiber noch mit dem Aufbau einer Gemeinschaft beschäftigt und haben sich noch nicht intensiv mit dem Bereich Tourismus befasst. Ebenfalls ist vielen Akteuren in den Destinationen wie zum Beispiel dem Tourismusbüro, Hoteliers, Immobilien Betreibern oder Bergbahnen die Chance, welche diese Co-Working Spaces mit sich bringen, noch nicht bewusst. (vgl. Anhang I) Co-Working ist vor allem in Alpinen Destinationen immer noch eine Nische wie Haz im Interview betont. Für viele Co-Working Spaces ist es schwierig rein aus dem Co-Working Angebot ein profitables Geschäft zu machen. Deshalb ist die Integration von weiteren Services und Produkten fast unumgänglich. Da die Schweiz hauptsächlich Co-Worker aus dem Inland

oder bereits gutverdienende ausländische Co-Worker anzieht, können diese Produkte auch zu einem angemessenen Preis angesetzt werden. (vgl. Anhang VIII)

4.4. Weltweiter Überblick der Alpen Co-Working Spaces

4.4.1. Nordamerika

Das grösste Alpine Co-Working Netzwerk weltweit ist in den USA und Kanada. Einige von ihnen haben sich zusammen in der Mountain Co-Working Alliance zusammengeschlossen. Zurzeit sind 16 Spaces in der Allianz. Davon sind zwei aus Europa mit dabei: der Ski Locker in Chamonix sowie der Mountain Hub in Verbier. (Mountain Coworking Alliance, 2017) Das Ziel der Vereinigung ist es, Wissen und Erfahrungen auszutauschen, da die Co-Working Spaces in den Bergen anderen Herausforderungen gegenübergestellt sind. Ausserdem profitieren die Co-Working Mitglieder von der Gemeinschaft, denn sie können in anderen Spaces der Allianz für eine gewisse Anzahl von Tagen gratis arbeiten. (vgl. Anhang VI)

4.4.2. Europa (ausserhalb der Schweiz)

In den französischen Alpen ist der Co-Working Space Ski Locker in Chamonix, Frankreich der Populärste. Ansonsten ist die Mehrheit der französischen Co-Working Spaces hauptsächlich auf die städtischen Regionen konzentriert. Der Ski Locker Chamonix ist Partner mit dem gleichnamigen Co-Working Space in Steamboat, Colorado. Die Co-Worker vor Ort sind hauptsächlich zugewanderte Bergbegeisterte, wobei viele von ihnen aus den USA oder Schweden stammen. Touristische Produkte wie zum Beispiel Packages oder Kooperationen mit den lokalen Tourismusunternehmen fanden bis heute noch nicht statt. (vgl. Anhang VI)

Aus einem Regionsentwicklungsprogramm im Tirol entstand der höchst gelegene Co-Working Space der Alpen. Der sogenannte CoWo Tirol ist ein Pilotprojekt, welches in der Wintersaison 2016/2017 stattgefunden hat. Der Co-Working Space befand sich im Bergstationsgebäude bei der Patscherkofelbahn bei Innsbruck auf 1'963 Höhenmetern. (Standort Tirol, 2017)

Der Co-Working Space Bansko in Bulgarien erennt sich selbst als Zuhause für Digitale Nomaden sowie Freelancer. Die noch eher unbekannte Ski Destination ist im Vergleich zu anderen Orten sehr preiswert und laut den Reviews haben es die Gründer geschafft, eine

starke Gemeinschaft an Co-Workern zusammenzubringen. Sie organisieren selbst keine Packages und bieten keine touristischen Service an. Sie sind jedoch gut mit den lokalen Akteuren verknüpft und auf ihrer Webseite sind zwei Guides über Bansko Allgemein und einer mit Tipps sowie Adressen für die Organisation von Co-Workation downloadbar. (Coworking Bansko, 2017)

4.4.3. Rest der Welt

Das weltweite Angebot an Co-Working Spaces in Bergregionen zu vergleichen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Dennoch möchte die Autorin auf zwei Co-Workation Projekte in Alpinen Destinationen hinweisen. Eines ist das siebentägige Programm von Alptitude, welches Co-Working, Wohlbefinden und Abenteuer in den Alpen zusammenbringt. Für das Jahr 2018 ist ein Event in der französischen Destination Samoens und einer in Mount Hood in Oregon, USA angesetzt. (Alptitude, 2017) Auch in einer der beliebtesten Regionen für Alpinen Tourismus weltweit, dem Himalaya, kann nun ein Co-Workation Package gebucht werden, da Trekking Trips nun auch mit Co-Working verbunden werden. Wie zum Beispiel die sieben tägige Reise „Coworkation for a cause“ in Nepal, welche von Coworkation einer Art Tour Operator organisiert wird. (Coworkation, 2017)

4.5. Übersicht Co-Working Spaces in den Schweizer Alpen

Aus den qualitativen Interviews sowie Internetrecherche lässt sich folgende Benchmark Tabelle der Co-Working Spaces in den Schweizer Berggebieten⁷ erstellen. Dabei wird analysiert, welche Zielgruppe sie ansprechen, ob sie touristische Produkte integrieren und Co-Living anbieten.

⁷Berggebiet; vgl. Kapitel 4.1. Alpiner Tourismus

Tabelle 1: Überblick Alpiner Co-Working Spaces in der Schweiz

Co-Working Space	Ort & Kanton	Zielgruppe	Touristische Produkte Ja/Nein	Ja: Welche?	Co-Living ⁸ Ja/Nein?
Mountain Hub⁹	Verbier, VS	Anwohner ¹⁰ , Unternehmen	Ja	The Big Ride (Packages)	Nein
Espace Simplon 8¹¹	Martigny, VS	Anwohner	Nein	-	Nein
Maison Blanche¹²	Monthey, VS	Anwohner	Nein	-	Nein
Swiss Escape¹³	Grimenz, VS	Individuelle Remote Arbeitende, Unternehmen	In Planung	Unternehmen-Retreats Auf Anfrage andere touristische Aktivitäten	Ja
Montagne Lab¹⁴	Crans Montana, VS	Anwohner	Ja	Alpmade (Packages aber ohne Co-Working, jedoch gleiche Assoziation)	Nein
Pura Worka (noch im Aufbau)¹⁵	Alpiner Standort wird bald verkündet, zweiter Standort ist in Lombok, Indonesien (Eröffnung Anfangs 2018)	Individuelle Remote Arbeitende, Unternehmen	In Planung	-	Unklar im Wallis, in Lombok Ja

⁸ Im gleichen Gebäude wie Co-Working Spaces. Partnerschaften mit Hotels sind hier ausgeschlossen.

⁹ (vgl. Anhang I)

¹⁰ Anwohner: Lokale sowie zugezogene Anwohner, egal ob aus der Schweiz oder Ausland.

¹¹ (espaces simplon 8, 2017)

¹² (vgl. Anhang IX)

¹³ (vgl. Anhang VIII)

¹⁴ (Montagne Lab, 2017)

¹⁵ (vgl. Anhang V)

Alpean ¹⁶	Laax, GR	Anwohner, Individuelle Remote Arbeitende, Städter	Ja	Physiotherapie und Training, Bike Garage	Nein
Mia Engadina ¹⁷	Scuol, GR	Anwohner, Städter	Ja	Co-Working Retreats mit Alpine Co- Working	Nein
Cloud Connection ¹⁸	St. Moritz, BE	Anwohner	Nein	-	Nein
Das Konzept ¹⁹	Interlaken, BE	Anwohner	Nein	-	Nein
Projekt noch nicht offiziell (noch im Aufbau) ²⁰	Adelboden, BE	-	Sehr wahr- scheinlich	-	unklar
Digital Glarus ²¹	Schwanden, GL	Individuell (Remote) Arbeitende, Städter	Ja	Aktivitäten und Ausflüge, Kulturelle Events	Ja
Working Point ²²	Altdorf, UR	Anwohner	Nein	-	Nein

Quelle: Tabelle der Autorin basierend auf den qualitativen Interviews (Anhang I-X) sowie Internetrecherche.

4.6. Bestehende touristische Angebote von Alpinen Co-Working Spaces in der CH

4.6.1. The Big Ride, Mountain Hub, Verbier VS

The Big Ride wurde von Jérôme Michellod, gebürtiger Lokaler und Besitzer des Outdoor Sportgeschäfts Backside in Verbier sowie Maarten Van Geest, Marketing Guru und Gründer des Co-Working Spaces Mountain Hub vergangenen Sommer 2017 ins Leben gerufen. Dabei geht es darum, innovative Konzepte zu kreieren, welche den lokalen Tourismus und die

¹⁶(Alpean, 2017)

¹⁷(vgl. Anhang II)

¹⁸(Cloud Connection, 2017)

¹⁹(DasKonzept, 2017)

²⁰(vgl. Anhang VII)

²¹(Digital Glarus, 2017)

²²(Working Point, 2017)

Infrastruktur unterstützen. Die meisten Pakete beinhalten eine sportliche Aktivität wie (E-) Biking, Klettern oder neu auch im Bereich Wintersport. Für Firmen werden diese Packages meist zusammen mit Team Building oder Leadership Aktivitäten angeboten. Diese finden dann jeweils im Co-Working Space Mountain Hub statt. Eines der Packages richtet sich gezielt an Digitale Nomaden, wurde jedoch aufgrund der Neuheit des Projekts noch nicht gebucht. (vgl. Anhang I) Laut Maarten wird sich The Big Ride in Zukunft vermehrt auf den Zielmarkt MICE, meetings incentives conferencing exhibitions, konzentrieren. (M. Van Geest, Gründer des Mountain Hub Verbier, persönliche Mitteilung, 08. November 2017).

4.6.2. Co-Living Swiss Escape, Grimentz VS

Swiss Escape ist der erste Co-Living und Co-Working Space in den Schweizer Alpen. Das Paar Haz und Fanny haben zwei Wohnungen mit acht Schlafzimmern und zwei Co-Working Spaces für ihr Konzept gemietet und eingerichtet. Das Projekt ging vergangenen Herbst in die Testphase und wurde offiziell ab vergangenen Januar lanciert. Seither werden Gäste aus der ganzen Welt begrüsst. Bis jetzt wurden überwiegend Digital Nomads von ausserhalb der Schweiz angesprochen. Haz beschreibt ihren typischen Alpinen Co-Worker wie folgt:

Our guests aren't typical of other co-working spaces. We have entrepreneurs, 80 % and not necessarily working for other companies. Of course, they are well travelled that's why Switzerland comes on to their list. Because they have been everywhere, seen a lot of things, they want to experience something new. Then they are sports enthusiast. Being in the mountains you have to be into sports, skiing, biking etc. and then lastly, they have a pretty good income. They don't have to think that much about their spending. They are willing to eat out every day if they want, to spend any amount of money if the experience is worth it. (vgl. Anhang VIII)

Im Sommer startete das Paar ebenfalls mit Firmen Retreats, welche laut Haz, grossen Anklang fanden. Anschliessend fand diesen Herbst das erste Bootcamp zum Thema Coding statt. Mit dabei war ebenfalls ein Student aus Sierre, der zudem sein Englisch durch den Kurs verbessern konnte. Für die Zukunft möchten sie enger mit der lokalen Tourismusorganisation

Val d'Anniviers Tourismus und weiteren lokalen Akteuren wie zum Beispiel der Ski Schule zusammenarbeiten und so ihr touristisches Angebot ausbauen. Ebenfalls wollen sie der lokalen Anwohnerschaft etwas zurückgeben. Der grosse Pool an Wissen der Co-Worker soll genutzt werden und diesen der Bevölkerung zur Verfügung gestellt werden, zum Beispiel in Form der Erstellung von Webseiten. (vgl. Anhang VIII)

4.6.3. Alpean - Reha für Geist und Körper, Laax GR

Alpean schafft die Balance zwischen Arbeit und Bewegung. Die Infrastruktur bietet den Co-Workern die Möglichkeit, im gleichen Haus ins Fitnessstudio zu gehen, Squash zu spielen und gegebenenfalls Rehabilitation zu besuchen. Ausserdem gehört eine Bike-Werkstatt zum Alpean Projekt. Diese sportliche Kombination kreiert eine Gemeinschaft und zieht eine spezifische Gruppe von Co-Workern an. (Alpean, 2017)

4.6.4. Pura Worka – International „Player“, Lombok und Wallis

Neil und Magda haben das Projekt Pura Worka dieses Jahr ins Leben gerufen. Bekanntheit erlangte das Projekt durch das lancierte Crowdfunding über die Plattform We Make It. Das Paar hat innerhalb kurzer Zeit eine solide Gemeinschaft in den Sozialen Medien aufgebaut. Ausserdem sind sie eng mit der Domain 7sky.life²³ verknüpft. (vgl. Anhang V) Pura Worka soll mehr als nur Co-Working Spaces in schönen Destinationen sein. Das Ziel ist es eine internationale Gemeinschaft aufzubauen und innovative Ideen und Ideale wie Nachhaltigkeit zu teilen. Ihr erster Co-Working Space wird in einer Partnerschaft mit dem Ökoresort DOME in Kuta auf der indonesischen Insel Lombok im Frühjahr 2018 eröffnet. (Pura Worka, 2017) Zurzeit sind sie auf der Suche nach einem zweiten Standort im Wallis. Das Ziel ist es einen Standort unten im Tal und einen oben in einer touristischen Bergdestination zu haben. Zurzeit stehen Crans Montana oder Zermatt in der engeren Auswahl. Damit wollen sie Strand sowie Bergdestination abdecken. Dies ist jedoch nur der Anfang. Sie planen aus diesem Mix von Tourismus und Co-Working eine Art Franchising aufzubauen und weitere Spaces zu eröffnen. Ihre Zielgruppe sind nicht nur Digital Nomads, sondern auch Interessenten die diese neue Art von Work-Life Balance kombiniert mit Ferien erfahren wollen. (vgl. Anhang V)

²³Online Plattform, welche sich für eine bessere Welt einsetzt. (7sky.Life, 2017)

4.7. Zielgruppen

Folgende Zielgruppen wurden aus den qualitativen Interviews mit zwölf Personen aus der Co-Working Szene herausgefiltert. Entweder zählen diese Gruppen bereits zu den Kunden oder es wird darüber nachgedacht, sie in Zukunft anzusprechen. In der unterstehenden Tabelle wird ebenfalls die Motivation pro Zielgruppe zum Co-Worken in einer Alpen Destination aufgeführt, welche auch in den Interviews genannt wurde. (vgl. Anhang I-XII)

Tabelle 2: Zielgruppen und Motivation zum Alpen Co-Working

Zielgruppe	Motivation für das Alpine Co-Working
Lokale Anwohner	<ul style="list-style-type: none"> • Weniger Pendeln • Karriere verfolgen und doch in der Heimat bleiben • Profitieren von neuem Wissen und Kontakten
Zugezogene Anwohner (CH und Ausland)	<ul style="list-style-type: none"> • Traum vom Wohnen in Bergregion verwirklichen und dennoch nicht auf Karriere verzichten müssen • Unterstützung zur Integration im Dorf (zum Teil auch grundsätzlich in der Schweiz) und Kontakte knüpfen
Zweitwohnungsbesitzer²⁴	<ul style="list-style-type: none"> • Motivation vermehrt hochzukommen oder gar seine Ferien verlängern zu können. • Neue Kontakte knüpfen
Städter mit flexiblen Arbeitsverhältnissen / Freelancer	<ul style="list-style-type: none"> • Pause vom Stadtleben • Kopf frei um sich auf neue Projekte zu fokussieren • Freizeitaktivitäten vermehrt auszuüben (Biken, Ski...)
CH-Familien	<ul style="list-style-type: none"> • Profitieren von vielen Schulferien und dennoch weiter Arbeiten im Ferien Ort. (Fordert Programm für Kinder oder einen Ehepartner/ Grosseltern)
Start-Ups	<ul style="list-style-type: none"> • Isolation für kreatives Denken und Fokus auf Projekt • Team Building

²⁴Die Bedürfnisse und Wünsche wären durch eine gezielte Umfrage in der Destination zu analysieren. Könnte ein interessanter Ansatz gegen die leerstehenden Zweitwohnungen sein.

KMUs bis zu Grossunternehmen (MICE)²⁵	<ul style="list-style-type: none"> • Incentive Reisen mit Workshops • Team Building • Leadership • Eventuell auch nur Nutzung Räumlichkeiten und zusätzlichen Dienstleistungen (Catering etc.) • Projektentwicklung • Meetings, Kongresse und Events
Universitäten, Bildungsinstitute	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungen • Workshops • Kurswochen
Studenten	<ul style="list-style-type: none"> • Isolierung und Konzentration auf Projekt Bsp. Bachelorarbeit
Berg-Tourist	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeiten und gleichzeitig Hobbies nachgehen sowie Zeit in der Natur verbringen.
Gesundheits-Tourist	<ul style="list-style-type: none"> • Burnout Vorsorge und doch nicht ganz aufzuhören zu arbeiten. • Physiotherapie / Personal Training / Life Coaching

Quelle: Tabelle der Autorin basierend auf qualitativen Interviews (Anhang I-X)

5. Umfrageergebnisse Nachfrage nach Co-Workation in den Alpen

Anhand einer quantitativen Umfrage soll eine Tendenz der Nachfrage nach Co-Workation in den europäischen Alpen erfasst werden. Total haben 60 Personen die Umfrage ausgefüllt und somit ist die Studie nicht repräsentativ. Aufgrund der geringen Teilnehmerzahl dient diese Studie lediglich als Grundlage zur Ideensammlung und um eine Tendenz abzulesen. Dennoch werden die Resultate zur Interpretation des Verhaltens und Wünschen der potentiellen Co-Workern verwendet werden. Von Total 60 Antworten sind 52 Personen an Co-Working Ferien in den Alpen interessiert. Mehr als die Hälfte der 52 würden zwei bis vier Wochen in der Destination verbringen. In Bezug auf die Saison ist die Wintersaison der Favorit mit 34 Ja-

²⁵MICE steht für Meetings, Incentives, Conventions, Events (Schweizer Reise-Verband, 2015)

Stimmen, danach folgt die Sommersaison mit 29 Antworten. Bei den Nebensaisons Frühling und Herbst besetzt der Frühling den dritten Rang und der Herbst somit den vierten Rang. 33 der 52 Antworten wollen die Reise selbst organisieren. Die 19 die gerne ein Package buchen wollen, wären nicht bereit mehr als CHF 1'000.- zu bezahlen. (vgl. Anhang XIV)

5.1. Destination

Bei der Wahl der Destination würden 28 Personen es bevorzugen in einer Destination zu bleiben und 24 könnten es sich vorstellen, ihren Aufenthalt in mehreren Destinationen zu verbringen. Die ersten drei Ränge besetzen die Destinationen Chamonix, Zermatt und Verbier was die folgende Abbildung veranschaulicht. (vgl. Anhang XIV)

Abbildung 3: Wahl der Destination

Which alpine destination/s would be on your list?



Quelle: (vgl. Anhang XIV)

5.2. Aktivitäten

Die untenstehende Tabelle zeigt die Reihenfolge der beliebtesten Aktivitäten auf, bewertet von 1 „gar nicht interessiert“ bis zu 5 „sehr interessiert“. Die Analyse der Beliebtheit der Aktivitäten ist daher relevant, da sie zur Interpretation der Interessen und zur Gestaltung von Paketen sowie dem Ausbau des Angebots dient. Beliebteste Aktivität ist das Entspannen und geniessen der Natur, was keine Überraschung ist, wenn man berücksichtigt, dass die Co-Workenden meist einen normalen Arbeitsalltag haben. Bei den sportlichen Tätigkeiten steht,

ableitend das der Winter die beliebteste Jahreszeit ist, dass Skifahren und Snowboarden mit 30 Stimmen an erster Stelle dicht gefolgt vom Wandern. Anschliessend folgt das Interesse an der lokalen Kultur, wobei dies eine gute Option für ein Package mit lokalen Partnern bieten könnte. Obwohl die Befragten während ihres Aufenthaltes am Arbeiten wären, sind sie an Weiterbildungsworkshops sowie Sprachkursen interessiert. Die weiteren Aktivitäten beinhalten andere Freizeitbeschäftigungen, welche in einer Alpen Destination häufig vorzufinden sind wie Velofahren, Klettern oder Bergsteigen. (vgl. Anhang XIV)

Tabelle 3: Analyse der Beliebtheit der Aktivitäten

Aktivität	Anzahl Bewertungen mit 5 (sehr interessiert)	Anzahl Bewertungen mit 4 (ziemlich interessiert)	Total
Entspannen und Natur geniessen	28	15	43
Skifahren / Snowboarden	30	10	40
Wandern	23	14	37
Kultur entdecken	26	9	35
Wellness	15	19	34
Deutsch, Französisch, Italienisch lernen	21	13	34
Weiterbildungsworkshop (Co-lernen)	18	13	31
Ski-Touren	20	11	31
Klettern	13	13	26
Velofahren	13	12	25
Bergsteigen	8	17	25
Party	4	21	25
Sports Coaching	7	10	17

Quelle: Tabelle der Autorin basierend auf Umfrage (vgl. Anhang XIV)

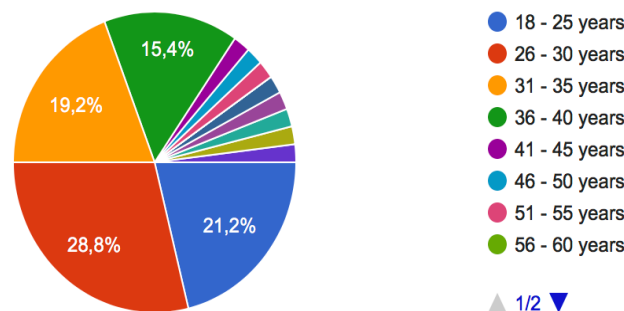
5.3. Demographische Merkmale

Von den 52 Antworten stammen 31 von Frauen und 21 von Männern. Dabei sind 39 Teilnehmer unter 35 Jahre jung, was das Bild der Umfrage verfälschen könnte. Die untenstehende Grafik zeigt, dass die Verteilung in den vier Altersgruppen zwischen 18 und 35 ziemlich gleichmässig ist. Die Gruppe im Alter zwischen 26 und 30 zählt Total 18 Antworten und ist somit die dominierende²⁶. Die schwächste Gruppe mit vier Antworten ist zwischen 41 und 55 Jahren. Die Mehrheit der Umfrageteilnehmer hielten sich zum Zeitpunkt des Ausfüllens in Europa auf. Jedoch sind auch Antworten von Befragten eingegangen, welche sich in entfernteren Ländern wie den Vereinigten Staaten, Neuseeland, Indonesien oder der Dominikanischen Republik befanden²⁷. (vgl. Anhang XIV)

Abbildung 4: Grafik Verteilung Alter

Age

52 Antworten



Quelle: (vgl. Anhang XIV)

²⁶Es ist ein Fehler beim Erstellen bei der Frage nach dem Alter unterlaufen. Die Befragten hatten die Möglichkeit, selbst eine Antwort einzugeben, deshalb haben drei Antwortende ihr Alter zwischen 26 und 30 selbst eingegeben und eine Antwort war „d“ und somit nicht verwendbar. Anzahl Antworten pro Gruppe: 18-25 Jahren = 11 Antworten, 26-30 Jahren = 18 Antworten, 31-35 Jahren = 10 Antworten, 36-40 Jahren = 8 Antworten, 41 bis 55 = 4 Antworten (vgl. Anhang XIV)

²⁷Auflistung der Länder in welchen sich die Befragten aufhielten: Schweiz, Frankreich, Österreich, Deutschland, Spanien, Slowenien, Grossbritannien, Neuseeland, Vereinigte Staaten, Dominikanische Republik, Saudi-Arabien, Indonesien, Taiwan, Thailand. (vgl. Anhang XIV)

6. Handlungsempfehlungen

Die folgenden Handlungsempfehlungen wurden aus den vorangehenden Seiten sowie den quantitativen Interviews und Best Practice Beispielen basierend auf Internetrecherche erarbeitet. Sie dienen als Ideenkatalog für Co-Working Spaces in Alpinen Destinationen, um ihr Angebot im touristischen Bereich auszubauen und das Geschäft auch in saisonal schwachen Zeiten zu stärken. Sie dienen ebenfalls als Anhaltspunkte auf was die Alpinen Spaces kurzfristig und langfristig ihren Schwerpunkt legen sollten. Resultierend aus der Umfrage (siehe Kapitel 5) ist die Nachfrage nach Co-Working in Kombination mit Ferien definitiv vorhanden. Je nach Destination eignen sich die untenstehenden Vorschläge mehr oder weniger zum Beispiel eignet sich Co-Living besser für eine kleine Destination. Ebenfalls spielt es eine Rolle, auf welche Zielgruppe der Co-Working Space den Schwerpunkt legt. Dieser sollte auch mit der Positionierung der Destination deckend sein. Im Falle des Mountain Hub Verbier wäre es aus kurzfristiger Sicht ein denkbarer Ansatz auf den MICE Markt zusetzen am meisten Sinn. Je nach Fokus und gewünschte Aktivität sind Unternehmen wahrscheinlich saisonunabhängiger, können eine grössere Anzahl von Teilnehmern mitbringen und sind oft finanziell bessergestellt als Individuelle (vgl. Anhang VII). Langfristig gesehen rät es sich, durch den voraussichtlich zunehmend wachsenden Markt an Alpinen Co-Working Spaces und auch deren Interesse an touristischen Services, sich zu differenzieren, positionieren und ein, auf den gewünschten „Arbeits-Tourist“ zugeschnittenes Angebot, zu kreieren. (McGrath, 2017) Ausserdem ist es wichtig einen Mehrwert zu schaffen, welchen die Co-Worker überzeugt, im Co-Working Space zu arbeiten, wie Rafael Enzler im Interview betont:

Ich habe schon das Gefühl, das viele Co-Working Spaces von der Atmosphäre und vom Lebensstil nicht den Ansprüchen entsprechen, dass ich bereit bin so viel zu bezahlen. Das ist natürlich einer der Schlüssel an einem Bergort. Die Hotellobby ist auch ein Co-Working Space oder meine Zweitwohnung ist eigentlich auch schon ein Remote Arbeitsplatz. Also muss ich wirklich Mehrwert entwickeln, wieso das ich ausserhalb meines Umfeldes, welches ich schon finanziere, nochmals arbeiten gehen soll. (vgl. Anhang VII)

6.1. Packages

Auf Deutsch auch als Pauschalreise bekannt und wird im Reiserecht folgendermassen definiert:

Die im Voraus festgelegte Verbindung von mindestens zwei der folgenden Dienstleistungen, wenn diese Verbindung zu einem Gesamtpreis angeboten wird und länger als 24 Stunden dauert oder eine Übernachtung einschliesst: Beförderung; Unterbringung; andere touristische Dienstleistungen, die nicht Nebenleistungen von Beförderung oder Unterbringung sind und einen beträchtlichen Teil der Gesamtleistung ausmachen (PRG 1 Abs. 1 / = Legaldefinition). (LawMedia AG, 2017)

Das heisst, dass die Co-Working Spaces bei der Zusammenstellung eines Pakets mindestens zwei Dienstleistungen zu einem Totalpreis anbieten müssen, um es als Pauschalreise zu verkaufen. In den folgenden Unterkapiteln werden Ideen für solche Pauschalreisen beschrieben.

6.1.1. MICE Package

MICE Reisen– meetings, incentives, conventions, events - sind Pauschalreisen, welche sich an Firmen richten (Schweizer Reise-Verband, 2015). Laut des Handbuchs für innovative Geschäftsmodelle für Agrotourismus wird dieser Markt oft unterbewertet, was nicht sein sollte, denn „etwa 20 % der Hotelübernachtungen werden durch den MICE-Markt generiert, dabei sind die klassischen Business-Kunden nicht mit inbegriffen“ (Hochuli, Huber, & Hofstetter, 2016, S. 24). Der MICE-Markt kann von Start Ups bis zu Teams aus Grossunternehmen alles sein. Surf Office (siehe Kapitel 3.2.1.) fokussiert sich seit längerem auf die sogenannten Firmen oder Team Retreats. Dabei geht es darum, die Routine zu brechen und das Team aus dem Büro in eine neue Umgebung zu bringen. Der Co-Working Space kann dabei lediglich mit dem zur Verfügung stellen der Räumlichkeiten und Catering dienen oder einen Ferienaufenthalt von A-Z organisieren. (Surf Office, 2017b) Alpine Destinationen bieten das optimale Work and Play Umfeld im Kontrast zu den Stranddestinationen an. Das Angebot an Aktivitäten und Natur bilden eine hervorragende Grundlage. Martina Hänzi von Mia

Engadina sowie Rafael Enzler von gut & gut sehen im MICE Bereich kurzfristig das grösste Potential (vgl. Anhang II & VII). Dies haben zum Beispiel auch schon Swiss Escape aber auch der Mountain Hub Verbier mit dem Konzept the Big Ride erkannt und wollen vermehrt auf den MICE Markt setzen (vgl. Anhang I & VIII). Neben Transport, Unterkunft, Freizeitaktivitäten und Arbeitsort können Co-Working Spaces im Bereich von Team Building Workshops, strategischer Planung, Innovationsförderung und Work-Life Balance Programme ein interessantes Angebot für Unternehmen kreieren (Surf Office, 2017b). Maarten vom Mountain Hub hat in einem persönlichen Gespräch die Überlegung geäussert, dass wenn man bedenkt, dass fast jede Tourismusorganisation selbst auch versucht das Segment MICE anzusprechen, wäre es für die Zukunft eine Überlegung wert, dass der MICE Markt in Form eines Mandates an den Co-Working Space übertragen werden könnte (persönlich Kommunikation, 31. Oktober 2017).

6.1.2. Aktivitäten-basiertes Package

Das Beispiel des Projekts The Big Ride in Verbier zeigt es bereits, dass Co-Working und Bergaktivitäten wie Mountainbiking oder Skifahren durchaus kombiniert werden können (The Big Ride, 2017). Wie in den vorangehenden Kapiteln beschriebenen Best Practice Beispielen, sind den Kombinationen kaum Grenzen gesetzt wie zum Beispiel Co-Working und Trekking im Himalaya oder Co-Working und Surfen in Portugal mit Surf Office. Jedoch müssen die Aktivitäten nicht nur sportliche Tätigkeiten sein. Wie aus der geführten Umfrage (siehe Kapitel 5.2.) zeichnet sich ein Interesse an der lokalen Kultur, Sprachen zu lernen und Weiterbildungsworkshops zu besuchen ab. Bei der Organisation solcher Packages, welche meist nur eine spezifische Aktivität integrieren, kann es von Vor- und gleichzeitig Nachteil sein, dass meist lediglich eine spezifische Zielgruppe angesprochen wird, wie zum Beispiel nur fahrradbegeisterte Personen. Wie Marie Eckert von Villageoffice betont, ist es schwierig alle Interessen in einem Packet zu vereinen. (vgl. Anhang IV) Dennoch sieht Rafael Enzler eine Chance, wenn man spezifisch für die Zwischensaison solche Kombinationspakete anbietet:

Ganz spezifisch in der Zwischensaison zu versuchen, Co-Working bezogene Angebote zu kreieren. Wie zum Beispiel Sport und Arbeiten. Selbst beginnen zu Programmieren also so Kursangebote, welche man selbst ausschreibt. Das ist jetzt sehr hypothetisch aber ich denke, wenn ich weiss, ein Teil ist Kurs und ein Teil ist Sport, plus ein Teil kann ich für mich

alleine Arbeiten, dass diese Kombination noch gut ist. Ich merke das bei mir manchmal, dass einfach drei Tage weg und gar nichts machen, ist manchmal weniger produktiv und wenn du wüsstest, dass am Nachmittag nie etwas ist, dann würde ich es eher mal angehen.

(vgl. Anhang VII)

Zu beachten bei solchen Paketen ist jedoch, dass je mehr Aktivitäten und dadurch zusätzliche Akteure der Destination mit einbezogen werden, desto komplexer kann es werden. Jenny Schäpper-Uster, Präsidentin des Vereins Coworking Switzerland weist darauf hin, dass es wahrscheinlich am schwierigsten sein wird, die Hoheiten in den Destinationen zu durchbrechen. Jedoch ist sie der Meinung, dass wenn man auf die Chance solcher Pakete hinweist und zum Beispiel Hotels aufzeigt, wie viele zusätzliche Logiernächte sie generieren könnten, sollten auch die traditionellen Abgrenzungen der Akteure überwunden werden können. (vgl. Anhang III)

6.2. Services für Individuelle

Wie sich aus der Umfrage im Kapitel 6 und auch aus dem Gespräch mit Samantha Wolf Co-Workationistin ergeben hat, lehnen es viele individuelle Co-Worker und vor allem vielgereiste Digital Nomads ab, ein Package zu buchen und organisieren ihre Reise lieber selbst (vgl. Anhang X). Ausserdem kommen die Co-Worker immer noch mit dem Hauptziel, zu arbeiten, in die Destination. Darauf wird von ihnen der Fokus gelegt und wenn dann noch Zeit für Freizeitaktivitäten bleibt, ist dies natürlich auch gut, wie Martina Hänzi aus ihrer Erfahrung mit dem Mountain Hub in Scuol erzählt. (vgl. Anhang II) Effizientes Arbeiten aber auch Komfort stehen an höchster Stelle (vgl. Anhang X). Das hat auch der Vorzeige Co-Working Space Hubud in Bali erkannt. Sie offerieren neben Co-Working und Co-Living Services wie Flughafenabholung, Transport Vorort, Sim-Karte und so weiter. Ausserdem befindet sich ein Restaurant und Kaffee auf dem Gelände sowie besitzen sie über einen Online Shop mit unter anderem Hubud T-Shirts. (Hubud, 2017) Auch Samantha Wolf betont, obwohl die Reisenden Co-Worker es grundsätzlich ablehnen Pakete zu buchen, sind sie doch um jede extra Leistung froh: „Sie wollen wirklich effizient arbeiten und alles was man ihnen abnimmt an organisatorischen Fragen, an Sachen, welche in ihren Augen ihre Zeit aufessen wie kochen, waschen und solche Sachen, da sind sie sehr dankbar“ (vgl. Anhang X).

Weitere denkbare Services wären nach dem Motto von Alpean für Körper und Geist wie zum Beispiel Fitnessklassen anzubieten (vgl. Kapitel 5.5.3) oder einen Shop mit Souvenirs und regionale Spezialitäten wie im Mountain Hub in Scuol (vgl. Anhang II).

6.2.1. Plattform

Unter dem Aspekt Komfort läuft auch die Vision von Pura Worka, welche es ihrer Gemeinschaft ermöglichen wollen, alle Dienstleistungen an einem Ort zu buchen und somit eine positive Erfahrung bereits vor der Abreise zu kreieren. Das heißt das der Co-Worker seinen Arbeitsplatz, Flughafenabholung, Skilektion und eine Workshop Anmeldung mit einer Buchung auf einer Plattform erledigen könnte. (vgl. Anhang V) Durch die Digitalisierung ist eine Verknüpfung solcher Services an einem Ort durchaus möglich (Communicators AG). Darauf weist auch Christian Laesser im Interview über die Digitale-Tourismuswirtschaft und die Bündelung von Angeboten im Magazin Insight vom Seco hin:

Die Frage lautet: Wie sieht meine Dienstleistungskette aus? Und welche Dienstleistungen produziere ich selber, welche kaufe ich ein, bei welchen kooperiere ich mit einem anderen Leistungsträger? Im Zeitalter der Digitalisierung lassen sich solche Dienstleistungsketten viel einfacher erstellen, ausgerichtet an strategischen Besucherströmen. (Communicators AG, S. 4)

Ebenfalls wäre es denkbar, dass die Plattform für den Austausch von Wissen mit der lokalen Bevölkerung genutzt werden könnte, wie es die Vision der Swiss Escape Gründern ist (vgl. Anhang VIII). Das sogenannte Skill-Sharing wird auch vom Hubud in Bali bereits angeboten. Jedoch findet dort die Vermittlung auch noch nicht online statt. (Hubud, 2017)

6.2.2. Pass

Vermeht sind in Alpinen Destinationen Pässe erhältlich, welche unterschiedliche touristische Dienstleistung zu einem reduzierten Preis oder gar gratis anbieten. Wie zum Beispiel in Verbier der Infinite Playground Pass. (Verbier, 2017) Als Co-Working Space wäre es auf der einen Seite denkbar, selbst als Partner im Angebot eines solchen Passes aufgelistet zu werden. Auf der anderen Seite könnte ein Co-Working Space selbst einen Pass kreieren, wie

der Hubud es mit dem H-Pass bereits getan hat. Mit der Mitgliedschaft bei Hubud bekommt jeder einen H-Pass, mit welchem er Reduktionen bei lokalen Partnern zwischen 10-20% Prozent erhält. Die meisten Partner sind Kaffees und Restaurants im Dorf aber auch mit dabei sind Yoga sowie Spa Zentren, Bike-Touren Anbieter oder The Crew, welche Workshops für Unternehmer anbieten oder auch Roam, eine internationale Co-Living Plattform. (Hubud, 2017c) Je nach Attraktivität des Angebots könnte ein solcher Pass auch für die Zielgruppe der Zweitwohnungsbesitzer von Interesse sein und ein Überzeugungsgrund von der Zweitwohnung in den Co-Working Space zu wechseln darstellen (vgl. Anhang VII).

6.3. Co-Living

Das Konzept des Co-Livings ist hauptsächlich in Co-Working Spaces in Asien auffindbar (vgl. Kapitel 3.4.). Ob dieses Konzept in Alpinen Destinationen in der Schweiz Sinn macht ist unklar und wäre zu untersuchen. Sicherlich ist es eine Frage des Budgets aber auch wäre zu überprüfen, ob die Unterbringung der Co-Workern nicht eher als Lösungsansatz von fehlenden Logiernächten in der Hotellerie und der Belegung von leerstehenden Zweitwohnungen gesehen werden könnte (vgl. Anhang II). Jedoch kann Co-Living je nach Grösse der Destination das Angebot attraktiver machen. Wie Haz Gründer und selbst Mitbewohner im Co-Living Space Swiss Escape in Grimentz erwähnt. Das Zusammenleben ermöglicht sofortigen Anschluss an eine Gemeinschaft zu finden, was in kleineren Destinationen ansonsten sich als schwierig erweisen kann, da oft auch eine vorhandene sprachliche Barriere eine weitere Hürde darstellt. Ausserdem stellt Co-Living vor allem in kleinen Destinationen mit limitieren Freizeitangebot eine weitere Einnahme Quelle für den Co-Working Space dar. (vgl. Anhang VIII)

6.4. Bildung / Workshops

Ein Co-Working Space ist nicht nur Co-Worken oder Co-Living sondern kann auch ein Ort für Co-Learning sein. Ein grosser Pool an Wissen kommt zusammen und dieses kann mit den Co-Workern, während des Arbeitens oder aber auch in Form eines Workshops oder Bootcamps geteilt werden. (vgl. Anhang VIII) Diese Workshops sind auch für Teilnehmer von ausserhalb interessant, wie sich zum Beispiel beim Social Media Workshop im Mountain Hub Verbier gezeigt hat (vgl. Anhang I). Das generelle Interesse an Weiterbildungsworkshops wie

Sprachkursen (vgl. Kapitel 6) zeigt, dass für ein solches Angebot ein grosses Potential besteht und Co-Working Spaces ein Ort der Bildung sind.

Auch von der Seite der Bildungsstätten können Co-Working Spaces von Interesse sein. Im einst geplanten Co-Working Space am Bahnhof von Davos, waren E-Learning Kurse der Hochschule Chur für die Sportstudenten geplant. Leider kam das Projekt nicht zu Stande aber die Idee ist durchaus umsetzbar. (vgl. Anhang VII) Auch im CoWo in Tirol fanden Lehrveranstaltungen der Universität Innsbruck statt (Standort Tirol, 2017).

6.5. Sektion / Gemeinschaft Alpiner Co-Working Spaces

Nach dem Modell der Mountain Co-Working Alliance aus den Staaten könnte auch in Europa eine Allianz gegründet werden. Ob nun als Teil der vorangehenden Allianz oder zum Beispiel als Untersektion des Vereins Coworking Switzerland sei daher gestellt. Sich zusammenzuschliessen dient einerseits des Erfahrungsaustausches aber auch zu Marketingzwecken. Diese Vernetzung erwähnt auch Rafael Enzler: „Man muss einen gemeinsamen Erfrort leisten, um dieses Angebot gemeinsam bekannt zu machen. Das braucht schon noch sehr viel Überzeugungsarbeit“ (vgl. Anhang VII). Auch Haz von Swiss Escape weist auf die Wichtigkeit eines Zusammenschlusses hin (vgl. Anhang VIII).

Gleich wie bei der Mountain Co-Working Alliance könnten die Co-Worker der Spaces gratis Arbeitstage in den anderen Alpenen Spaces haben und sollen so motiviert werden, auch andere Destinationen zu besuchen. Ein solches Angebot kann vor allem für Auswärtige von Interesse sein, denn wie sich in der Umfrage zeigt, ziehen es 46.2% in Betracht in mehreren Destinationen während eines Aufenthaltes zu verweilen. (vgl. Anhang XIV) Wie Nicola vom Ski Locker Chamonix erzählt, hat ein Mann in den Staaten eine Tour aller Alpenen Co-Working Spaces der Allianz gemacht (vgl. Anhang VI). Ebenfalls im Maison Blanche in Monthey kam ein Mann, ursprünglich aus Montpellier, auf einer Tour von Co-Working Spaces bei ihnen vorbei (vgl. Anhang IX).

6.6. Partnerschaften mit internationalen Co-Workation Operator

Wie bereits im Kapitel 3.3. erwähnt, nehmen die Tour Operator ähnlichen Plattformen für sogenannte Co-Workation oder auch Co-Working Retreats zeichnet sich eine stetige Zunahme ab. Der Co-Living / -Working Space Swiss Escape hat bereits Partnerschaften mit solchen:

We have some with international firms, to bring in online communities of workers to present us and say what are the benefits when you come here. And also, we partner sometimes with Co-Workation, we partner with them to organize a joint Workation – Swiss escape with Co-Workation. (vgl. Anhang VIII)

Auch Pura Worka ist für ihr Space in Indonesien mit der Plattform Remote Year in Kontakt. Dabei würden sie die Gruppe von Co-Workern für einen Monat in ihrem Space aufnehmen. (vgl. Anhang V) Jedoch fügt Jenny Schäpper-Uster ihre Bedenken zu solchen Programmen hinzu. Obwohl es interessant wäre Teil eines solchen Programm zu sein, muss man zuerst die Kapazität und die Zeit haben, diese hohe Anzahl von Leuten zu betreuen. (vgl. Anhang IV)

6.7. Tourismusorganisation

Für einen Alpinen Co-Working Spaces kann die Zusammenarbeit mit der lokalen Tourismusorganisation eine grosse Chance darstellen. Kooperationen sind fast unumgänglich für zum Beispiel einen im Kapitel 6.2.2. erwähnten Pass oder bei der Zusammenstellung eines Packages. Ebenfalls könnten Spaces von der Übertragung gewisser Aufgaben profitieren. Zum einen könnte das zum Beispiel in der Form eines Mandates geschehen wie im Kapitel 6.1.1. erwähnt. Ausserdem wäre es denkbar, dass das Konzept Co-Working Teil des Tourismusbüros 3.0 wird (vgl. Anhang VII). Auf die Tendenz zu diesem Ansatz wird ebenfalls in zwei Interviews hingewiesen. Zum einem von Jenny Schäpper-Uster:

[...] elektronischen Touristenbüro²⁸ oder Verkehrsbüro, dass das allenfalls mit einem Co-Working Space verbunden wird. Diesen Wandel, das Leute dort ankommen und sehen, ah

²⁸ Tourist Office 3.0 ist ein nationales Projekt, welche die Funktion des klassischen Tourismusbüros im Zeitalter der Digitalisierung hinterfragt. Dabei liefern 16 Destinationen Informationen zur Analyse. Das Projekt läuft vom 01. Januar 2017 bis 01. April 2018. (Seco, 2017)

da könnte ich auch hier arbeiten, es hat gutes Internet. Und wer da affin ist, ist Rafael Enzler von der Firma Gut & Gut (vgl. Anhang III).

Rafael Enzler meinte zu diesem neuartigen Ansatz selbst folgendes:

Es wäre ähnlich wie in Davos, ein bisschen mehr als nur Co-Working. Das Co-Working wäre einfach einen Komponenten dazu. Man arbeitet momentan an einem Projekt über die Zukunft vom Tourismusbüro, vom klassischen zum Tourismusbüro 3.0 und dabei ginge es mehr um eine Weiterentwicklung. (vgl. Anhang VII)

In der Realität wird dieser Ansatz bereits teilweise im Mountain Co-Working Space in Scuol umgesetzt. Durch die Konzeption das ein Shop mit Produkten aus der Region sowie eine von aussen deutlich sichtbare Empfangstheke Teil des Co-Working Spaces ist, lädt die Laufkundschaft ein, einen Blick reinzuwerfen und sich mit den Betreibern auszutauschen. (vgl. Anhang II) Auch in Verbier sendet das Tourismusbüro Personen in den Mountain Hub um den Kopierer zu nutzen. Oftmals sind es Auswärtige und die Co-Workenden stehen häufig auch noch zur Beantwortung von zusätzlichen Fragen zur Verfügung. (M. Van Geest, Gründer des Mountain Hub Verbier, persönliche Mitteilung, 29. Oktober 2017).

Aus den Interview wurde mehrmals der Wunsch nach mehr Unterstützung von der Destination vor allem in der Nebensaison betont. Schlussendlich sollte es im Interesse von beiden Seiten sein, die Nebensaison zu beleben (vgl. Anhang VIII). Haz von Swiss Escape äusserte folgendes Anliegen:

The more we go on, the more better it gets. The month of May and November everything closes in the station and we can't ask guests to come and then they have nothing to do. So that's something we can't control and it's something we need to discuss. They should still let places open, because we bring people in off season. When they could really benefit from it. (vgl. Anhang VIII)

Genauere Zahlen über die potentielle Anzahl neuer Gäste können hier nicht aufgeführt werden, da diese Untersuchung den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Jedoch könnten diese Zahlen von Interesse für die ganze Destination sein, wenn die zusätzlichen Gäste zum Beispiel die Mindestauslastung der öffentlichen Verkehrsmittel auch in der Nebensaison sicherstellen könnten (M. Tormbitas, Professorin FH, Persönliche Mitteilung, 2. November 2017). Aus der Sicht des Destinationsmanagements könnten durch einen Co-Working Space einen neuen Visitor Flow entstehen (Beritelli, Reinhold, Laesser, & Bieger, 2015). Auch diese Analyse eines solchen neuen Flows hat inhaltlich in dieser Arbeit keinen Platz.

6.8. Überprüfung der Hypothesen

In der Einleitung unter dem Kapitel Zielsetzung wurden Hypothesen im Zusammenhang zur Forschungsfrage aufgestellt. Zum Abschluss dieser Arbeit wird nun überprüft, ob diese verifiziert oder falsifiziert werden können.

1. ***Co-Working Spaces haben das Potential durch touristische Produkte eine ganze Destination zu beleben, sofern andere touristische Akteure mit ihnen kooperieren. Dadurch können Co-Working Spaces Logiernächte erhöhen.***



Für die Erstellung touristischer Services, welche auch Angebote ausserhalb des Spaces mitintegrieren, sind Kooperationen mit lokalen Partnern fast unumgänglich. Durch diese Zusammenarbeit, könnten lokale Akteure Einnahmen generieren und somit würde der Space zusätzliche Bewegung in den Ort bringen. Ob es genug wäre, um eine ganze Destination zu beleben, wäre zu untersuchen. Es käme sicher auf die Grösse des Spaces und die geplanten touristischen Produkte an. Ausserdem sind Kooperationen oft mit exklusiven Partnern vereinbart und somit gäbe es immer solche, welche nicht von den Co-Working Spaces profitieren könnten (vgl. Anhang I). Durch die Ansprache neuer Zielgruppen, welche eventuell weniger saisonabhängig sind da das Arbeiten immer noch im Mittelpunkt steht, könnten die Spaces einen eventuellen Beitrag gegen die fehlenden Logiernächte in der Nebensaison leisten (vgl. Anhang II).

2. ***Co-Working Spaces können neue Kundengruppen in eine Destination bringen.***



Im Kapitel 4.7. wird eine Liste an zum Teil bereits angesprochenen, zum Teil neuen Zielgruppen präsentiert. Diese wurden anhand der Interviews (Anhang I-XII) zusammengestellt. Einige von ihnen, wie die Zweitwohnungsbesitzer sind schon in der Destination anzutreffen. Andere dagegen, wie Start-Ups oder Bildungsinstitute wären neue potentielle Kundengruppe.

3. ***Touristische Produkte stellen eine zusätzliche Einnahmequelle für Co-Working Spaces dar.***



Wie Maarten im Interview bereits betont, kann ein Co-Working Space in einer Alpinen Destination alleine ohne zusätzliche Produkte kaum überleben. Durch die Lage des Spaces in einer touristischen Destination ist es naheliegend, dass ein Ansatz für zusätzliche Einnahmen aus touristischen Aktivitäten stammen. (vgl. Anhang I)

4. ***Lokale Tourismusorganisationen und Co-Working Spaces werden in Zukunft immer mehr verschmelzen.***



Im Lösungsansatz im Kapitel 6.7. werden erste Zusammenarbeiten von lokalen Tourismusorganisationen und Co-Working Spaces aufgezeigt. Es ist durchaus denkbar, dass das Co-Working Modell Teil des neuen Tourismusbüro 3.0 sein wird. Jedoch ist es noch zu früh um eine klare Aussage machen zu können.

Schlusswort

Durch diese Studie hat sich gezeigt, dass touristische Produkte in Kombination mit Co-Working einen Lösungsansatz für Alpine Co-Working Spaces sein können, um ein durchs ganze Jahr durchgängigen Betrieb zu etablieren. Ob dies nur ein Nebeneinkommen ist oder zur Haupteinnahmequelle werden könnte, kommt auf das Geschäftsmodell des Spaces drauf an. Die Angebote sind vielfältig und können auf unterschiedliche Zielgruppen angepasst werden. Durch diese Flexibilität können sie auch auf die Nebensaison übertragen werden. Die durchgeführte Umfrage zeichnet eine wahrscheinliche eine Nachfrage nach Co-Working Ferien in den Bergen ab. Diese Nachfrage müsste jedoch nochmals durch eine weiterführende Umfrage überprüft werden. Ebenfalls weisen die Veränderungen im Arbeitsmarkt sowie die Zunahme an Co-Working Spaces schweizweit auf einen zunehmenden Markt hin.

Die Absicht dieser Arbeit war es, dem Auftraggeber Möglichkeiten an touristischen Lösungsansätzen aufzuzeigen, welche ihn unterstützen können, den Space das ganz Jahr zu beleben. Aus der Analyse des bestehenden Angebots und den geführten Interviews können kurzfristige sowie langfristige Empfehlungen und Ideen abgegeben werden. Kurzfristig bieten sich Pakete mit Co-Working und anderen Tätigkeiten wie Team Building oder Outdoor-Aktivitäten im MICE Bereich an. Langfristig gesehen ist es von Nutzen zuerst die Destination und ihre Zielgruppen zu analysieren, um sich so richtig positionieren zu können. Egal wie die Positionierung sein, sind Kooperationen mit anderen touristischen Akteuren fast unumgänglich, um eine vollumfänglich positive Erfahrung durch die Dienstleistungskette hindurch zu kreieren. Durch Zusammenarbeit kann lokalen Akteuren, wie zum Beispiel einer Skischule, die durch den Co-Working Spaces zusätzlichen Einnahmen aufgezeigt werden. Ebenfalls sind Partnerschaften unter den Alpenen Co-Working Spaces nach dem Modell Mountain Co-Working Alliance aus den Staaten und Kanada zu empfehlen. Da es sich das Co-Worken in den Bergen noch um einen Nischenmarkt handelt, könnten die Spaces vom Erfahrungsaustausch und gemeinsamen Marketingmassnahmen profitieren. Ausserdem wäre für die Nebensaison Kooperationen mit internationalen Co-Workation Organisatoren denkbar, sofern der Co-Working Space über die nötige Kapazität verfügt.

Aufgrund der Neuheit des Phänomens Co-Working in Kombination mit Tourismus, waren dieser Arbeit Grenzen in der wissenschaftlichen Literaturrecherche gesetzt. Vor allem in Bezug

auf den Alpinen Tourismus und Co-Working. Die aus der Umfrage resultierende Nachfrage nach Co-Workaiton in den Bergen stellt ebenfalls nur eine Momentaufnahme dar und müsste länger laufen sowie breiter gestreut werden, um eine klare Aussage machen zu können. Für weiterführende Arbeiten zu diesem Thema könnte eine Hochrechnung der potentiellen Logiernächte generiert durch den Co-Working Space es von Interesse sein. Ebenfalls könnte eine Umfrage mit den Zweitwohnungsbesitzern in der Destination von Interesse sein, umso mehr über Ihre Bedürfnisse zu erfahren und eventuell das Angebot auf sie abzustimmen. Zu Letzt wäre es von Bedeutung die Rolle des Co-Working Spaces in Bezug auf das Destination Management Modell und dessen Visitor Flows zu analysieren. Vor allem im Hinblick auf die mögliche Entwicklung eines Tourismusbüros 3.0, welches Co-Working mit integrieren könnte.

Literaturverzeichnis

7sky.Life. (20. 11. 2017). *Who we are*. Von:

<https://www.7sky.life> abgerufen

Alpean. (12. 11 2017). *Home*. Von:

<https://alpean.spaces.nexodus.com/de> abgerufen

Alpine Co-Working. (29. Oktober 2017). *Alpine Co-Working*. Von:

<http://www.alpynecoworking.com> abgerufen

Alptitude. (11. November 2017). *Next Events*. Von:

<http://www.alptitu.de> abgerufen

Bechtel, D. (2016). *Fast internet to bring digital nomads to Alps*. Von:

https://www.swissinfo.ch/eng/engadine_fast-internet-to-bring-digital-nomads-to-alps-/42309418 abgerufen

Beritelli, P., Reinhold, S., Laesser, C. & Bieger, T. (2015). *The St.Gallen Model for Destination Management*. St.Gallen: Institute for Systemic Management and Public Governance

Bolz, N. (01. Januar 2016). *Wertewandel*. Von:

<http://werteindex.de/werte/> abgerufen

Bouncken, R. B., & Reuschl, A. (2016). Co-Working-spaces: how a phenomenon of the sharing economy builds a novel trend for the workplace and for entrepreneurship. *Review of Managerial Science*. Von: DOI: 10.1007/s11846-016-0215-y abgerufen

Brouzos, J. (19. April 2016). Wie das Teilen von Wohnungen und Büros in der Schweiz Einzug hält. *Tagesanzeiger online*. Von:

<https://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/wie-das-teilen-von-wohnungen-und-bueros-in-der-schweiz-einzug-haelt/story/15225745> abgerufen

Cloud Connection. (10. November 2017). *Home*. Von:

<https://www.cloudconnection.ch> abgerufen

Communicators AG. (2017). Impulse für einen erfolgreichen Schweizer Tourismus. *insight*, S. 3. Von:

https://www.seco.admin.ch/dam/seco/de/dokumente/Standortfoerderung/Tourismus/Newsletter/Newsletter_10/Insight.pdf.download.pdf/newsletter_insight_dt.pdf

Coworkation. (07. November 2017). *Impact Nepal*. Von:

<https://coworkation.com/details/impact-nepal/> abgerufen

Coworking Bansko. (11. November 2017). *Home*. Von:

<http://coworkingbansko.com> abgerufen

Coworking Switzerland. (27. Oktober 2017). *Spaces*. Von:

<https://coworking.ch/spaces/> abgerufen

Daskonzept. (10. November 2017). *Pop-Up Interlaken*. Von:

<http://daskonzept.ch/de/Das-Konzept/Showrooms/Pop-Up-Interlaken> abgerufen

Deloitte. (01. Mai 2015). Von Sharing Economy: Teile und verdiene! Wo steht die Schweiz?.

Deloitte. Von:

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/consumer-business/ch-de-cb-sharing-economy-teile-und-verdiene.pdf> abgerufen

Deloitte. (01. Januar 2016). *Deloitte*. Von Der Arbeitsplatz der Zukunft:

<https://www2.deloitte.com/ch/de/pages/consumer-business/articles/workplace-of-the-future.html> abgerufen

Digital Glarus. (10. November 2017). *Home*. Von:

<https://digitalglarus.ch> abgerufen

Economiesuisse. (01. Januar 2017). Von Der digitale Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft.

Economiesuisse Dossier Politik. Von:

<https://www.economiesuisse.ch/de/dossiers/schweizer-erfolgskriterien-gelten-auch-der-digitalen-zukunft/dossier> abgerufen

espaces simplon 8. (08. November 2017). *Accueil*. Von:

<http://espacesimplon8.ch> abgerufen

Foertsch, C. (28. November 2016). 2017 Global Coworking Survey - First results. *Deskmag*.

Von: <https://fr.slideshare.net/carstenfoertsch/the-first-results-of-the-2017-global-coworking-survey> abgerufen

Foertsch, C. (01. Januar 2017). 2017 global coworking survey - Member demographic.

Deskmag. Von:

<https://www.slideshare.net/carstenfoertsch/members-of-coworking-spaces-demographic-background-global-coworking-survey-80058366> abgerufen

Foertsch, C., & Cagnol, R. (26. August 2013). Von Es war einmal...Die Geschichte von

Coworking in Zahlen. *Deskmag*. Von:

<http://www.deskmag.com/de/die-geschichte-von-coworking-spaces-in-zahlen-zeitleiste-868> abgerufen

Fullerton Lemons, J. (02. Februar 2015). Consulting Firm Experiments with 'Holacracy'. *SAGE*

Publishing. Von: DOI: 10.1177/2374556814565101.

Hermann, B. (2016). *Positionspapier Alpiner Tourismus*. Bern: Schweizer Tourismus Verband

STV.

Hermann, D. M., Nowak, M., Bosshardt, L., & Milic, D. T. (2016). *Vernetzte Schweiz 2016*.

Zürich: Forschungsstelle sotomo GmbH.

Hochuli, A., Huber, M., & Hofstetter, P. (2016). *Innovative Geschäftsmodelle für den Schweizer*

Agrotourismus. Zollikofen: Berner Fachhochschule BFH Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL.

Hubud. (29. Oktober 2017a). *Home*. Von:

<https://hubud.org> abgerufen

Hubud. (29. Oktober 2017b). *Coliving in Bali*. Von:

<https://hubud.org/coliving-bali/> abgerufen

Hubud. (29. Oktober 2017c). *H-Pass*. Von:

<https://hubud.org/h-pass/> abgerufen

Hummel, K. (06. Januar 2016). Von Nichts mehr zu verlieren. *Frankfurter Allgemeine*. Von:

<http://www.faz.net/aktuell/stil/leib-seele/ein-neuer-lebensstil-erwaechst-der-minimalismus-13994513.html> abgerufen

immodea. (01. Januar 2017). Shared Workspace Markt Schweiz 2017. *immodea*. Von:

<https://www.immodea.ch/sws2017/> abgerufen

Kasperkevic, J. (20. März 2016). Von Co-living – the companies reinventing the idea of roommates. *The Guardian*. Von:

<https://www.theguardian.com/business/2016/mar/20/co-living-companies-reinventing-roommates-open-door-common-> abgerufen

Latitude Life, connected. (01. Januar 2010). *The new sharing economy*. Von:

<https://www.shareable.net/blog/the-new-sharing-economy> abgerufen

LawMedia AG. (10. November 2017). *Definition Pauschalreise*. Von:

<https://www.reiserecht.ch/pauschalreiserecht/definition-pauschalreise> abgerufen

Liniger, R. (01. November 2016). Bernpunkt: Co-Working Spaces. Was ist das Geheimnis ihres Erfolges?. *Wirtschaftsraum Bern*. Von:

http://bern.impacthub.net/wpcontent/uploads/sites/201/2016/09/wibe_BERNpunkt_No13_ew07_2.pdf abgerufen

Müller, G. V. (03. Juni 2015). Unternehmen lernen zu teilen. *Neue Zürcher Zeitung*. Von:

<https://www.nzz.ch/wirtschaft/unternehmen-lernen-zu-teilen-1.18554475>
abgerufen

Müller, H. (2011). *Der Schweizer Tourismus im Klimawandel: Auswirkungen und Anpassungsoptionen*. Von:

<https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/seco/nsb-news/medienmitteilungen-2011.msg-id-41053.html>

Martel, A. (10. 01 2017). Warum Migros jetzt auch Co-Working-Spaces anbietet. *NZZ*. Von:

<https://www.nzz.ch/wirtschaft/geschaeftsidee-business-center-warum-die-migros-jetzt-auch-co-working-spaces-anbietet-ld.138872> abgerufen

McGrath, J. (07. Februar 2017). *Part 3. The rise of the co-working space: co-working as tourism*.

Von:
<https://www.myob.com/au/blog/the-rise-of-the-co-working-space-co-working-as-tourism/> abgerufen

MiaEngadina. (20. November 2017). *Mountain Coworking*. Von:

<https://www.miaengadina.ch/mountain-coworking> abgerufen

Michelson, M. (22. November 2017). Coworking Spaces are coming to a ski resort near you.

Von:

<https://www.powder.com/stories/news/coworking-spaces-coming-ski-resort-near/>
abgerufen

Migros-Genossenschafts-Bund. (26. Oktober 2017). *Factsheet VillageOffice*. Von:
[http://www.villageoffice.ch/fileadmin/user_upload/customers/villageoffice/Medien
dateien/20170317_VillageOffice_Factsheet_Auflageblatt_Engagement_Migros_DE.p
df](http://www.villageoffice.ch/fileadmin/user_upload/customers/villageoffice/Medien/dateien/20170317_VillageOffice_Factsheet_Auflageblatt_Engagement_Migros_DE.pdf) abgerufen

Mohn, T. (04. April 2017). *The Digital Nomad Life: Combining Work and Travel*. *New York Times*. Von:
[https://www.nytimes.com/2017/04/03/business/digital-nomads-work-tour-
ism.html?_r=0](https://www.nytimes.com/2017/04/03/business/digital-nomads-work-tour-ism.html?_r=0)

Mok, K. (22. September 2016). *Can co-working vacations offer a better work-life balance?* Von:
<https://www.treehugger.com/culture/coworkations-better-work-life-balance.html>
abgerufen

Montagne Lab. (10. November 2017). *Co Working: Montagne Lab*. Von:
<http://alpmade.ch/montagnelab/> abgerufen

Mountain Coworking Alliance. (30. Oktober 2017). *Mountain Coworking Alliance*. Von
<http://8150.co/mountain-coworking-alliance/> abgerufen

Mountain Coworking Alliance. (11. November 2017). *Mountain Coworking Alliance*. Von:
<http://mca-community.strikingly.com> abgerufen

Nomad Cruise. (29. Oktober 2017). *Home*. Von:
<https://www.nomadcruise.com> abgerufen

Pelzer, C., & Burgard-Arp, N. (03. Februar 2017). Collaborative Economy und Crowd Entrepreneurship: Kollaboration, neue Selbstbestimmtheit und neue Business Modelle. *Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH*. Von: DOI 10.1007/978-3-658-17031-8_7 abgerufen

Pfeil, S. (02. Oktober 2017). Werteorientierung und Arbeitgeberwahl im Wandel der Generationen. *Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH*. Von: <http://www.springer.com/de/book/9783658163334>

pluswert gmbh. (27. Oktober 2017). Neue Regionalpolitik des Bundes. *Staatsekretariat für Wirtschaft SECO*. Von: https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Publikationen_Dienstleistungen/Publikationen_und_Formulare/Standortforderung/Broschuren/die-neue-regionalpolitik-des-bundes.html.

popupoffice. (27. Oktober 2017). *This is how it works*. Von: www.popupoffice.ch abgerufen

Pura Worka. (22. November 2017). *About*. Von: <http://puraworka.com> abgerufen

Putra, G. B., & Agirachman, F. A. (2016). Urban Coworking Space: Creative Tourism in Digital Nomads Perspective. In *Proceedings of Arte-Polis 6 International Conference*, (S. 169-178). Von: https://www.researchgate.net/publication/311861535_Urban_Coworking_Space_Creative_Tourism_in_Digital_Nomads_Perspective abgerufen

Reichlin, M. (23. August 2016). *www.uni.de*. Von Werte und Wertewandel - Gesellschaft und Mensch im Fluss: <https://uni.de/redaktion/werte-und-wertewandel> abgerufen

Remote Year. (29. Oktober 2017). *Where we go*. Von:

<https://remoteyear.com/where-we-go> abgerufen

Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalising world. *Tourism Recreation Research*. Von:

DOI: 10.1080/02508281.2015.1075724 abgerufen

Roam. (29. Oktober 2017). *Home*. Von:

<https://www.roam.co> abgerufen

Roblek, V., Meško Štok, Z., & Meško, M. (01. April 2016). Complexity of a Sharing Economy for Tourism and Hospitality. In *Proceedings of Tourism and hospitality industry 2016 trends and challenges conference*. (S. 374-387) Von:

DOI 10.13140/RG.2.1.3000.2165 abgerufen

Scheidt, P. (13. Mai 2016). Die neuen Hippies. *Das Magazin*. Von:

<https://www.dasmagazin.ch/2016/05/13/die-neuen-hippies/> abgerufen

Schoenenberger, M. (18. Juli 2012). Mehr Zuwanderung bitte. *NZZ*. Von:

<https://www.nzz.ch/schweiz/mehr-zuwanderung-bitte-1.17368055> abgerufen

Schoop, F. (26. Oktober 2017). Beim Bahnhof Enge entsteht das grösste Wohnzimmer Zürichs. *NZZ*. Von:

<https://www.nzz.ch/zuerich/beim-bahnhof-enge-entsteht-das-groesste-wohnzimmer-zuerichs-ld.1324233> abgerufen

Honegger, B. (Redaktionsleiter). (21. November 2017). *Digitale Nomaden*.

[Fernsehübertragung]. Zürich, ZH: SRF Schweiz aktuell.

Schweizer Reise-Verband. (01. März 2015). Die Schweizer Reisebranche. *Schweizer Reise-Verband*. Von:

http://www.srv.ch/fileadmin/ablage/dokumente/konsumenten-brancheninfos/15-03-05schweizer_reisebranche.pdf abgerufen

Schweizer Tourismus-Verband. (01. Juli 2017). Schweizer Tourismus in Zahlen 2016. *Schweizer Tourismus-Verband*. Von:

http://www.swisstourfed.ch/files/infothek/Vademecum/2016/StiZ_de.pdf.

SECO. (20. November 2017). *Innotour*. Von:

<https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour.html> abgerufen

Seco. (22. November 2017). *Tourist Office 3.0*. Von:

https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour/Gefoerderte_Projekte/2016-bis-2019/-tourist-office-3-0-.html abgerufen

Selloni, D. (2017). *CoDesign for Public-Interest Services*. Basel: Springer International Publishing AG.

Standort Tirol. (11. November 2017). *Standort Tirol*. Von:

<https://www.standort-tirol.at/page.cfm?vpath=meta/impressum> abgerufen

Surf Office. (29. Oktober 2017a). *Home*. Von:

<https://www.thesurfoffice.com> abgerufen

Surf Office. (29. Oktober 2017b). *Company Retreats*. Von:

<https://www.thesurfoffice.com/company-retreats/> abgerufen

The Big Ride. (15. November 2017). *Concept*. Von:

<https://www.thebigride.ch/fr/> abgerufen

The Ski Locker. (30. Oktober 2017). *Chamonix*. Von:

<http://www.theskilocker.com/chamonix> abgerufen

UNWTO. (01. Januar 2008). *Understanding Tourism: Basic Glossary*. Von:

<http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryen.pdf> abgerufen

UNWTO. (01. August 2017). UNWTO Tourism Highlights. *UNWTO*. Von:
DOI: 10.18111/9789284419029 abgerufen

Varga, C. (2016). *Handbuch das Emphatische Hotel*. Wien: Zukunftsinstitut Österreich GmbH.

Verbier. (15. November 2017). *Infinite Playground Pass*. Von:
<http://www.verbier.ch/en/offers-and-specials.htm> abgerufen

VillageOffice. (27. Oktober 2017). *Home*. Von:
<http://www.villageoffice.ch/> abgerufen

Water-Lynch, J., Potts, J., Butcher, T., Dodson, J., & Hurley, J. (2016). *Co-Working:
A Transdisciplinary Overview*. Melbourne: RMIT University.

Weichbrodt, D. J., Berset, D. M., & Schläppi, M. (2016). *FlexWork Surve 2016: Befragung von
Erwerbstätigen und Unternehmen in der Schweiz zur Verbreitung mobiler Arbeit*. Olten:
Fachhochschule Nordwestschweiz, Hochschule für Angewandte Psychologie.

Wolf, S. (29. Oktober 2017). *Co-Workationist: With a little help from my friends*. Von:
<https://coworkationist.com/2015/11/08/with-a-little-help-from-my-friends/>
abgerufen

work smart. (27. Oktober 2017). *Home*. Von:
<http://work-smart-initiative.ch> abgerufen

Working Point. (10. November 2017). *Co-Working*. Von:
<https://www.workingpoint.ch> abgerufen

Zweitwohnungen. (20. November 2017). *Literatur*. Von:
<https://www.zweitwohnungen.ch/literatur> abgerufen

Anhang I: Interview mit Maarten Van Geest, Mountain Hub Verbier

Das Interview mit Maarten Van Geest, Gründer des Mountain Hub Verbier und Partner des Projekt the Big Ride, fand im Restaurant Vie Montagne in Verbier am 29. Oktober 2017 statt.

Anita: Tell me about your first year with Mountain Hub...

Marteen: The first season 2016/2017 was working really well and I was surprised and I had enough of a buffer and I was thinking it's going to take me over May and June, which are really quiet in Verbier. However, May was so much quieter, because everyone has a flexible contract, which is the concept. And most with a monthly were saying sorry we are going away, it's not worth to pay my contract, I'll quit for a month or two. Then you see people slowly coming back and when they come back, they don't immediately start. Because they are like I want to save a little bit of money, let's start a little bit later when I need it. So, May and June were really difficult and destroyed my buffer and made it more difficult the whole summer. Then you see that Verbier slowly becomes a summer resort but it's not busy enough. So, summer is okay but not interesting and wouldn't be money making. Most people in Summer are on holiday and they don't work. The winter people are in holiday but still work. Because a lot of people don't want to tell their employees or colleagues that they are away two times in the winter for skiing. So mostly what they say "I'm on holiday but I'm still available". So, they work and prefer to work in an office and they are not next to their wife which is angry anyway, if they want to work in the office. That's the reality I've seen. So, winter is going to be busy again this year. I'm sure it's going to be full, which is great. However, in a touristic area like Verbier, I'm not sure if Co-Working by its own can survive. I think Co-Working needs a connection with touristic activities to make sure it's going to work. These days Co-Working is a Baby booming Industry which means, it's searching its own identity and in the cities, you see an identity coming up. It's so booming that they are trying to differentiate themselves, so the simple co-Working Spaces who rent out desks are existing but now other concepts are trying to take over and some of the concepts are concepts related to businesses, which are offering their staff to work there. For example, SBB or other companies allow their staff to work in every city in Switzerland as long as they are in an office and they can do that in Co-Working Spaces. The other thing you see developing is, you see a café and in the café next to it you see a Co-Working Spaces, which doesn't need any service, as the café is doing the service. They are the two main

concepts existing and now at the moment another concept which is coming up, is a more office related one. A Co-Working space which is mainly focused on offices and then freelancers can come and work there, which is very popular and I think this is maybe the only one who can survive, because you have the security of local business to come. Mountain Hub is an open space Co-Working Space without private offices, so it will be difficult...but I have one company, which is based there, who are working there but for the rest of it there is not another company, except one person who wants to settle themselves. I have space for these two maybe another one, if it's only two people. That would be ideal gap to fill up but the other gap would be touristic activities and that's I think really a development and it might exist already in Bali where there are Co-Working Space which are related to touristic services.

A:...they are connected to everything...

M: And that's something, a year ago I did some research but I did not really take holidays over the past year, I only did small trips, so I got disconnected to my own work and I never had time and energy, to really had time into the research and innovative mode, but I hope in the holiday that I have some time and energy to go back to it, what I used to do. It is to discover a bit the market and the industry and I...the problem with the industry is, that it's a baby booming one, it's like champignons coming out everywhere. So, it doesn't know its own identity and it's discovering it now. In five to ten years there will be books and they will have different names for every different type of the industry in the Co-Working and I think one of that, which I think I need to develop, is touristic activities connected to Co-Working Space. I've started the big ride, because I believe in it. With the big ride we connect already teambuilding activities with...however we only had a single client for teambuilding, because we only started really late this summer and the problem with the big ride is, we try to be a bit to general. With biking events, we started but we tried to be open for anyone and this is quite hard to find a focus and to do it next to a business. I really struggled to make it happen. The only thing is that I worked really to my limits because I have my business partner and he asked me to join in and when I say okay I'm doing something, then I'm trying to make it happen. But this first summer was a slow start. Really slow start because it was really difficult to be visible. So, we had our first client only coming in July and August and end of August we suddenly got requests over the internet: "oh I'm going to come to Verbier, do you have an idea what I can do with this, this, this...I want to do this trip, can you customize it?", Yes you can. The we had the issue that

we worked with a hotel which was closing earlier, then previewed was. Because they were struggling with the summer and our goal is to work with more hotels. Now we work with several hotels. For example, now we work with the Bristol, which is a really good hotel and we haven't done any collaboration yet, but...because we visited two weeks ago...but he is very motivated and he is open year-around. The idea is that we are going to develop trips for digital nomads, for people who just want to get inspired in the offseason, which is more or less affordable, but it's still more expensive than going to Bali but there are people really want to go to Switzerland...ehm...and from the spring time, May and June, we would like to connect it with presentations or any kind of inspirational trips. For example, with Stefany Barker, which is doing social media workshops or marketing workshops, Tec marketing workshops...there could be a gap to fill up. Trying to organize trips for people for a weekend or a week to work in the space. There is a huge market in that. This year we did it with a social media workshop, last year we did it with a website workshop, it works. however, there is someone else who needs to organize it, because it costs me too much time and some other people are willing to organize it and I can get a little bit of benefit out of it and everyone is a happy person and it pays them the money, which they have to pay me for the desk as well. So, if they have more income, they are able to pay my rent. But there is a huge cap I see...finding a market with the big ride connected. That people want to come out to Switzerland...maybe with Co-Living, doesn't really has to be the living but the co-working industry which wants to be on the road combined with activities, which are connected to us. There should be an advantage for them, doing those trips. For example, getting a reduction on a e-bike during the trip. Sadly, a lot of shops and people here are not really open here, in offering something whilst we don't see the price. Because the advantage of packages is, that people don't see the price, we can do something hidden. We can offer a bike ride for 20.-. but the people don't see it, they only see the total price. There is still a lot who find it too expensive, where I'm not agree, yes ski and bike need service but because of one ride, the service can't be so big. But there is always a gap between the opinions.

A: Actually, Martina from Mia Engadina said yesterday...

M: Oh you spoke to them?

A: Yes. It was really interesting, I don't know if you know about the project?

M: No...

A: So, they (Explaining the Project of Mia Engadina and then starting to talk about the retreats of Alpine Co-Working)

M: One side I believe there is a market for retreats but retreats in general are always a lot of work, with not much outcome. I loved to do that but the only thing I learned now, is there is a lot of things I'm good, so I need to save my time. So, I rather find a way, yes, I can put a lot of effort for a little bit of money but however there needs to be around a concept as well a market, of which you can receive a lot of people throughout the year, so work May, June and throughout October. It needs to be busy, yeah, it needs to be always around 10-15 people. Because Co-Working Space itself doesn't need to make a lot of money but in the moment, I'm able to connect the Co-Working with the big ride, it will be much more interesting, because if people stay in a hotel and go on a bike trip, so we can make a service while we make something. And that's something I'm discovering a bit where...and...

A: Do you have a lot of request in that? Are the people coming to you when they arrive and request it, like I want this service and so on...

M: no, not really. People who come now, know it already here. People you need to search...What I think I really the business you need to go for...ehm...is team building trips for companies. A lot of team building trips are touristic. However, often you go with the company somewhere, do some sport activities and that's all. But the advantage of Verbier is that it offers this stunning nature and it's the vibe, you know the good vibe. And that's what Verbier is good at and there is a market. There are some companies doing it already. A lot of teambuilding trips are kind of guiding, like ski trips. But that's not really trips...some companies come here and want to have kind of good meetings and then go outside. That's why I believe there is a good market involved but you have to find the companies who have the budget.

A: Yeah, that's true or the small companies with the projects.

M: Yeah maybe I should focus on small companies, but Verbier is not cheap.

A: Yeah not really Start-Ups. When I was in the Impact Hub Bern I met a guy from Losing & Marazzi and one from the Post, both responsible for innovative development and those guys like to work in Co-Working spaces to change their mind...

M: What could be maybe interesting is to find people from other ski resorts and maybe invite them. For example...can you imagine that for example Televerbier or people from the office du tourism are invited to Austria to get inspired. That could also be interested. The other thing is it is difficult to make a focus. I think you are right about the small businesses. Because they might want to relax a bit as well, they mind pay a bit more, because they are kind of in holidays but in the meantime, they want to learn something.

A: Yes, I think they need to see kind of a benefit. Either they really want to focus on a project and don't want to care about anything else or really coming here and want to learn something. And Martina was saying that they start to focus on the second residences. But not sure if this is suitable for Verbier, as people come and go already and it's easier to reach than Engadin...

M: it's difficult to say...most of the people who came last year they have a good job, some people have a chalet and just want to escape. However, those people don't come in the quite periods.

A: Maybe off season is really more for the Swiss market, for people who want to quickly escape a bit...

M: Yes, or generally people who want to escape. It is really stressful these days...I know there is a market, there are companies, who allow their staff to go abroad to get inspiration. This is also something interesting to do, to tell companies abroad, listen you pay this fee, you can send your staff. You could offer your people, listen 50% of your holidays are paid by the company. Because that's the Co-Working part and the part of the hotel. But the Co-Workation is not really the focus now, but I see it a bit as Co-Workation. It is not something which is very popular yet. But we need to find a gap in the market. Co-living is very popular but I don't have a Co-Working. We could do that in Verbier but it's really difficult and expensive in Verbier.

A: I think Switzerland is again totally behind regarding this topic. Most of the hubs I spoke to are like “no,no,no, we are not doing this, we focus only on the Swiss market”. So, you are the first one who talks about the market abroad.

M: it is a difficult market...what I might believe is now, is that by creating certain activities, certain trips in the off-season for next year and I would like to do that before new year. Means early winter. To create ideas for people to come here in May or June and that should be activities who should have their own focus. Mountain Hub is slowly growing...I could spend more time to connect to media because everyone who comes to hub...but I don't really have time because I'm doing too many things at the moment but the good thing is, that there are already quite a few people following me online and most the people I follow, they...a lot of people I heard saying "I would like to go there" that's a bit the thing. I think there is a lot of people...well it's also for me, if I see so many things happening in Bali in Co-Working Spaces. For me I don't want to go there but if it's on my secret bucket list, then maybe I want to go there. If I would go in this direction, then I'm going to pass there. So, for me...there is maybe an interesting market...why should people come here? Right I believe for example, that e-biking opens a lot of doors, especially in May and June nothing is open. E-Biking you can do always also without lift. But there are not many other activities you could do.

A: But that comes from the whole image of the destination because in Engadin they are going to have now again a busy month, nearly like in August.

M: But my goal is to create something like les Elfes does. Not the same activities like the camp but les Elfes manages to do it their own way, so make business year around. They don't need Verbier. Les Elfes is an Institute itself and they have just a huge success in what they are doing here. However, they had a budget behind it and they have the advantage they are doing camps for schools or children from certain places. So, what they do, they go abroad on huge shows. For those camps, you have fairs where they have meetings and maybe on one day they have 14 meetings. And we won't be able to do that but what we are going to be able to do is, we are going to reach a certain industry...there is one advantage they are online. It's not easy to attract people online...it needs to have an excuse, it needs to have an interesting program and maybe you need to connect it to something else. Maybe you need to connect it to something else...that you maybe have certain activities for a certain price and maybe if your other Co-

Working Spaces from Europe which you are collaboration with, if their members book, they can get something extra or a certain reduction, it could maybe be an opening, because the people working in those spaces, there you find your people. Because I'm a Co-Worker, I would love to go to Portugal, to work there four days and do some surfing. There is a gap, if you look more in Switzerland, then we maybe fall back more on Companies, small businesses. But the question is more how to connect them? Because I know that there is for example with Pop Up Offices, they have contract with bigger companies, and they have a certain amount...when-ever they go, they get an invoice in the end of the month for people who work there. But the question is, I'm so far away. I'm not in a location, that if you are the owner of for example losinger & marazzi, you tell your employees if you are around Verbier, you can work there, you just have to put in the code on the website. It's not going to happen, because all these people won't go extra to Verbier only for Co-Work. I believe much more if they want to go here for a unique experience and combine it then with Co-Working.

A: I think the Co-Working is then more a nice to have.

M: So, there you could say for example, you are going to work in Verbier to disconnect. Which maybe means, you are going out here and do a trip, staying minimum one night and that means you receive 2 days of Co-Working and around that you have some sports activity, which you could do maybe with another company which does activities anyway or maybe people want to go up the mountain itself. On the other side, I know that every company does team building. The point is, it's an existing market but the people who come, are sometimes coming back. For example, I know that Philipp Morris works with Kandoo Events in Verbier. They are one of their biggest customers. Philipp Morris has around 10-20 times people coming up here. In the winter, there is once per month, more or less, a group coming. They have dinner and sledging and then they go back to Lausanne. And then once a year they do a trip in Verbier, teambuilding trip, well probably more a Team-Company-Trip. So yeah...

A: So, if you could link it...

M: Well yes, I could, I worked for her some bits...haven't been in touch much lately, but maybe I should be connecting with her. If you think it's interesting for Philip Morris to do some networking...So there I believe you are right, big companies like that you can do a lot of things...you could do a trip and you could also offer a Co-Working option.

A: Yes, I think it's only the beginning until others know you. You would need to find the beginning with some companies...

M: Well I find it hard to find the beginning. Because...the thing is...I can spend a lot of time in contacting companies, which we are anyway going to do with the big ride but potential business at least let them know what we are going to do. The other thing is we are going to fish in a big pool full of fishes and the fishes have a lot of options to eat, because these trips, they could do them wherever they want.

A: The thing with the big companies is, that they have their resources to organize their trips by themselves.

M: The good thing with talking to them, you can do new things. The only thing is...it's not that easy...it's a long shot...I would maybe love to get more information what some big companies...maybe get in touch...what kind of interest they have to do in a big mountains resort. There are amazing team-building opportunities...however...

A: What does make them book...

M: What does make them want to come. What's their interest...if there is anyone willing to say okay let's go to Verbier and do some Co-Working. I know in the winter people are combining it, people want to go for a ski and sometimes think I'm going to Verbier and I'm going to work a half a day...the only thing is the winter is not my main...

A:...in winter you have enough customer...

M: Well enough...it's always good to get more but I'd rather be full, full, that I have to find a solution for some space. The main thing I see is the off-season, May and June. However, companies are happy to go then...

A: As they want to focus on something like Project management or Team-Building, they don't need everything to be open.

M: But I think there is a lot of...I think there is a lot of opportunities. How would a space like this would be able to sell the whole space to a company and say listen, we can do everything.

Because that's the advantage of the big ride – we can do everything for them and if it's getting too big for us, we are working with Kandoo. Because Kandoo does luxury Teambuilding.

A: And who do you use actually for teambuilding?

M: Actually, it depends what kind of activity, I'm a sports coach for uni-hockey. I used to be coach there for 10 years and so if it's a small event, I can do it. Mid-August I did it with my clients, an electricity company from Lausanne. I did the teambuilding in the Hub, it's a kind of introduction game, before so they loved that. Then we developed the program, e-biking...ehm...Let's go back to the main question...how to make the Hub working as well in the off-season? Ah...now I know where we were...With a teambuilding trip, if we are working with a professional...maybe in future I would like to go to do further educations. I love to connect sports with the real life, which is a great example. The thing is, with team building, is like with Sports teams, it's the same thing we have here with Verbier. A lot of people are complaining about the tourism office and marketing. There is a lot of thing happening backstage, there is a lot of people trying to complain. Maybe they don't do their job but it's not easy to do the job to promote Verbier. Because we live with a lot of different communities in this town...it's not possible to make everybody happy. The success of a commune is about what the people do here to keep it alive. But a lot of people here are so lazy because the destination was always promoted until around 10 years ago. Now people are saying they do a bad job, we don't get people anymore. But they don't ask themselves how can I make my business more successful, and if I can proof I can get more clients, then I can complain at the office why don't you help enough to make it even bigger. Because I can do it. Les Elfes should be allowed to say, yes you should promote us more, because we are the only one make it happening to have tourist all year around. It's maybe not the tourist who are going to spend money in a bar, but they go to the supermarkets, souvenir shops, Crêperie and so on. They bring money into Verbier. And there is a huge cap. But however, I love to work with a team and if we need professionals we going to hire them. For example, with the big ride we work together with a mountain guide and we also use him, in case we do team building or if maybe, companies want to go on the mountain and want to do team building there. Then he could be a guide and a coach. You have the biking which we do with professional guides. The e-biking with bike part and sports activities we did at the golf area and there it's the ski school which is taking care of it and they are professional in what they are doing. So that's a good thing. The other thing with companies

is...companies always need inspiration. Where would be the step to contact them. Of course, you can explain them or you could be creative, hosted...you are right, I should work closer to kandoo and tell her, listen if you have anything with clients, which you would like to connect to the mountain hub, feel free share some. I'm there to do my thing. However, your clients, maybe philipp morris, sees a gap for their new people to do a training and to go up the mountain.

A: What would be another option, are the innovation departments of big companies, like the guy from losinger & marazzi, and you tell them listen, here you have all the facilities to do your workshops...

M: Actually, brings me on a new idea...I have never promoted to my clients that it's possible to rent the whole space...

A: Especially in the Off-Season...

M: And also in the evenings...officially I'm not allowed to rent it out in the evenings, because of the old lady who lives upstairs but however, I know how it is going now, as long as I finish not too late...or I should...I should actually promote that...that people can actually to a company session, or we help them with the company session in the hub and they could...or especially in the quite month or also in the evenings, so people could come after skiing or a team-building break...because that's for me mid-January, most of the people who work then here are all the time here and I could discuss with them "listen guys, next week 5 o'clock you need to work in the meeting room or need to go home, if somebody complains I could still give them another day for free or so." I think that's a good gap.

Anhang II: Interview mit Martina Hänzi, Mia Engiadina

Das Interview mit Martina Hänzi fand per Skype am 28. September 2017 statt. Sie führt den Mountain Co-Working Spaces in Scuol, ist im Kernteam von Mia Engadina und Gründerin der Firma Engadin.booking.

Anita: Wie ist der Co-Working Space entstanden, respektive erzähl mir mehr über Mia Engadina...

Martina: Die Ursprüngliche Idee ist entstanden weil Swiss Elektrik die Elektroleitungen aus der Luft in den Boden vergraben will, dann hat man gesagt, wenn man schon das ganze Engadin aufgräbt kann man schon ein zweites Rohr dazu fügen, in welchem man ein Glasfaserkabel einfügt. Das ist der ganze Ursprung der Idee von Mia Engadina. Dann sagte man, wenn man das schon hat, das schnelle Internet, dann ist das ja super für die lokale Bevölkerung aber die ist ja nicht riesig gross. Also die haben in der Region knapp 9000 Leute. Das ist super für uns und wir sind froh, sonst sind wir wirklich die typische Randregion, die man vergisst. Oder sozusagen die Swisscom hat gesagt wir wollen 90% der Schweiz ausbauen mit schnellem Internet und Unterengadin wäre ein Teil der 10% gewesen, welche kein schnelles Internet erhalten hätte. Das kann je nachdem jetzt ändern, wenn die Swisscom merkt das sie gewissen Orten starke Konkurrenz haben, wollen sie natürlich ihre Marktanteile behalten und so sind sie ready zu investieren...gut jetzt haben wir hier bisschen ausgeholt. Zum zurück kommen wir vom Mia Engadina haben gesagt, dass wir zu diesem neuen schnellen Internet neue Angebote schaffen wollen, welche die Region auch weniger abhängig von touristischen Schwankungen macht und auf das herauf, war Co-Working eines der Angebote, welches wir gewählt haben aufzubauen. Dazu kommen andere Projekte z.B. aus dem Bereich Bildung, ganze Schule begleiten, so dass sie den Lehrplan21 umsetzen können, da kann es durchaus sein, dass man ein Kompetenz-Zentrum aufbaut, so dass andere Schulen aus anderen Region davon profitieren können. Momentan konzentriert man sich aber nur aufs Engadin. Gleiches passiert im Gesundheitswesen, wo man schaut können ältere Leute länger zuhause bleiben dank der digitalen Unterstützung. Das ist momentan auch nur aufs Engadin konzentriert. Gut und jetzt ist es so, dass niemand angestellt ist, sondern alle arbeiten im Mandat oder zum Teil sogar kostenlos, da werden viele Stunden investiert.

A: Was ist deine Rolle im Mountain Co-Working Mia Engadina?

M: Meine Rolle hier, wir führen diesen Hub, und der ist so entstanden, dass wir sagen wir von Mia Engadina müssen jetzt wirklich sichtbar und fassbar werden, weil die Leute sich wirklich nicht vorstellen können, was das wirklich ist. Also wenn du an einem Bauern sagst Co-Working, dann sagt er wie bitte... wenn du ihm dann sagst, das sind so temporäre Arbeitsplätze, dann kann er sich schon eher etwas vorstellen, aber wenn sie es dann anschauen können, ist es natürlich noch einfacher. Und wir hatten hier vorher ein Kleidergeschäft zusammen mit meinem Büro – aber der Kleiderladen lief immer wie schlechter und hier bist du eigentlich an einer der besten Lagen in Scuol, du bist an der Hauptstrasse, es hat Parkplätze vor dran, der Badeingang ist nebenan, von dem her ist das hier sehr gut gelegen. Dann haben wir gesagt, gut dann hören wir komplett auf mit dem Kleidergeschäft und bauen um. Dann ist es auch eine der Synergien, dann ist der Hub betreut ohne zusätzliche Aufwände von Mia Engadina also wir schaffen für Mia Engadina und werden auch entschädigt aber werden nicht entschädigt für die Leute hier zu begrüßen, Kaffee zu servieren usw. sondern werden entschädigt, wenn wir wirklich fürs Projekt arbeiten wie jetzt zum Beispiel diese Stunde Interview oder wenn wir z.B. einen neuen Flyer gestalten oder einen Newsletter machen oder wenn wir...ja...oder zum Beispiel wenn wir dann diese Abos verkaufen, wenn wir das Internet ausrollen in diese Haushalte, dann werden wir auch entschädigt, aber eigentlich läuft der Co-Working Space hier so nebenbei mit.

A: Und die Einnahmen des Co-Working Spaces gehen dann zu den Gründern oder mia Engadina – also eigentlich ist diese Organisation ja eigentlich die Gründer oder wie läuft das?

M: Also eben nochmals um rasch die Rolle zu definieren – die Rolle ist, wir führen, also ich führe denn Hub und neben an bin ich im Kern-Team von Mia Engadina für unterschiedliche Bereiche zuständig. Also den ganzen Verkauf des Internets, ich assistiere dem Gründer, der Ideengeber, Jan Aerni, nehme ich ihm viel Arbeit ab, also es ist unspektakulär, oder wenn du...also jetzt habe ich gerade für das Bildungsprojekt Termine koordiniert mit allen Gemeinden. Irgendjemanden muss es machen, sonst findet das Treffen nicht statt. Es ist nicht der super mega coole Auftrag aber wenn etwas daraus entsteht konnte ich einen kleinen Beitrag

dazu leisten. Also genau...Also einerseits wirklich mitschaffen andererseits den Hub zuführen – das ist so das Gesamtprojekt.

A: Was ist dein beruflicher Background? (Kommentar: diese Frage ist ausserhalb der thematischen Relevanz und wird deshalb nur Stichpunktartig zusammengefasst.)

M: KV-Lehre im Reisebüro, will aber im Incoming Tourismus arbeiten, erste Stelle im Hotel an der Rezeption, dann Bergbahnen in der Administration und Marketing, dann 12 Jahre bei der Tourismusorganisation, bis vor 2 Jahren. Führungsposition und schlussendlich Stv. Direktorin, dann Firma Engadin.booking gegründet, Weiterbildung in Luzern höhere Fachprüfung Fachfrau Tourismus-Management und ein MYC in Kommunikationsmanagement.

A: Das ist sehr interessant. Wie viele Angestellte respektive Co-Founder seid ihr den hier?

M: Wir haben zwei Gründer, wir nennen die Initianten und nicht Co-Founder, das sind der Jan Aerni und der Karl Not. Der Jan Aerni ist (...) kommt aus der Telekommunikationsbranche und arbeitet jetzt in der Geschäftsleitung von Microsoft Schweiz und der Not Karl ist ehemaliger Gemeindepräsident und ist Präsident von diesem Energie Versorger, welcher diese Hochspannungsleitungen muss vergraben und diese zwei haben das so bisschen ausgeheckt, also haben diese Ursprungsidee ausgeheckt und dann kam eben dieses Kernteam mit dazu und haben eben diese Partnerorganisationen, und da waren wir zum Teil bis zu 40 Partnerorganisationen, weisst du, welche hier beim Projektaufbau mitgearbeitet haben. Je nachdem unterschiedlich, unterschiedlich, jeder hat seine eigenen Kompetenzen...da hatte es Hotel darunter, da hatte es IT-Firmen, da sind auch Engadiner und Unterengadiner, ähm, also Engadiner und Unterländer mit dabei gewesen, also das ist zum Teil...Also zum Beispiel Monday Coffee ist ein Zulieferer von Microsoft, also einer dieser Gründer lebt dieses Modell selbst schon sehr fest, der ist eine Woche in Teneriffa und eine Woche in der Schweiz. Und die haben sich angesprochen gefühlt und gesagt, da wollen wir mitarbeiten, genau...ja...gut...

A: Wie viele Arbeitsplätze bietet ihr an?

M: Also jetzt im Moment bieten wir etwa [zählt Arbeitsplätze laut] ja ca. 16 Arbeitsplätze an.

A: und sind diese alle fix oder flexibel oder wie sieht es aus?

M: Nein, die sind alle total flexibel.

A: Ja...

M: Also hier ist noch zu sagen, dass es die Idee ist, dass in Zukunft in jedem Ort im Unterengadin einen Platz zum Hingehen, geben soll, ähm, also, und auch, die zweite Idee ist auch, dass diese nicht alle gleich sein müssen wie hier, also sie müssen auch nicht alle den gleichen Zweck erfüllen wie hier. Hier ist es so, sie kommen rein, arbeiten einen Tag oder ein paar Stunden auch nur oder manchmal sogar nur 20 Minuten, irgendwelche Gäste, welche ihre Emails checken wollen. Also das Internet-Café, also weisst du die älteren Leute, ah das ist ein Internet-Café, kann ich ihren Computer brauchen, gibt es immer noch. Wir dachten es braucht es nicht mehr aber es gibt es noch.

Kommentar Auslassung → erzählt Anekdote von einem älteren Paar, welches diese Woche im Hub vorbeikam.

Und ja die anderen Plätze, da geht es vor allem darum, dass wir eine breite Palette anbieten wollen. Wir haben zum Beispiel das Hochalpine Institute in Ftan, das ist ein Internat, die bauen jetzt ihre ganze Lernumgebung um für Studenten, für Internatsschüler aber auch für Einheimische. Und dort wird es der Fall sein, dass wir dieses auch nutzen können aber das wir auch grössere Gruppen unterbringen können. Also zum Beispiel...ja...ähm...wir hatten auch schon eine Werbeagentur hier vergangen Winter mit 30 Leuten, die hatten hier in Scuol, die hätten wir besser auf Ftan hinaufgetan. Einfach so...ähm...und der andere Aspekt ist es auch, dass es andere Leute gibt, wo sich konzentrieren wollen, welche in absoluter Ruhe arbeiten wollen, und dort ist es die Idee, das wir dies abdecken mit Einzelarbeitsplätzen bei anderen Firmen. Also wir haben zum Beispiel hier einen Buchhalter, der hat brutal schöne Büro aber hat sie gar nicht ausgelastet. Also hat eigentlich ein Einzelbüro, wo du in den Nationalpark siehst, wo du in einem alten Engadiner Haus bist, also einfach super hochwertig, aber denn braucht es einfach nicht und so etwas könnte man auch reinnehmen, wenn jetzt zum Beispiel ein Student sagt, ich muss jetzt drei Wochenlang meine Masterarbeit fertigmachen und muss mich wirklich konzentrieren und fokussieren oder ein Architekt, welcher auch nicht immer alle Plätze ausgelastet hat, wo zum Beispiel dann auch das Equipment hat. Also grosser Drucker, Plotter, CAD Programm usw. also wirklich das man.

A: Das ganze ausnutzt...

M: Ja, da sind wir jetzt also wirklich noch im Aufbau.

A: Und ihr wärt dann sowas wie die Zentrale, welche das ganze buchen, koordinieren würden?

M: Genau...und jetzt momentan haben wir gerade eine Studentengruppe, wir haben eine Zusammenarbeit mit der HSG in Sankt Gallen, und eine Gruppe kümmert sich gerade um die Frage: wie sollen wir wachsen. Also was sollen wir jetzt zuerst machen. Also sollen wir jetzt zuerst die kleinen akquirieren oder die grossen. Wir haben jetzt ein Modell aufgestellt, so ein Partnermodell, stimmt das, haben wir was vergessen, ja was sind Bedürfnisse? Wir haben die Idee einer Mobility-Box, die wir aufbauen, die wir überall hinstellen können. Ist das etwas, dass wir zuerst machen sollten, da dies vielleicht so etwas wie in USP ist, welches wir dann wieder gut gebrauchen könnten. Dann eine andere Gruppe kümmert sich um den Aufbau einer Verkaufsstrategie für Firmen, KMUs, Start-ups, Hochschulen und so...Ich sehe dort, also das ist meine subjektive Meinung, ich sehe dort das grösste Potential im Moment. Aber wir haben dort keine Ressourcen, um das sauber auf zu arbeiten. Ob das auch stimmt. Ja und diese Studentengruppe kümmert sich darum.

A: also sind das Studenten von Chur oder von wo?

M: Nein das sind wirklich HSG Studenten also von St. Gallen, also die haben wirklich keinem touristischen Hintergrund.

A: Also es geht wirklich um Zahlen.

M: Ja weisst du, das ist ja auch noch spannend, weil die schauen mit anderen Augen darauf. Vieles ist ihnen gar nicht so bewusst. Ja spannend.

A: Wie hoch ist die durchschnittliche Belegung?

M: Die ist noch nicht so hoch, aber ich habe das noch nicht ausgerechnet...ähm...also wir machen eine Statistik wie viel im Monat, wie viele wir im Monat haben und momentan sind wir so zwischen 60-80 pro Monat, das heisst wir haben ca. 2 Leute pro Tag.

A: und die Saison spürt ihr sicher auch?

M: Die spüren wir extrem. Ja...

A: Ja, weil hier in Verbier ist momentan auch ziemlich leer.

M: Also bei uns kommt es jetzt dann nochmals, diese Herbstferienwoche ist nochmal ein Peak, dass ist also wirklich so stark wie im August, das ist super, das kommt jetzt dann, also es hat jetzt schon wieder bisschen angezogen aber die Schwankungen merken wir natürlich. Also wir haben die Gruppe der Zweitwohnungsbesitzer, welche auch sehr attraktiv sind für uns. Die sind natürlich auch Ferien gesteuert aber wir versuchen da aber so aber langfristig zu brechen, so dass sie auch zum Beispiel im November mal hoch kommen um zu Arbeiten.

A: das ist sicherlich ein interessanter Ansatz...

M: Genau.

A: Das ist ja der Grund wieso sie nicht immer da sind, da sie am arbeiten sind...und wenn sie das arrangieren könnten, nicht immer dort zu sein wäre das super...Und woher stammen eure Co-Worker?

M: Also Expats haben wir momentan eigentlich fast nicht, das schliessen wir eigentlich im Moment aus. Es sind wirklich Lokale, es sind Zweitwohnungsbesitzer...ähm...und es sind Touristen mit längeren und kürzeren Aufenthaltsdauern. Es sind auch solche...jetzt hatten wir vorerst eine Professorin der HSG hier, welche sich aufs Semester vorbereitet hat. Die kommen zum Teil eine Woche, manchmal sind es ehemalige Einheimische, welche im Unterland wohnen. Die sagen, gut jetzt habt ihr hier diesen Co-Working Space und ich bin mir gewöhnt in einem solchen zu arbeiten, jetzt komme ich zweimal im Monat hoch und arbeite ein Tag von hier aus, also so wie ein verlängertes Wochenende so zusagen. Das hat es auch.

A: Und denkst du, dass kommt durch Werbung oder weil sie sich selbst informieren?

M: Wir machen fast keine Werbung. Wir bauen die Social-Media-Community auf. Aber das schon lang bevor wir wussten, ob es mal einen Co-Working geben wird oder nicht...ähm...und wir sind einfach auf allen sozialen Kanälen. Aber wobei zum Beispiel LinkedIn haben wir, machen wir aber momentan nicht mehr so aktiv, müssten wir eventuell wieder aktiver machen, das wäre zum Teil sicherlich ein wichtiger Kanal. Aber eben auf Facebook sind wir mehr oder weniger präsent. Wir machen Newsletter-Marketing unregelmässig bei unseren Mitgliedern

einfach, wenn wir sehen, wir haben etwas Relevantes zu erzählen. Ansonsten investieren wir nur Ressourcen und keine Mittel in die Kommunikation.

A: Wie sieht die Ausstattung des Co-Working Spaces aus?

Kommentar ausgelassen [Macht Rundgang] Martina zeigt Räumlichkeiten, Shop und so weiter per Webcam.

A: Bitte Erzähl mir mehr über euer Co-living Angebot...

M: Mit Co-Living weiss ich nicht genau was du meinst.

A: Ihr habt doch so Hotelpartnerschaften?

M: Okay ja, also im Moment haben wir mit diesen Hotel Partnerschaften, welche auch Seminar Möglichkeiten anbieten und die anderen sind auf sehr loser Basis. Viele organisieren sich Co-Working selbst. Also eben die sagen sich dann ich organisiere mir das selbst, oder schlafe beim Kollegen oder zum Beispiel diese Professorin hat jetzt auch selbst organisiert aber fand dann, dass sie doch eigentlich lieber über uns gebucht hätte. Sie hätte wahrscheinlich einen besseren Typ gemacht.

A: Ja das versuche ich eben auch herauszufinden, wie viele wünschen sich eigentlich mehr Service der Co-Working Spaces zu erhalten und wo liegt das Bedürfnis.

M: Ja eben, das Bedürfnis ist gar nicht so gross wie man meint. Also eben das ist das, was wir momentan nach ein-ein-halb Jahren feststellen. Es ist wirklich, also die die wir bis jetzt gehabt hatten, sind wirklich vielfach selbst organisiert...sie wollen...also auch die Teams die kommen, sie wollen nicht wirklich grosses Rahmenprogramm, wir haben das ja auf der Webseite und wir bieten, das auch bei jeder Anfrage mit an: hei, wollt ihr nicht sonst noch was, wir organisieren das auch für euch, oder so,

A: Da ist nicht wirklich die Nachfrage danach...

M: Sie kommen mehr...Sie fokussieren sich dann wirklich mehr auf die Arbeit und sagen sich, wenn noch extra Zeit verbleibt gehen wir noch ins Bad, oder eben, haben jemand dabei, der sich sehr gut auskennt, der dann Dorfführung und so selbst mach...ja...eben es ist nicht so

gefragt. Also jetzt mindestens bei dem, wie wir es bis jetzt haben. Das kann ändern, je nachdem was wir für weitere Angebote aufschalten. Also wenn wir dann wirklich gross die...ähm...das Institut in Ftan für grössere Gruppen prominent draufhaben, dann kann sich dort eventuell mehr ändern.

A: Was für zusätzliche Dienstleistungen / Events bietet ihr an?

M: Machen so ein Jahresprogramm, wo wir auch ein Beratungsprogramm mit dabei haben. Das ist auch da um die Einheimische zu animieren mal hier hinzukommen. Da gibt es Sachen, die laufen sehr gut, wie zum Beispiel Ferienwohnungsberatungen, so klassisch touristisch, da hat es natürlich extrem viel. Im Unterengadin hat es 4'500 Ferienwohnungsbett...ähm...Also mit Val Müstair und Samnaun, da hast du natürlich viele, viele private Vermieter, welche mit den heutigen Betriebsmöglichkeiten nicht mehr so...ja nicht mehr so zurecht kommen, nicht so informiert bleiben. Das läuft sehr gut. Die Apéros laufen manchmal gut, manchmal nicht. Eben dann gibt es Sachen die...hmm...immer sehr schwach besucht sind. Und da haben wir gerade morgen wieder ein Termin, um das Jahresprogramm festzulegen und uns zu überlegen, wie machen wir es, mit welchem Aufwand...so dass es dann aber auch bisschen Leute gibt. Es gibt solche, welche das Bedürfnis haben sich zu vernetzen. Weisst du so...

A: Dann kann man sie auch nicht zwingen. Ich denke in den Bergen ist es sogar noch schwieriger, an sie ranzukommen. Gut. Was für Firmen sind Gast bei euch?

M: Das ist ganz unterschiedlich. Von allem eigentlich. Wir hatten Microsoft schon gehabt, super Hype Webagentur aus Zürich, Start-up, jetzt gerade wieder eine Hochschule welche ihren Teamausflug gemacht hat, hatten eine andere Hochschule vor letzte Woche welche mit ihren Studenten für einen Kurs gekommen ist. Also es geht wirklich durchs Band.

A: und wie sind die auf euch gekommen?

M: Also...wir haben...Also Microsoft ist klar, das kommt vom Initiant. Hinderling und Volkert ist gewesen, weil ein Mitglied von uns...also es sind schon meistens von Beziehungen. Also ein Mitglied von uns ein Auftrag mit ihnen gemacht hat und sie so ins Gespräch kamen. Dann Start-Ups sind, weil es ehemalige Engadiner sind, welche jetzt bei den Start-Ups dabei sind. Dann Hochschulen, eine ist, also auch über ein Mitglied, also ein Zweitwohnungsbesitzer, welcher regelmässig da ist und es eine gute Sache findet und auch mitarbeitet im Projekt. Die

andere Hochschule sind durch eine Schule die hier beheimatet ist, die aber Mitglied bei ihnen ist...ähm...sind draufgekommen. Also es ist schon meistens Weiterempfehlung. Aber wir hatten auch schon ein Reisebüro aus Innsbruck hier und die hatten uns einfach gegoogelt. Die hatten sich gesagt, wir wollen einfach in ein Co-Working.

A: Stellen andere Co-Working Spaces im Graubünden oder generell in den Alpen Kooperationspartner oder Konkurrenz dar?

M: Bis jetzt merken wir gar nichts von einer Konkurrenz. Sondern es ist mehr...also wir haben auch keinen riesen Kontakt zusammen. Und es gibt den Verband Village offices, wo sich hier jetzt bisschen herumdreht und wir sind mit ihnen in Kontakt. Wir haben jetzt gerade bisschen Kommunikation für ihre Plattform gemacht über unsere Kanäle und Mitglieder und dann ist dort die Idee das man sich vielleicht mal austauscht, alle Co-Working Spaces. Ich denke das braucht es dann schon einmal, wenn wir grösser werden und wirklich auch...ähm...bisschen mehr Frequenzen haben und dass dort der ganze Anteil vergrössert, der ganze Kuchen von Leuten welche ins Graubünden kommen wegen diesen, dann macht es dann schon Sinn.

A: und seid ihr mit dabei bei Village offices?

M: Ja. Genau. Und jetzt gerade im Engadin gibt es ja schon andere, es gibt das Co-Working Engadin in Samaden. Das ist halt in einem typischen Bürogebäude...das ist nicht...das ist halt wie ein Büro eingerichtet. Da sehe ich nicht so sehr eine Konkurrenzsituation, das ist eine Ergänzung...das ist auch mehr...ja, das ist auch mehr...so für andere Leute, für einen anderen Zweck. Wirklich mehr für Einheimische, welche kein eigenes Büro haben, glaube ich, oder? Ähm...und, und dann gibt es noch ein zweites, Cloud Connection in St. Moritz, also die sind wirklich in der Mitte von Sankt Moritz, ähm... und die bieten wirklich auch einfach Arbeitsplätze, also fixe, es ist ein anderes Konzept, das ist OK. Für das Oberengadin ist das absolut in Ordnung. Dann wäre es schon eher zu vergleichen mit dem in Flims, dem alpinen, ähm...ja Angebot. Vielleicht sind wir eher mit ihnen vergleichbar. Aber das ist so weit weg. Das spielt nicht wirklich eine Rolle. Die Leute die auf Flims Co-Worken gehen wollen, das ist jemand anderes, eine andere Motivation als jemand der hier hinkommen will.

A: Wie siehst du die Zukunft der Co-Working Spaces generell in der Schweiz?

M: Ich sehe die generelle Zukunft absolut in diesen neuen Arbeitsformen. Ich glaube wir werden in 10-15 Jahren ganz anders arbeiten, als wir es heute machen. Oder...also du bist auch schon eine Generation nach mir und wenn ich schaue, als ich noch in die Lehre ging, 20 Jahre her, das Berufsleben angefangen haben, das ist nichts, das ist in 10 Jahren nicht mehr gleich. Das hat einerseits mit der Digitalen Entwicklung zu tun, das hat einerseits mit der...wenn ich nur schon denke, wie werden wir in ein paar Jahren die Devices Sprachgesteuert sein. Also mittlerweile rede ich schon regelmässig mit meinem Mobiletelefon. Ich konnte mir das vor zwei Jahren noch nicht vorstellen, oder...aber mittlerweile mache ich es und wünschte mir ich könnte mit meinem Computer sprechen. Und, und ich glaube wir werden viel mehr solche Ich-Firmen haben, also solche kleinen Firmen, wo Leute in ihren Bereichen sehr spezialisiert und kompetent sind und sich halt einfach verkaufen auf Mandat Basis. So ähnlich wie ich es auch mache...ähm...also das hat ganz viel...ähm wir haben jetzt auch, also seit neustem ein Deutscher der hier hinkam um zu wohnen mit seiner Freundin. Sie arbeitet am Hochalpinen Institute als Lehrerin und er ist Freelancer. Wie man heute noch sagt. Dem wird man in paar Jahren anders sagen, glaube ich. Der hat jetzt einen Mandaten in Deutschland, einen in der Schweiz und der nächste kommt auch Österreich und so. Er sagt er kann so auslesen wo er arbeiten möchten, oder, also, und da wir als Schweizer eine extreme Wissensgesellschaft sind, glaube ich auch, dass das extrem zunehmen wird. Ich glaube es wird auch, also wir sind in einem gesellschaftlichen Wandel was die Arbeitswelt angeht und auch unsere Grundhaltung was die Arbeit angeht. Ich glaube, so wie mein Eltern gearbeitet haben und auch wirklich geackert haben, sind wir nicht mehr bereit zuarbeiten. Ob dies gut ist für unsere Gesamtwirtschaft und die gesamte Entwicklung müssen wir...ähm...also wenn wir dieses Feld aufmachen, sind wir wieder an einem ganz anderen Ort...aber ich sehe es einfach in meinem Umfeld. Das viele Leute sagen, nein ich will nur noch 80% arbeiten, nein ich will einen Vater-Tag haben, ähm, du mir reicht es, wenn ich genug zum Überleben habe...und da spielen die Co-Working schon wieder eine Rolle im Sinn von, ich brauch nicht mehr so viel Infrastruktur. Ich gehe wann ich es brauche und bezahle es dann gerade. Oder das ist auch so etwas. Und die ganze Sharing Community und der Gedanken spielt hier auch rein. Wieso sollte ich mir ein Büro mieten, wenn ich einfach nur, also, wenn ich einfach dort reinlaufen kann wo ich erstens gerade bin und zweitens gerade brauche...und ja...also ich habe den Eindruck, wenn man ein flächendeckendes Netz baut in der Schweiz, und das passiert momentan, ähm...also ich weiss nicht, kennst du Pop up office?

A: Ja.

M: Ja, dort hat man ja auch...also war schon länger nicht mehr drauf aber wenn man schaut, wer dort alles schon...

A: ...alles schon mit dabei ist...

M: Eben ja, also wenn du schon nur die Karte anschaust, wer jetzt schon alles mit dabei ist. Das fängt gut an. Ich glaube, das kommt mit der Zeit.

A: Dann ist die Frage, bleibt der Grundgedanke des Co-Workings erhalten? Es geht ja auch darum sich auszutauschen, eine Community zu bauen...Ideen zu entwickeln...oder ist es dann mehr shared office?

M: Also das ist auch eine gute Frage, ich glaube das geht schon eher in eine Richtung shared office.

A: Das habe ich jetzt schon von vielen gehört, das in der Schweiz, das ganze Austauschen ziemlich pushen muss...das diese Kultur nicht wirklich hier ist.

M: Ja genau, also das merken wir hier auch extrem. Also, ähm, man trinkt vielleicht hier mal einen Kaffee zusammen. Aber das man jetzt wirklich mal jemandem sagt, du ich habe folgendes Problem, was würdest du jetzt machen, das passiert nicht.

A: Ja, das ist interessant. Da ist die Frage, ob dies noch kommt oder ob das einfach nicht in unserer Mentalität ist.

M: Also ich glaube das könnte kommen, wenn die nächste Generation kommt. Also weisst du wenn, wenn dann deine Generation, oder vielleicht noch eine später, das könnte dann passieren, glaube ich. In der Generation wo ich bin, glaube ich, vielleicht schon nur vereinzelt, also...

A: Vielleicht die, die schon viel gereist sind oder sonst in einem internationalen Umfeld sind...

M: Ja genau, oder sehr kreativ arbeiten oder, also dort sehe ich es schon...also auch in meinem Umfeld. Also wenn ich jetzt ein Problem habe, dann gehe ich auf Leute zu. Also gestern, ich

gehe ständig auf Leute zu und frage, was würdet ihr machen. Aber das ist in meinem Netzwerk, das ist nicht, dass ich hier sitze. Also das ist vielleicht auch noch was. Ich sitze prinzipiell im Co-Working. Also seit wir hier aufgemacht haben. Ich habe noch ein eigenes Büro aber theoretisch aber dort sitzt jetzt unsere Praktikantin, wenn sie nicht Laden dienst machen muss. Ich habe seit dem Tag, wo wir hier aufgemacht haben, nicht mehr in meinem Büro gesessen. Also damit Leute die hier vorbeilaufen sehen, ah man kann hier arbeiten. Aber auch weil es mich immer ziemlich wundert. Also letzte Woche hatten wir jemand hier von der Post. Der Projekte macht und mit dem habe ich mich dann auch am Mittag ausgetauscht, wie läuft euer Projekt, über Mia Engadina eben und so...aber das ist mehr Small Talk oder...

A:...so ein bisschen Networking...

M: Und ich wüsste jetzt auch nicht, also gut, also ich würde jetzt zum Beispiel, also das liegt vielleicht daran, dass ich extrem viel Wissen habe über die Leute die hier sind. Also ich weiss, der arbeitet dort und der ist ein Tech Start-up. Und ich würde noch jemanden fragen gehen aber sie untereinander haben gar nicht das Wissen...da müsste zuerst jemand fragen, wer bist du, was arbeitest du, was machst du. Also hast du, das ist jetzt super interessant, hast du mit solchen geredet welche fixe Arbeitsplätze vermietet geredet. Ist es dort auch so? Weil dort sieht man sich jeden Tag und redet so bisschen zusammen und so...und da sitzt der Grafiker neben dem Immobilienverwalter und der Versicherungsexperte, weiss auch nicht...findet auch dort kein Austausch statt?

A: Ja ein bisschen mehr. Also es entsteht so etwas wie eine Freundschaft. Also hier in Verbier hat es fix eine Firma die Sonnenbrillen herstellt, diese fragen dann schon z.B. den Marketingtypen, kannst du mal unsere Webseite anschauen und so. Aber kreative Workshops, wenn du sie nicht selbst organisierst, dass sie stattfinden, musst du sie pushen. Zudem sind oft die flexiblen Arbeitsplätze überhängend, als die fixen und dann ist wieder der Wandel da, das der Austausch nicht wirklich stattfindet.

M: Okey.

A: Also es ist wirklich mehr Freundschaften und Austausch die sich entwickeln, als das kreative Zusammenarbeiten. Zur nächsten Frage; Was bedeutet für dich Co-Workation?

M: Ähm, wir sind schon bisschen im Thema aber da kann ich sonst nicht wirklich eine Aussage machen. Glaube wir sind noch nicht an dem Punkt. Da müssen wir mehr Frequenzen haben. Dann können wir uns auch über das Gedankenmachen, wie könnte man diesen Bereich auch bisschen ausbauen, wie könnte man noch mehr zusammen bringen.

A: Hmm...aber ihr habt ja, also kennst du Isabel Behrens von Alpine-Co-Working?

M: Ja, jaja, klar.

A: Okey, habt ihr schon etwas zusammen gemacht?

M: Sie ist schon bei uns, im Projekt-Team. Die Isabel. Und wir haben schon... Sie hat das...ein grösseres Retreat gemacht im Januar 2015. Nein 2016. Ist sie drei Wochen im Institut gewesen und hat dort auch dank Mia Engadina sehr viele Teilnehmer gehabt. Auch weil Microsoft sie dort unterstützt hat...ähm...Dort hatte sie glaube ich über 100...meinte ich...und ähm...das ist...Sie hat das durchgeführt unter Alpine-Co-Working...und ähm...hat da Schützenhilfe gehabt von Microsoft. Sie hat dann auch das ganze Innenkonzept gemacht für den Mountain Hub hier. Also wir arbeiten schon eng mit ihr zusammen. Also sie hat früher ja mal im Impact Hub gearbeitet und ähm, hat durch das auch das Wissen, was braucht es im Co-Working. Also sie hatte die Projektleitung, was braucht es in einem Co-Working. Also das ist...ähm...also sie hat im Januar 2017 auch wieder etwas im Institute gemacht und dort sind bisschen weniger Leuten gewesen. Sie hat auch schon sonst in Ftan etwas gemacht, ganz klein, für 5-6 Leute. Sie kommt immer wieder. Also ich finde das, also das ist wieder ein anderes Konzept. Das ist ein gutes Konzept. Wenn sie ihr Netzwerk einmal hat...ähm...dass sie genug Leute hat...immer wieder, um genug Events zu machen. Dann ist das natürlich spannend, auch für die Leute aus ihrem Netzwerk. Also wenn sie die Entdecker sind, die immer wieder an einem anderen Ort hinwollen. Dann...und...ja...also ich glaube das ist schon so...man hat schon immer wieder andere Herausforderungen und man kann...ähm...und man kann die mit so Fokuswochenenden...

A: Ja, dass ist dann wahrscheinlich eher für Projektentwicklung...wenn man irgendwo stucked ist...

M: Also ich sehe das auch bei mir. Wenn ich hier im Laden bin, meinen normalen Tagesablauf habe, kann ich mich nicht irgendwie...auf ein neues Projekt stürzen und ein Businessplan anfangen zu schreiben oder so. Aber im Zug zum Beispiel. Ich fahre so viel Zug. Also bin früher viel Zug gefahren und bin ständig, hatte viele Sitzungen in Zürich oder musste ins Ausland für paar Tage. Dann gewöhnst du dir, also ich konnte mir das zum Glück angewöhnen, dass ich im Zug gut arbeiten kann. Und so habe ich mir angewöhnt im Zug Sachen zu machen, wo ich sonst nicht dazu komme...Aber heute, ja muss ich an einen anderen Ort hin. Dann gehe ich nach Hause oder so auch nur schon, wenn ich mich hier geografisch verschiebe, hilft es mir schon. Wenn ich es nicht an dem Platz mache, wo ich sonst sitze. Dann gehe ich ins Sitzungszimmer und komme erst wieder raus, wenn ich fertig bin. Und so ist es auch ein bisschen, wenn man ein Team ist. Man kommt zusammen. Und sie nimmt halt einem den Resten ab, was auch sehr convenient ist...oder...sie sucht einen coolen Ort aus, kocht, macht das Rahmenprogramm...und so...das ist natürlich schon lässig. Hast du mit ihr dann auch noch ein Interview?

A: Ich versuche sie zu erreichen. Ich glaub sie war in den Ferien, meinte Mirjam vom Impact Hub. Sie wäre schon eine ideale Interviewpartnerin.

M: Ja, sie kennt die Branche sehr gut.

A: Ja, vielleicht noch zum Abschluss, wie arbeitet ihr mit der Region zusammen? Also ja, Mia Engadina, aber wie ist es zum Beispiel mit den Hotels...wie habt ihr sie dazu gebracht zu kooperieren? Weil zum hier in Verbier möchten sie gerne im Sommer kooperieren aber im Winter sind sie nicht wirklich darauf angewiesen. Wie ist dort so eure Erfahrung?

M: Ja dort sind wir einfach sehr pragmatisch. Dort sagen wir, also probieren wir...Das ist ja bei uns nicht anders. Also bei uns ins Scuol haben wir auch eine relativ hohe Sommerauslastung. Die Hotels haben auch mehr Interesse am Sommer als am Winter. Ähm aber wir sagen dann, dass wir dies von Fall zu Fall anschauen. Weisst du, dann sind sie auch meistens parat. Wir machen keinen Druck und sagen, jetzt müsst ihr uns das ganze Jahr einen Preis von CHF 120.- pro Nacht fürs ganze Jahr pro Person einen Preis geben. Zum Verkaufen macht es schwieriger. Das wäre natürlich super, wenn man sagen könnte vier-Sterne-Hotel das ganze Jahr für 120.- Franken, egal wenn du kommst. Aber praktisch ist das einfach nicht umsetzbar. Das hat vielleicht mit dem zu tun, das ich von dieser Seite herkomme und ich ein grosses Verständnis

mitbringe. Oder und wenn jetzt jemand gar nicht aus der Branche kommt, kann er das vielleicht gar nicht nachvollziehen. Wieso er den Preis jetzt nicht erhält. Und ich weiss, dass die ihr Business dann machen müssen, wenn die Nachfrage da ist. Und wir arbeiten auf Kommissionsbasis mit ihnen zusammen und die Hotels die in der Projektphase mit dabei waren, haben auch einen Projektbeitrag bezahlt, wo nicht unbedeutend war. Das war zwischen 5'000.- und 10'000 Franken, je nach Hotel, je nachdem wie stark sie sich eingebracht haben. Sie haben aber diese Beiträge fast alle mehrfach wieder zurückerhalten. Weil wir das fast alles mit Veranstaltungen wieder rein hohlen konnten. Jetzt sieht es auch immer noch so aus. Also momentan sind wir im vertragslosen Zustand mit allen. Ähm aber das Modell das wir gemacht haben, sieht es so vor, das man weiterhin einen Basisbeitrag bezahlt und dann gibt es ein Umsatzvolumen und man sagt bis zu diesem Volumen bezahlt ihr keine Kommissionen. Wenn wir euch aber mehr als das Umsatzvolumen bringen, dann wird wieder eine Kommission fällig. So haben sie nicht so ein grosses Risiko mit dem Beitrag wo sie zahlen und haben doch ein Interesse ein Mehrgeschäft zu machen.

A: Also sie senden euch auch Gäste oder ihr sendet ihnen Gäste? Weil du sagtest ja vorher, dass die meisten ihren Aufenthalt selbst organisieren.

M: Mhm. Also bei den grösseren Geschichten senden schon wir ihnen Gäste. Oder. Und indirekt kommen wir...also weisst du, wir sind nicht so gross...da fällt schon für den einen oder anderen was ab. Und wir werden natürlich für alle die Mitglieder sein wollten und einen Beitrag bezahlen, dann offerieren wir auch so was wie ein Marketingpaket. Die sind dann auf der Webseite, die anderen nicht. Kommen mal im Newsletter vor. Sie können ein Spezialangebot für alle Mitglieder machen. Ähm ja...so Sachen. Ah noch zur Kooperation mit der Region, also dort arbeiten wir sehr gut mit Ihnen zusammen. Wir werden dort auch auf der Webseite eine bessere Präsenz erhalten. Da sind wir jetzt gerade dran. Sie haben seit zwei Wochen eine neue Webseite lanciert. Dort ist aber wirklich...also sie finden es spannend, dass wir dieses Thema bearbeiten...ähm und dort haben wir eine gute Zusammenarbeit. Ah ja stimmt genau, da bin ich nicht wirklich involviert aber wir haben noch ein Projekt am Laufen, da handelt es sich um eine Plattform...wo eine sehr breite touristisch Plattform, wo verschiedene Leistungsträger drin sind, wo einer Seite eine grosse Datenmenge in einem Topf gesammelt werden, die würden für unterschiedliche Zwecke genutzt werden und dort macht die Destination...Also das wurde initiiert vom Jan Aerni und da sind alle grossen Players mit dabei wie Graubünden

Ferien, Rätische Bahnen, Bergbahnen Graubünden usw. und dort macht die Destination als Pilotregion mit. Sie sind also schon involviert...

A: Also noch als letzte Frage. Was hältst du von, also die Co-Working Spaces jetzt im Ausland sind ja oft besucht von sogenannten Digital Nomads...und die Schweiz ist grundsätzlich einfach zu teuer für sie. Wie denkst du könnte man das lösen oder was denkst du, wer ist die Zielgruppe? Für z.B. euch, wenn ihr sagt, jetzt sind wir ready für aktiv Leute zu suchen, die noch nicht kommen.

M: Also die, die, die...Also hast du den Bericht gelesen einmal im Tagi Magi wurde ein grosser Bericht von Bali, wo es so ein Haus gibt. Also das ist schon klar, dass ist nicht unsere Zielgruppe...und da dürfen wir uns keine Illusionen machen. Das ist einfach Fakt. Also ausser wenn wir ein Bauernhof oder eine Alp aufbauen, wo wir Selbstversorger sind, ist das wahrscheinlich nicht die relevante Anzahl von Leute hier. Deshalb müssen wir uns schon auf andere konzentrieren...sprich auf die wo schon gut verdienen oder halt auf Leute aus der Schweiz, wo sich das auch einigermaßen leisten können.

A: Oder Firmen eben...

M: Ja genau, Firmenbesitzer, welche KMUs hier hinkommen. Wenn wir uns auf diese konzentrieren und diese gut abholen, dann können wir auf Frequenzen, welche schon etwas bringen und welche der ganzen Region mehr Wertschöpfung bringen.

Anhang III: Interview mit Jenny Schäpper-Uster, Verein Coworking Switzerland

Das Interview mit Jenny Schäpper-Uster, Präsidentin des Vereins Co-Working Switzerland und Gründerin des Co-Working Spaces Bürolokal in Wil SG, fand am 02. Oktober 2017 per Skype statt.

Anita: Du bist bei Co- Co-Working.ch mit dabei, wie kommt das und was der Hintergrund dieses Verbandes?

Jenny: Ja genau, seit zwei ein-ein-halb Jahren, ähm, ist aus dem Bedürfnis heraus ich habe meine Base in Wil St. Gallen und nicht in Zürich oder irgendwo und damals, vor vier Jahren habe ich mein Space eröffnet...ähm...und eben niemand hat vor 4 Jahren von Co-Working geredet ausserhalb der Städte, vielleicht in Zürich und Basel und ähm einfach das Bedürfnis gehabt, dies zu erwecken, dass Leute auch ein Co-Working hier in Will suchen. Es gab keine Interessensgemeinschaft, es gab keine Webseite und niemand hat sich gekannt. Dazumal gab es ca. 25 Spaces, die habe ich mal kontaktiert und den Austausch gesucht. Dann haben wir angefangen uns zu besuchen und ich ein bisschen mehr als die anderen und dann haben wir ein erstes treffen geplant gehabt. Die Idee war auch Homeoffice gewesen dazumal und wollte, dass das Büro hier in Wil auch gelistet ist und sie, die das organisiert hat dazumal, war damals noch Kommunikationschefin von Microsoft, hat gesagt das ist gut und recht und süss das es in Wil etwas gibt aber eigentlich aber wir haben Mitarbeiter überall und das Thema ist viel breiter. Wenn du einige andere dabei mitziehen könntest und euch organisiert, dann wäre es einfacher...ähm ähh...und wenn alle an diesem Tag zum Beispiel gratis Co-Working anbieten könnten, dann wäre das super. Gesagt, getan, dann habe ich ihnen angerufen und gefragt, ob sie bereit wären, gratis Co-Worken anzubieten für einen Tag und ich meine für uns ein Tag ist immer gratis und ähm dann hat sie gesagt ja und dann hatte ich die Idee das wir uns das wirklich bisschen offizieller machen, bisschen zu organisieren aber mit der Angst, dass das Ganze zu strukturiert sein könnte, dass die die Spaces schon gehabt haben...ähm...ja dass das nicht mehr so alternativ ist. Das es bisschen Corporate ankommen könnte. War dann aber überrascht, dass alle die die gekommen sind, das waren 30 Space Betreiber, haben gesagt wir sind sofort dabei. Dann hat beim ersten treffen einer von St. Gallen gesagt, da könnten wir ja heute

auch gründen. Dann haben wir um 11 Uhr traktandiert, um 3 Uhr haben wir den Verein gegründet mit angepassten Statuten und alles und so kam der Anfang, wo einfach der Wunsch Co-Working bekannter zu machen und Chancen für alle herauszutragen. Oder, und weil ich das alles organisiert habe, wir waren zu viert, habe ich...ja so wurde ich Präsidentin.

A: Und wann hast du dein Co-Working Space gegründet?

J: Mein Space? Im Herbst 2013.

A: Und spürst du die touristischen Fluktuationen?

J: Hier in Wil nicht, wir sind nicht mal ein Vorort, sind aber die dritt grösste Stadt in St. Gallen, wir sind wirklich regional. Bei uns ist eher das Pendeln ein Thema, welches aktuell ist. Bei mir im Space haben wir also nichts Touristisches, ausser wenn es mal wieder eine Saison ist, in welcher Leute in die Ferien gehen, wir es immer ein bisschen leerer. Aber das nicht, aber ich kenne viele die engagiert sind, jetzt in dem Co-Working und Touristik.

A: Und wen so?

J: Einer ist der Markus Boss im Alpean Co-Working in Laax. Eine weitere ist Isabel Behrens von Alpine Co-Working, das ist zusammen mit Mia Engadina. Sie sind aktiv daran. Eine weitere ist Samantha Wolf, sie ist Co-Workationist, sie hat dazumal ihre Arbeit vor zwei Jahren abgeschlossen über Co-Workation, in touristischen Orten. Ansonsten ist auch Marie Eckert, sie ist mit mir zusammen in Village offices, ist in der Gründung eines Vereins von Co-Workern im Bündnerland und ist auch daran, ein Space in Davos zu eröffnen. Ausserdem ist sie daran die Nachfrage in einem touristischen Ort aufzunehmen. Ein anderer ist der Nico von Digital Glarus, der versucht, der hat hinten in Schwanden in Glarus sein Space und ist daran ein Areal, und versucht dort hinten ein touristisches Angebot zu erwecken, dort ist noch viel arger, dort ist es mässig tief. Sie versuchen mit dem Ansatz von wie Workshops und Retreats, aber im digital, er ist selbst Programmierer. Sie versuchen ähnlich wie Mia Engadina, das ganze Tech Segment zu bearbeiten, aber wirklich, dass es ein Ort ist, wo Leute neben dem Impact Hub auf Glarus nach hinten gehen. Dort gibt es auch eine Initiative NüGlarus, das ist eine interessante Bewegung. Und dann der Kontakt von PuraWorka kam auch durch Marteen an mich. Was im Ausland noch spannend wäre zu kontaktieren ist im Co-Working Bansko, das ist in Bulgarien. Es ist auch ein Ski Gebiet und der Typ heisst Uwe, ursprünglich aus Ravensburg. Er ist dort auch

daran das Gebiet aufzubauen und sie haben sicher auch Schwankungen saisonale. Aber eben jedes Projekt hat andere Barometer und dann gibt es noch sie in Chamonix, Ski Locker.

A: Besten Dank für all die Kontakte, da sind sicher einige darunter, die ich noch nicht kannte. Andere Frage, wie siehst du den typischen Co-Worker in der Schweiz? Weil zum Beispiel die Digital Nomads, wie man sie in Bali oder Thailand findet, sind ja noch nicht wirklich bei uns anzutreffen, ob wegen Kostengründen sei daher gestellt. Siehst du da eine Chance? Oder wenn würdest du als typischen Co-Worker für die CH definieren?

J: Ich würde sagen den gibt's aber er ist sich brutal am Wandeln. Der typische Co-Worker in Zürich ist so 30, Mitte 30 und kennt Szene bisschen länger, ist Freelancer oder Start-Up und auf dem Land sowie Peripherie sind es Leute die eine etablierte Karriere haben, welche remote arbeiten dürfen, also Co-Working als Alternative zum Home-Office nützen. Und gegen 40 mit Familie, die versuchen eine Work-Life Balance anzugehen und von dem her ist es schwierig zu sagen. Sicherlich jemand der Innovationen kennt, der immer bisschen versucht...sicherlich immer noch die First-Movers, es ist immer noch nicht angekommen bei der Masse. Typisch Co-Worker kann man nicht sagen, dass es nur Start Up sind. Aber es geht sicher vermehrt in Leute die Teilzeit angestellt sind aber vor allem die, die flexibel im Geist sind. Eben von dem her sind auch die Studenten, die dieses Angebot mehr und mehr kennen lernen, einfach als flexibler Ort, meisten Spaces haben ein Studenten Angebot auch wenn das nicht publiziert ist. Digital Nomads sind hauptsächlich in den Städten aber eben die nationalen Digital Nomads, sind nicht im hipster, internationalen Kontext aber dennoch...aber die, vor zwei Monaten habe ich eine Präsentation im Startfeld gemacht, das ist so eine Art Kick-Starter Initiative in St. Gallen. Dort kam der Direktor von der Fachhochschule und zur Frage zum Co-Worken meinte er, ja das kennt er schon, er sei schon in Ubud in Bali Co-Workation machen gewesen. Eben er ist Rektor und ca. 50 und nicht typisch nomadisch aber er hat Co-Workation gemacht und das Profil von dem Digitalen Nomaden, von dem Co-Workationist ist nicht zwingend alleinstehend oder in Partnerschaft ohne Kind. Es sind auch etablierte Leute die sagen, sie machen ein bisschen was Anderes. Ich nehme die Möglichkeiten war.

A: Interessant! Und was denkst du, wo kann man die Schweizer Digital Nomads abholen? Weil zum Teil sind sie in den Co-Working Spaces aber zum Teil auch nicht, arbeiten zum Teil auch noch in Firmen.

J: Ganz kurz zum anderen noch, wegen dem Budget. Die Digital Nomads, die jetzt unterwegs sind, das sind nicht die gerade nach dem Studium, sprich die Backpacker. Es ist wirklich, dass sie ein Budget haben. Sie wählen mehr proaktiv für so einen Ort. Das ist nicht zu unterschätzen vom Preis her. Sie können den Preis bezahlen, welcher hier ist, man muss nicht noch tiefer. Je nach Angebot kann man auch noch Ad-on's machen. Wo sind die Digital Nomads zu finden? Das ist die grösste Schwierigkeit, weil zum Beispiel im Ausland, sind diese oft Freelancers und die haben eine Gewerkschaft und binden sich zusammen, weil sie sonst keinen gesetzlichen Schutz haben. In der Schweiz ist man sofort gerade Unternehmer. Man ist alleine, ein Einzelunternehmen. Aber sobald es eine GmbH ist, sieht man nicht, wie viele Leute dort aktiv sind. Das ist die grosse Schwierigkeit, wie man an die hinkommt und das ist auf verschiedenen Ebenen das Thema. Da sind wir mit Village Offices dran, zum eben in den Firmen bekannt zu machen, dass das eine Alternative ist, zu Home-Office. Eine Flexibilisierung, das man nicht mehr so viel Platz braucht. Aber das ist schwierig, da jeder hat seinen Trott und nicht wirklich der, der das nächste anspringt aber man sieht es kommt. Wir sehen es schon fast mehr bei der Gemeinde, welche sagt wir bauen diese Strukturen auf oder wir unterstützen das, dass die Orte wirklich hier sind. Weil wenn die Firmen sagen, zum Beispiel sagt, okay nächstes Jahr dürfen 20'000 Angestellte flexibel arbeiten und dann hat es nur 1'500 Sitze in der ganzen Schweiz, dann ist das Projekt ein Reinfluss von der ersten Stunde an.

A. Wie siehst du es mit dem Grundgedanken des Co-Workings, bleibt der erhalten oder wird es mehr zu Shared offices?

J: Also wir von Co-Working und Villages arbeiten stark daran, dass der Grundgedanke von Co-Working bleibt. Wir müssen nicht jeden Tag zusammen Mittagessen, also absolut keinen Zwang, dass man Projekte macht. Aber der Anlass das man Ankommt, das informelle und das informelle ist für mich zwingend und das Suchen viele Leute. Deshalb kommen sie aus dem Home Office. Es gibt Leute die kommen, die sind 50 und suchen einen Karrierewechsel, und haben wirklich eine etablierte Corporate-Karriere hinter sich, die kommen und sagen „hei so spassig, das ist super hier, ich komme an, kenne Leute“ und das ist die Gefahr, dass wenn die Firmen, die Spaces, die Co-Working sich nennen aber schlussendlich eigentlich nur Shared Workspace anbieten, dort läuft die Gefahr, dass die Leute die dort hingehen, enttäuscht sein werden und ein schlechtes Image erhalten. Dort müssen wir schauen, dass es Anlässe gibt, die den Space beleben.

A: Denkst du das der typische Schweizer für diesen Austausch geschaffen ist? Dass das schwierig ist, diesen Austausch anzuregen...

J: Es kommt hier im Space automatisch. Vielleicht nicht von Tag eins oder zwei Wochen aber nach einem Monat, kommen sie ins Gespräch an der Kaffee Maschine oder im Mittag und fragen sich gegenseitig aus und bei jedem hat es etwas ergeben und jeder öffnet sein Netzwerk. Weil es einen ungezwungenen Ort ist und es muss nicht in einer Stunde passieren. Deshalb passiert es häufiger als ich es erwartet hättest.

A: Aber bei dir sind immer wieder ein bisschen die gleichen Leute oder?

J: Ja aber es hat häufig immer wieder neue Leute die dazukommen, und dann am Mittagstisch, vor allem auch in einem Ferienort, wo man sonst gewisse Distanzen hat, dass es dann so etwas wie ein Eisbrecher ist. Muss halt Rahmen kreieren. Auch wenn es nur 1,2 Leute sind und zum Teil sind es vielleicht auch Gewerkschafter, die zum Apéro kommen aber Gespräche können auch im kleinen Rahmen super rauskommen.

A: Weitere Frage, seid ihr vom Co-Working.ch in Kontakt mit Schweiz Tourismus? Oder anderen touristischen Verbänden oder auch auf kantonaler Ebene?

J: Also mit Schweiz Tourismus nicht. Also wir werden häufig von Standortförderer kontaktiert. Zum Beispiel im Berner Oberland, war es die Wirtschaftsförderung, die einen Space eröffnet hat. Sie sehen schon die Möglichkeit aber es wurde noch nicht viel gemacht. Ich sehe zum Beispiel, vor allem von meinem Fall her, ich habe zwei Kinder mit zwölf Wochen Ferien im Jahr, das der Co-Workation-Ansatz die Familien dort abholt. Okay wir können nicht zwei Wochen weg und dann vor allem in der Nebensaison spezielle Angebote gibt mit Rahmenprogramm mit Kind und am Nachmittag ist dann wieder frei. Aber das es so was wie eine Tagesstruktur gibt. So gibt es dennoch einen Szenenwechsel und es kostet weniger, als in der Hauptsaison. Und dennoch, wenn sie einmal vor Ort sind, geht man mal auswärts Essen, geht einkaufen usw. und bringt Geld in Destination.

A: Dieser Ansatz hat bis jetzt noch nicht aufgebraucht und es besteht definitiv ein Markt in der Schweiz. Gut...Was siehst du für die touristischen Schwanken sonst noch so für Lösungsansätze? Mit Maarten haben wir viel über Team Building Events gesprochen, was

denkst du dazu? Oder siehst du mehr Potential in technischen Workshops, bei welchem die Teilnehmer was dazu lernen...Was denkst du?

J: Ich denke, dass ist eine Möglichkeit. Ich denke, hat man die Möglichkeit den Kontakt aufzubauen zu so Firmen, die in diesem Gebiet tätig sind und die bereit sind ihr Team mit hochzunehmen. Das sind auch Ansätze, welche Isabelle von Alpine Co-Working hatte in Ftan. Und ebenso Pakete, die man versucht zu schnüren, wie die Österreicher. Das Schwierigste bei uns ist wahrscheinlich die „Hoheiten“ in den Destinationen zu durchbrechen. Aber wenn man die Chance kommuniziert und die erste Saison wird sicher nicht super aber danach. Wenn man sagt man packt lodging, co-working und activities in einem zusammen, wie viel darf das kosten? Wenn es sowieso leer wäre, schadet es der Hotellerie nicht. Ah! Aber wer auch sehr weit ist mit dem elektronischen Touristenbüro oder Verkehrsbüro, dass das allenfalls mit einem Co-Working Space verbunden wird. Diesen Wandel, das Leute dort ankommen und sehen, ah da könnte ich auch hier arbeiten, es hat gutes Internet. Und wer da affin ist, ist RafaelENZler von der Firma Gut & Gut. Er hat einen touristischen Workshop Ende Monat, wie sich das wandelt ist er sehr affin und war selbst lange selbst bei Schweiz Tourismus.

A: Ja, die Verlinkung mit dem Tourismusbüro findet bei uns schon im kleinen Rahmen statt...

J: Ja, und wenn man sagt, man nutzt diese Gelegenheit und sagt wir kommen für Meetings in den Hub, oder dass es wie eine Station für Werbung gibt.

A: Noch eine generelle Frage, wie siehst du die Zukunft von Co-Working in der Schweiz?

J: Rosig...Schwierig zu sagen aber momentan gehen immer wie mehr Spaces auf, aus ganz verschiedenen Sparten aber niemand kann sagen, mir werden die Türen eingerannt ausser in den Städten. Aber ich habe das Gefühl, dass eines Tages der Co-Working Space also vielleicht heißen sie nicht mehr so, eventuell eher kommunale Arbeitsplätze. Also das man fast eher Service Public sein sollte, jeder Ecke hat eine Bibliothek und dann in Zukunft auch Co-Working Spaces. Also das braucht noch Zeit. Aber in der Schweiz ging der erste Space in 2007 auf und bis 2010 lief so ziemlich nichts und 2013 gab es 20 Spaces und Anfang 2017 waren wir 70 Spaces und jetzt gegen 90. Das heisst seit anfangs Jahr 20 mehr. Es kommen immer mehr auch grössere, zum Beispiel in Lausanne gibt es einen mit 200 Plätzen. Im Gegensatz gibt es ein Co-Working

Projekt in Lichtensteig im Toggenburg von 20 Plätzen. Es ist ein Städtchen von 2000 Einwohnern aber es kommt aus dem Beweggrund eine Destination attraktiver zu machen. Auch Regus mit der Marke Spaces hat vor 200 Spaces in der Schweiz zu eröffnen. Sie laufen über den Namen Co-Working aber eigentlich sind sie Shared offices aber das gute ist, das mehr Leute darüber sprechen werden, was uns eine Plattform bietet.

Anhang IV: Interview mit Marie Eckert, Village Office

Das Interview mit Marie Eckert fand am 04. Oktober 2017 per Whats App Call statt. Sie ist in der Genossenschaft von Village Office mit dabei. Ausserdem eröffnet sie selbst einen Co-Working Space in Davos und Gründerin des Vereins der Co-Worker im Graubünden.

Anita: Hast du zuerst einen Co-Working Space gegründet oder warst du vorher bei Village Office mit dabei?

Marie: Ich bin Partnerin bei Village Office, habe mich also so eingekauft in die Genossenschaft. Komme aber ursprünglich aus der Hotellerie und dort war der Wunsch von Villiage Office, das man hier in Chur einen Co-Working Space eröffnet. Im Prinzip ist Village Office nur ein Netzwerk von Co-Working Spaces aber man hat es eigentlich zum Zeigen, dass wir auch selbst Spaces aufmachen können. Jetzt haben wir gesagt, wir wollen nicht unbedingt Konkurrenz zu bestehenden Co-Working Spaces darstellen, wir fokussieren uns auf unser Netzwerk. Von dem her ist unser Fokus auf die Vergrösserung des Netzwerkes von bestehenden Co-Working Spaces und das andere ist der Verkauf unserer Produkte. Jedoch ist das im Graubünden bisschen schwierig, weil wir haben keine Co-Working Spaces. Oder nicht viel. Und ich meinte für die Village Office Strategie fehlt mir das Essentielle und das sind die Spaces. Ich arbeite immer noch für Village Office aber reduziert. Ich mache noch die Webseite und natürlich auch den Community Aufbau, das heisst dass sich Leute allgemein hier mehr für Co-Working interessieren. Neben dem mache ich noch Co-Working Spaces auf aber nicht vom Village Office, natürlich sind sie aber im Netzwerk mit dabei.

A: Wenn du sagst sie kommen von dir aus, finanzierst du sie dann auch?

M: Ich schliesse mich immer mit Immobilienbesitzer zusammen. Ich habe nicht mein eigenes Immobilienimperium (lacht). Aber ich arbeite auf einem Provisionsmodell. Zum Beispiel in Davos ist einer, wo ich sage, ich organisiere dir das dafür bekomme ich so und so viel von deinem Umsatz. Also quasi auf Mandatsbasis. Es ist bisschen schwierig Immobilienbesitzer von dem zu überzeugen, denn sie mögen gerne monatliche Mietseinnahmen. Aber mehr und mehr werden Immobilien frei und das gibt mir auch mehr Aufwind. Ich will niemanden übers Ohr hauen und eine Win Win Situation für beide schaffen.

A: Das kommt ja schlussendlich der ganzen Destination zu Gute. Oftmals haben Immobilienbesitzer selbst noch ein Geschäft im Ort.

M: Ja ich verstehe sie auch. Sie sind sich gewöhnt, dass man langfristig plant und es dann profitable Geschäfte sind. Aber im Co-Working sind wir einfach noch in einer Anfangsphase von allem in der Schweiz. Ich suche einfach Partner wo das mit mir aufbauen möchten und sagen, ja ich investiere jetzt in das. Dafür wenn dann die Nachfrage gross ist, sind wir parat. Aber es braucht schon ein bisschen innovative Leute.

A: Ja definitiv. Es braucht Pioniere und dann Zeit und in der Schweiz noch ein bisschen mehr Zeit. Und wie managst du die Co-Working Spaces? Also jetzt hast du den in Davos und in Chur oder?

M: Also in Chur gibt es ein Zentrum mit Co-Working Space, welcher einfach viel zu wenig genutzt wird. Dort bin ich im Gespräch mit den Besitzern. Es soll ein ähnliches Modell sein wie in Davos. Ich mache einfach ein bisschen Werbung und Webseite auf Provision und sie managen den Space, also Administration und Buchhaltung. Aber ich profitiere auch davon, dass ich die Events von Davos bei ihnen promoten kann und umgekehrt. Dazu gründe ich gerade einen Verein der Bündner Co-Worker, welcher die Co-Worker abholt. Denn es ist schwierig die Co-Worker in einem Gefäss zu sammeln. Man kann nicht sagen, der und der ist typischer Co-Worker. Es fängt schon nur damit an, das man fragt was ist genau Co-Working? Warst du schon mal im Cloud7 in St.Moritz?

A: Nein. Ich habe gehört das es mehr Shared Office als Co-Working ist.

M: Also wenn man den Begriff anschaut bedeutet es zusammenarbeiten und das machen sie ja schon. Aber eben es ist sehr schwierig zum greifbar machen und wer sind Co-Worker, weil im Prinzip kann jeder in einem Co-Working Space arbeiten.

A: Was bedeutet den für dich Co-Working?

M: Für mich? Co-Working für mich ist vor allem auch das Netzwerken und das Austauschen.

A: Ich habe gehört, das Village Office das Vorhaben hat, dass jeder im 15 Minuten ein Co-Working Office findet. Denkst du der Grundgedanken kann so erhalten bleiben?

M: Das ist erst im 2030, da haben wir ja noch 13 Jahre Zeit. Aber ich denke schon, dass die neue Generation, also auch meine und weiter drunter, haben andere Ansprüche an den Arbeitgeber und sie sind mit der Digitalisierung aufgewachsen und sie werden schon in den nächsten Jahren sich entwickeln. Sogar hier im Graubünden, was hinter dem Berg liegt, gibt es Vorträge über Digitalisierung und wie sich alles damit verändert. Meiner Meinung nach kommt das. Es wird sicher immer noch eine Homebase geben, aber die Leute werden sich mehr Freiheiten erschaffen wollen.

A: Du hast das Ziel von 2030 erwähnt, wie sehen die Pläne für die nahe Zukunft aus?

M: Wir haben den Fokus nicht auf Digitale Nomaden gelegt, sondern auf Unternehmen und sie darauf hinweisen, es wird einen Wandel in der Arbeitswelt geben und dann, wenn sie merken es gibt wirklich einen Druck, das wir ihnen sagen, nehmt ein Abo bei uns und wenn sie sagen, sie machen ein einjähriges Programm mit zwei Pilotgruppen. Das heisst eine arbeitet flexibel, inklusive Home Office und eine andere, welche im Büro arbeitet. Dann schaut man einfach, was verändert sich.

A: Und was für Anforderungen stellt ihr an die Co-Working Spaces, welche bei euch mit dabei sein wollen?

M: Das ist bisschen schwierig zum greifbar machen. Gute Arbeitsplätze, das ist zwar relativ aber bei coworking.ch ist eine die aus der Garage heraus Co-Working anbietet, das wäre dann nicht unser Profil. Es sollte schon einen Status haben, das für jemanden, der ein hochwertiges Büro gewöhnt ist, sich wohl fühlt. Es muss sicher nicht die teuerste Einrichtung sein aber ein guter Schreibtisch und Stuhl, sollte es schon sein.

A: Hattet ihr schon negative Rückmeldungen oder wie ist so eure Resonanz?

M: Also wir sind erst vor einem Monat gestartet. Vorher war alles Aufbauarbeit auch Netzwerk. Jetzt haben wir 37 Co-Working Spaces angeschlossen, Tendenz steigend. Also von dem her könnten die 15 Minuten durchaus realistisch. Man muss sich nur schon mal anschauen, wie Berlin aussieht, da gibt es 67 Co-Working Spaces alleine schon nur in Berlin. Da sind wir weniger als bei 15 Minuten.

A: Ja ich habe in einer Studie gelesen, dass rein theoretisch zwei Millionen Schweizer keinen festen Arbeitsplatz bräuchte. Wenn die jetzt alle plötzlich einen Bürotisch sonst wo benötigen, bräuchte es schon einige Co-Working Spaces mehr.

M: Was wir für Challenges haben, sind Unternehmen die glauben, dass ihre Angestellten nicht arbeiten, wenn sie nicht in der Firma sind. Die Leute aus dem Homeoffice rauslocken aber wirklich noch mehr die Vorteile mehr aufzuzeigen. Also jemand der in der Geschäftsleitung eines Unternehmens ist, sieht die eventuell nicht wirklich, der sieht vielleicht mehr, ich muss mehr Geld zahlen für einen Büroplatz, anstatt das mein Mitarbeiter einfach von Zuhause aus arbeitet. Auf Englisch heisst das, der „intangibale“ Mehrwert.

A: Ja nicht greifbar, fassbar...

M: Ja, wenn man das auch schon nur in Zahlen fassen könnte. Zum Beispiel jemand der ständig von seinen Kindern gestört wird oder dass er nicht produktiv arbeitet. Das erhoffen wir uns aus der Studie heraus, die wir jetzt machen.

A: Welche Unternehmen sind mit dabei?

M: Wir haben Tetra Pack, Raiffeisen, Bundesamt für Informatik und Telekommunikation BIZ, Breitler Haustechnik, HHM Hefti Hess Martignoni, Netzwerk Kadertraining GmbH...ja das ist es.

A: Ja das sind ja schon viele und man kann schöne Geschichten daraus schreiben.

M: Ja und auch schöne Geschichte die man dann daraus schreiben kann. Zum Beispiel Tetra Pack kennt jeder und Raiffeisen. Für uns auch wichtig ist, das Migros Engagement uns finanziell unterstützt, sie haben den Aufbau ermöglicht.

A: Das sind vor allem auch Schweizer Firmen, in welche die Bevölkerung vertraut und ein gutes Image haben, was eine gute Referenz für euch ist.

M: Das gibt uns auch wieder die Bestätigung, dass es in die richtige Richtung geht. Stell dir vor, es ist nicht einfach zu einem grossen Unternehmen zu gehen und ihnen zu sagen, ja wir wissen wie es bei euch in Zukunft aussehen wird. Sie sagen dann meistens, es ist alles gut, was habt

ihr denn alle. Schon nur den richtigen Ansprechpartner zu finden. Die Personalleitung wäre sofort dabei aber die Geschäftsleitung aber nicht.

A: Das erinnert mich an mein Gespräch mit meinem Kontakt bei Hotellerie Suisse, welcher auch an der Geschäftsleitung anstösst und auch die alten Verbandsstrukturen machen es ihm nicht einfach. Bei deiner Analyse von Co-Workern im Graubünden, hast du da auch die Co-Working Spaces analysiert oder was kam dabei heraus?

M: Also was ich gemacht habe, ist ein Pilot für mich selbst. Das heisst habe über den Sommer einen Co-Working für mich selbst in der Altstadt von Chur eröffnet. Das war praktisch, denn das bestehende Büro hatte gerade Sommerpause, so kam ich ihnen nicht in die Quere. Da habe ich günstig ein Ladenlokal gemietet und zwischengenutzt. So kam ich an die Co-Worker hin und erfuhr, was sie eigentlich wollen. Das war spannend. Im gesamten hatte ich ca. 25 Leute, welche arbeiten kamen. Die haben mir dann gesagt, es wäre cool einen Verein zu haben. So entstand die Idee. Es kommt auch darauf an, was für ein Co-Worker du bist. Die Freelancer sind schon so mit oder so mit dabei, die wollten sowieso weg von Zuhause. Dann gibt es Leute, welche in grossen Firmen arbeiten, welche pendeln und sich so einen Tag freischaukeln konnten und so von dort aus, arbeiten konnten. Was auch noch interessant war, es war einer auf Arbeitssuche da, der das Büro als Inspiration zur Vernetzung genutzt hat.

A: Kam er auf eine Stelle durch die Kontakte.

M: Ich weiss nicht ob er jetzt eine Stelle hat. Aber er hat schon Leute kennengelernt, welche ihm mit seinen Kontakten weitergeholfen haben. Kontakte sind hier in Graubünden halt schon extrem wichtig, ohne geht nichts.

A: Genau, im Wallis geht ohne Vitamin B auch fast nichts. Wie stellst du dir den Verein dann vor? Haben sie wie ein Special Abonnement? Welche Benefits haben sie?

M: Nein weitergefasst, ich möchte wirklich, dass der Verein als Ideen Plattform genutzt wird. Es ist wirklich für Fans von Co-Working. Wir gründen am 17.11, wobei alle die interessiert sind mit dabei sind. Das heisst, ich mache die Gründung nicht für jemanden, sondern machen das zusammen. Es soll ein Treffpunkt für die werden, die nicht alleine kämpfen möchten, sage ich jetzt mal. Zum einten werden sicher Events organisiert sowie zum Beispiel ein Probe Tag aber

auch als Ideensammlungstool, das sich so Leute finden, die die Ideen zusammen umsetzen können. Ich bin eine sozial, sie sollen das kreieren und auch die Ideen leben.

A: Nochmals zurück zu Village Office und deinem Space, habt ihr vom Bund, Kanton, Region Unterstützung sowie Mia Engadina?

M: Also Village Office wird vom Komo, Schweizerische Koordinationsstelle für nachhaltige Mobilität, unterstützt. Dort haben wir vom Bund die Auflage, das wir zeigen, das es weniger Pendleraktivitäten geben wird. Ich persönlich bin ein bisschen im Zwiespalt mit Graubünden. Es ist so ich bin beim Amt für regionaler Tourismus gewesen und muss sagen, dass sie die Gelder sehr konservativ verteilen. Das heisst man muss einen Projektplan, inkl. Investoren einreichen und dann muss ich sagen, wenn ich schon Investoren habe, brauch ich auch keine Wirtschaftsförderung mehr. Was aber sehr gut ist, ist die Wirtschaftsförderung von der Stadt Chur. Da ist Viktor Zindler mit dabei, der ist sehr engagiert, zwar nicht mit Geldern aber sonst. Er war bei einem Video für Facebook mit dabei, bei einem Fernsehbeitrag und er ist bereit aus der Sicht der Stadt eine Meinung abzugeben, was für mich eine grosse Unterstützung darstellt. Ausserdem vernetzt er mich sehr gut.

A: Und Chur ist ja wie eine Drehscheibe, das hilft sicherlich.

M: Bei uns im AWT ist einer sehr konservativ und um den kommt man nicht herum. Früher hat sich Swisscom mal zu Village Office ja gesagt aber da war er auf einmal einverstanden, das wir Projekt einreichen, aber jetzt ist Swisscom nicht mehr dabei und dann wollte er nicht mehr. Dafür ist Migros Engagement mit dabei aber das ist im Graubünden nicht wirklich verbreitet respektive anerkannt.

A: Wieso ist den die Swisscom nicht mehr mit dabei, wenn ich fragen darf?

M: Das war einfach unglücklich. Die Swisscom hatte ein Co-Working Projekt hier in Chur. Derjenige der das Projekt geleitet hatte, hatte ein Burnout und dann schief das Projekt ein.

A: Aber Migros ist ja immer noch ein grosser Name, der mit dabei ist.

M: Ja aber das ist eben Village Office und die haben wenig mit dem Graubünden.

A: Ja das stimmt.

M: Also ich habe die Hoffnung noch nicht aufgegeben, da durch die Vereinsgründung, das ganze Thema Co-Working ein bisschen greifbarer wird, auch hier in der Region. Wenn dann daraus Ideen generiert werden, kann ich dann sagen, der Verein unterstützt und über den ist man auch glaubwürdiger, als wenn ich sage es ist eine One-Man-Show Marie Eckert. Dann glaube ich, ist es einfacher Projekte einzugeben. Zudem ist Mia Engadina neustens auch Village Office angeschlossen und dort ist mein Kolleg auch daran, mit dem Jan Aerni von Microsoft zu sprechen, dass wir auch in ihrem Antrag reinkommen. Aber das ist noch inoffiziell. Das ist das was Village Office ausmacht. Wir sind mehr als eine reine Buchungsplattform, bei uns geht es darum, uns gegenseitig zu helfen.

A: Eigentlich wie ein Verein einfach schweizweit.

M: Wir haben gesagt wir sind eine Genossenschaft und sind schon betriebswirtschaftlich unterwegs, also mehr als ein Verein. Wir wollen Abos verkaufen und wollen...also als Verein wird man bei Unternehmen einfach weniger ernstgenommen. Auch für Verträge auszuhandeln. Wir wollen aber unseren sozialen Auftrag in den Vordergrund stellen.

A: Von dem her ist es noch nicht gewinnbringend.

M: Wir existieren erst seit einem Monat. Momentan basieren wir noch auf den Investoren. Aber wir beraten auch Arealentwickler vor allem was Community Management angeht, also Gemeinschaftaufbau. Das sind Einkommen die aus unserem Know-how kommen, da fließt dann schon was in die Kasse.

A: Das ist doch super. Jetzt weiter zum Tourismus, was bedeutet für dich Co-Workation?

M: Also ich kenne Co-Living aber Co-Workation sagt mir jetzt gerade nichts.

A: Also das bedeutet einfach Co-Working und Vacation, also Ferien, verbunden...aber sonst eine andere Frage, wenn siehst du in der Schweiz als Zielgruppe für solche Ferien?

M: Ja da fand ich den Ansatz von denen in St. Moritz interessant, die sagen, dass Hotels eigentlich Co-Working gut abfangen können, weil diese haben oft schon die Infrastruktur wie zum Beispiel ein Sitzungszimmer. Das heisst, ich finde Co-Working in Hotels keinen Unsinn und für meine Co-Working Spaces möchte ich Zweitwohnungsbesitzer ansprechen im ersten

Schwung. In Davos gibt es viele Leute aus der Stadt, die dort eine Wohnung haben und Skifahren kommen. Die kennen das Konzept von Co-Working, das heisst, die muss ich nicht noch davon überzeugen und dann macht den Zugang einfacher. Das heisst, dass wenn du eine Wohnung hast, kannst du einfach ein, zwei Tage früher hochfahren. In einem Hotel würdest du nur bei schönem Wetter und so kommen. Aber Zweitwohnungsbesitzer würden schon nur einen Tag früher hochfahren, um den zu umgehen. Plus die haben grundsätzlich auch mehr Interesse, sich im Dorf zu integrieren.

A: Wie kommst du denn an die Adresse von ihnen?

M: Also ich habe gehört, dass es dort oben einen Verein von Zweitwohnungsbesitzern gibt und ich arbeite mit dem Tourismus Davos zusammen und hoffe sie können mir eine Liste geben oder das sie das sogar kommunizieren.

A: Okay, weil ich bin daran für eine Zielgruppe eine Umfrage zu erstellen und da bin ich zwischen Digital Nomads aus dem Ausland oder Zweitwohnungsbesitzer, da diese auch ein grosses Thema in Verbier sind. Die Adressen würde ich wahrscheinlich erhalten, die Frage ist halt ihre Reaktion und ob es überhaupt eine Response geben wird.

M: Im schlimmsten Fall, halt einfach Flyer in den Briefkasten.

A: Ja manchmal kommen sie nur an Weihnachten hier hoch für lediglich zwei Wochen. Als Werbung für den Hub würde das sicher funktionieren aber für meine Umfrage wäre das ein bisschen zu spät.

M: Es ist schon schwierig die zu erreichen. Ich hoffe halt schon noch drauf, dass sie verknüpft sind und das mitbekommen.

A: Das habe ich für mich als Fazit genommen, dass sie mit der Zeit das auch mitbekommen werden. Es braucht vielleicht bisschen länger aber früher oder später schon.

M: Also der Markus von Laax ist sehr interessiert touristische Produkte zu erschaffen mit Co-Working. Also mit der Idee, dass man für einen Monat für zum Beispiel in einer Wohnung lebt und so Sachen. Ich finde es sicher eine gute Idee, ist aber auch schwierig einen potentiellen Kunden zu definieren. Ich meine wer springt auf so ein Angebot an.

A: Das wären wahrscheinlich wieder Jüngere, die Frage ist dann, ob sie das Geld haben...

M: Das ist das Problem wo wir in der Schweiz haben, wir sind schon ein teures Land.

A: Ja das habe ich auch gedacht aber zum Jenny meinte, dass die Digital Nomads oft unterschätzt werden. Viele von ihnen hätten wahrscheinlich das Einkommen um ein, zwei Wochen in der Schweiz zu verbringen. Das ist ein weiterer Grund für die Umfrage, um herauszufinden, wie viel wären sie für ein Package bereit zu bezahlen.

M: Ich habe so ein Angebot gesehen, wo man ein Jahr lang in 12 Monaten rumreisen kann. Das wäre natürlich spannend, in so etwas reinzukommen. Aber das wäre dann eine Frage der Kapazität. Das wären dann ca. 25 Leute die einen Monat bei dir arbeiten. Das ist ein riesen Aufwand.

A: Ja die müssen noch unterhalten usw...

M: Wie so vieles im Tourismus, viel Arbeit.

A: Viel Arbeit und wenig Einnahmen.

M: Und zu teuer darf man sie auch nicht anbieten. Und man darf auch nicht die Möglichkeiten unterschätzen, die man heute hat, um sich selbst so ein Package zu machen.

A: Das ist die andere Frage...würden sie wirklich so ein Package kaufen oder sind sie einfach froh, um den Co-Working Space und den Rest schauen sie selbst.

M: Die Frage ist einfach, ob man ihnen einfach günstig einen Monat Co-Working anbietet und sagt, sie haben andere Reduktionen in der Destination.

A: Ja zum Beispiel so ein Pass. Wäre eventuell fast eher ein Lösungsansatz, weil die Packages könnten in der Schweiz eventuell einfach zu teuer werden.

M: Dann hast du der einen der lieber Biken geht, der andere will wandern und noch einer will schwimmen und das musst du dann alles in ein Packet reinbringen.

A: Was hast du sonst noch so für Ideen gegen die saisonalen touristischen Schwankungen? Weil die wirst du in Davos sicherlich auch noch spüren.

M: Was ich glaube ist, dass die Zwischensaison für Co-Worker genial ist. Weil du arbeitest ja nebenbei noch und du gehst ja nur nebenbei Skifahren. Dann möchtest du leere Pisten haben und gehst nicht den ganzen Tag. Letztes Jahr war hier in Davos eine coole Aktion, bei welcher sie Kunstschnee gemacht haben an einem Wochenende im November und sagten, komm mit der Familie, egal ob du biken oder Skifahren willst, es geht beides. Es ist einfach Ansichtssache.

A: Dann kommt es auch auf die Destination an, was sie anbieten und wie viel Werbung sie machen.

M: Ja es kommt auch auf Person drauf an. Einige sagen, okay ich kann nicht Skifahren dafür kann ich biken gehen.

A: Wir sehen da eher den positiven Effekt. Die Frage ist, wie überträgt man den auf die Leute. Das wären wahrscheinlich dann schon die Schweizer, welche das sagen, lass uns noch wandern gehen. Die Frage ist wieder, wo holt man sie ab?

M: Zweitwohnungsbesitzer und allenfalls, Ideen wie...also man müsste mal analysieren, wie die Leute in der Destination buchen und dann dort gezielt Werbung machen. Weil man nimmt ja diesen Anbietern dann auch nichts weg, es ist ja eher eine Bereicherung der Destination. Da erhoffe ich mir auch Unterstützung.

A: Dann noch als abschliessende Frage, was hast du so als grosse Vision für Co-Working Spaces in den Alpen? Vielleicht auch im Zusammenhang mit Co-Living oder die Netzwerke, dass es zum Beispiel auch Interkantonal wird.

M: Ich bin da eher realistisch. Ich lasse mich inspirieren von anderen Ländern und Co-Working Spaces. Schau aber danach, wie kann ich es vor Ort umsetzen. Von dem her getraue ich mich nicht grosse Vision zu haben und ich bin da nicht so der Luftschlossbauer. Ich bin mehr der Macher als Planer und setze Sachen gerne schnell um. Ich lasse es auf mich zukommen und schaue, dass es nicht an mir vorbeiläuft. Zudem erhoffe ich, dass aus dem Verein coole Sachen herauskommen.

A: Aus dem Verein können sicher viele Ideen zusammenkommen und Sachen daraus entstehen.

M: Also die letzten Monate habe ich einen Brainstorm gemacht, was könnte ich machen. Und es wurde dann zum Teil fast zu viel. Am Anfang kam ich nirgends hin und dann mit der Zeit wollte der einte, dass ich das mache und der andere das, das wurde fast zu viel. Ich habe auch nur 24h pro Tag und muss mich fokussieren.

Anhang V: Interview mit Neil und Magda, Pura Worka

Das Interview mit den Gründern von Pura Worka, Neil und Magda, fand am 31. Oktober 2017 per Telefon statt.

Anita: It's Anita speaking. How are you?

Neil: Fine and you? I'm with Magda.

A: Hi Madga.

N: So, you are based and working in Verbier?

A: Yes, I'm based in the Mountain Hub Verbier and Maarten, the owner, is a friend of mine and also the client for this thesis and he is looking forward to talk to you once but I guess you are quite busy at the moment.

N: Yes, we just confirmed our destination in Indonesia and at the moment we are going to Zermatt to find a potential place in Valais as well.

A: Perfect. Because I started a survey to find out which places people would like to go for Co-Working in the alps. Well, I haven't got many answers but despite that is Zermatt one of the top spots.

N: Do you know what, is your survey still open?

A: Yes it is. I'm trying to share it on Facebook and so on.

Magda: Maybe we could share it for you on our platform.

N: Yes. Because we did a survey at the beginning and had around 230 answers and that was before we opened our social media. So, I think our community could be quite engaged.

A: That would be cool.

M: So just that I understand what you are doing you bachelor work on.

A: So, I'm trying to make the connection between Co-Working and Tourism. Which I think a lot of locals don't realize this connection yet. And then also show the potential. I'm not going

to much on the side of the destination but I want to give a little hint for the destination, that if they support co-working in the destination they can bring value and clients for them as well.

N: That's quite what we are doing on the practical side as well. We would be very interested what is going to be your conclusion.

A: Yes of course, when I'm finish I can send you thesis when I'm finish.

M: And is it kind of an international study or are you more focused on Switzerland or how does it look like?

A: I'm more focusing on the Alps. Especially Swiss Alps. I visited the Co-Working Space in Chamonix. I'm not going to Austria but yes, focusing mainly on the Swiss Alps. As I think there is a potential which isn't really recognized yet. It's just starting now.

N: Does your survey include a lot of different resorts in Valais?

A: No, I think it's Verbier, Zermatt, Crans Montana. Then I have some in the Bernese alps, Graubünden and Chamonix. I can send you a print screen of the rating of the destinations. But at the moment top spots are Chamonix of course, then Zermatt and Verbier are a bit the same. Then followed by Interlaken.

N: In Chamonix did you visited both, the Ski Locker and the Mountain Base camp?

A: I only went to the Ski Locker as they are connected with the Mountain Hub in Verbier and they are together in the Mountain Alliance. It's really interesting, I don't know if you have met them and we also talked about, that it would be great to get this mountain co-working Alliance more spread over Switzerland.

N: Well cool. I'm sure there are going to be some interesting exchanges. Our aim is to have one Hub down the Valley, which we also told Maarten and then one up in a resort, so that's our current strategy.

A: And are you focusing on Indonesia and Switzerland or are you planning to open in other countries as well?

M: This are just our two first destinations but our aim is to kind of implement kind of a franchising model and we started with Indonesia and the alps, to have the mountains and the ocean. Then we just need to start with those and then the franchise will go quite fast, when the model is set.

A: And who is your main target group for Pura Worka?

N: We think we are doing exactly what you were mentioning. We do a blend between tourism and Co-Working and our customer segment is very extended. It won't only be digital nomads, it will become working vacation or since we will have side activities, we may have random people who have never entered in a co- working space. We are very expanded going towards companies, start-ups, millennials. I think we have a very broad vision, to get as many people as possible to co-working spaces.

A: And what kind of touristic services would you offer? Or what's your ideas for seasonal fluctuations and to reduce their impact?

N: What we want to offer are general services like accommodation, food and beverages, sports and culture, workshops and so on.

M: It will be more a co-working experience than just you are going to and office and staying there. No, you are going there to a beautiful place, which also connects you to a lot of activities and services. Which will be selected to a few criteria of ours. Just to kind of keep kind of the control of this experience. We don't want to stay this are all the infrastructures whatever.

A: Do you think about packages?

N: Yes, basically tailored once, so you can just say which add-ons you want to enjoy or either you only want the co-working hours or you want the accommodations or you want the package of for example one week of co-working plus transport and so on. So, we have the two very flexible approaches.

A: And have you thought about Co-Working company retreats?

N: Yes, definitely. We are in touch with remote year in order to host them for one month in Indonesia.

M: And I was in touch with another company who organizes kind of this retreats in the UK called...don't remember the name but he just started.

A: And when is the Space in Indonesia exactly opening? I saw yesterday the link and it looked quite finished.

N: Basically, it's an eco-resort and they will have eco domes in Kuta Lombok and in this eco resort we will have Co-Working space.

A: And the money out of the crowdfunding, are you going to use it for Indonesia or Switzerland or both?

M: It is more for the development of the concept. We are developing kind of a digital platform, kind of organize all the services and it should be simple to use. So, a lot of the budget goes into this but it is not dedicated to only one place.

N: So, our two main costs are the digital platform as Magda already said and we want to offer kind of an Airbnb 2.0, where you don't only have accommodation but you also have all the item we mentioned before. So, you can book from your apps your Co-Working, your surfing, transport...so when you go to Bali, for example Ubud, you need to book everything separately, so we want to offer a common platform, so this is one of the main financial triggers. The other one is the desks. We have a question for you, in your research, did you found any interested for Zermatt or any current plans about opening a hub there?

A: No I haven't, which is really surprising. I don't know why. It might be that Zermatt is really in local hands.

N: We are going now to the hotel Cervo and doing a report with canal9 in Swiss German with Magda. So, we think it's going to move a bit. You know on our side, if you want to bring a practical outcome to your bachelor thesis maybe saying, it could be interesting to say, how could yourself open a pura worka Space in Engelberg, Interlaken, Thun, this could maybe be interesting for you.

A: It could be interesting. But yeah for you I think Zermatt could be really interesting. But then Crans Montana could be interesting too. As they are building this kind of indoor surfing hall.

N: Yes, we are very connected with them and we told them that the co-working space could valorize it even more. For example, if they host a skate board event, the Space could be a media center.

A: Yes, It could be a leverage effect for both. And maybe it could be interesting for the students of Sierre as the spirits seem to be pretty you. And have you been in touch with the existing Co-Working Space in Crans Montana?

M: We heard about it but didn't see them directly.

A: I haven't met them either but I have the impression that it doesn't really work out that well yet.

M: We got the same impression.

N: Yes, we were also looking into Nendaz. We will see how this one comes out. I think there is enough place for a lot of actors and also for different Pura Worka Hubs. What we also want to do is also to build our community very close to a domain called 7Sky.Life.

A: Yes, I saw something like that in an email of a yoga teacher I know.

N: Yes, they have quite a big community and Magda is quite close to them. So that's where we start from, we don't just want to open one space but we...

A: Community building.

N: Yes.

A: That's the thing which I heard, especially from the Ski Locker in Chamonix who really take advantage of the guys in the states. They believe that the community is the one who carries the business in the end.

N: And then in the end you going to have a Ski locker in Chamonix and something else in Crans Montana, this is going to be good in a certain way but we hope to work as tourism Co-Working Spaces and we hope to achieve this in a certain way. Of course, we are looking for collaborations with Maarten and others but on the opposite of them, we want to expand from the start and that's our current strategy.

A: Have you been in touch with the guys from swiss escape?

N: We have seen their work but we haven't been in touch yet. What is really interesting...I am sure they are doing a fantastic job but what they don't do is, they don't do any local promotion.

A: They are starting with this...I think they have quite a big task ahead with the community of Grimentz. Well Fanny is a local which makes it easier. But they are just starting to get in touch with Val d'Anniviers tourism. But at the moment they are more focusing of building up an international community and I think they are doing really well. They just went on the Nomad Cruise and are currently in Panama, Guatemala and so on and try to attend every conference they can. I think it could be interesting for you to get in touch with them.

N: We were discussing as well with the marketing director of Sierre / d'Anniviers tourism, Julien Petit and he said, himself he has never heard of Swiss Escape, so he just heard about it now. How important it is to go all the way to Panama versus to do some local promotions.

A: Well yes that's right. I know it's on their to do list but of course it's really important to do it soon. But I guess in a month like October it would be important to engage as well with the local community or students of Sierre for some workshops for example. And do you already have contacts in Zermatt or what is your strategy to approach this?

M: Well we have a meeting with the Hotel Cervo. So, we will see. We know the owner is quite keen to bring TedX conferences for example up there but nothing is set yet. It's the first time we go up there.

A: I think I am done with my questions. Thank you very much.

M & N: Thank you.

Anhang VI: Interview with Nicola Broom, Ski Locker, Chamonix

Das Interview mit Nicola Broom, Mitgründerin des Ski Locker Chamonix, fand in Chamonix im Kaffee Moody 05. Oktober 2017 statt.

Nicola and I met at the Ski Locker. When walking together with her toddler and do towards the coffee, she told me that she is originally a lawyer but working more in consulting and managing four Start Ups. Originally, she is from the UK. Living in Geneva with her husband, they started coming to Chamonix every weekend. After a short time in Zurich they moved definitely to Chamonix where she founded with three other Co-Founder the Ski Locker. The Space has a partner Co-Working Space in Steamboat Colorado and is Part of the alpine Co-Working Association.

Anita: How is the Co-Working Market in France?

Nicola: It becomes a lot more popular especially in Paris and Lyon. One of the biggest Co-Working Spaces in the world is in Paris. Paris is booming. Outside of that, there isn't much. I think it's less developed than Switzerland.

A: I always thought Switzerland is behind.

N: No, I don't think so...

A: But is it in France more a question of the organization of opening Co-Working Spaces or the companies itself? Because in Switzerland a lot of companies are still very old fashioned.

N: I don't know. I think so in France. When we first set up, we didn't have any other Co-Working Spaces in the mountains. It just wasn't a thing. So, we set up and found out about this mountain Co-Working Alliance which is all in the US. So, nothing in the Europe in the time. Then we joined and Maarten from Mountain Hub as well. So, it's only the two for us, for now.

A: So how does it work?

N: At the moment, it's only an informal organization, more like a group, that you join. We have every now and we share things we are working on or we have a particular focus, for example

how to attract member or how to organize paying things. It is just a place to share knowledge about Co-Working.

A: But officially you have agreements for your Co-Workers with other Spaces?

N: Yes, Steamboat is a Ski Locker, so they have more free working days. But we have an exchange, so when you are member like Mountain Hub, you can come to the Ski Locker in Chamoni and work a few days for free and same with the others. There was last year a guy who made a tour around the US. So, he went to visit every single Alpine Alliance Space.

A: That's amazing!

N: Yes, I think we have much more common with other Mountain Spaces, whether it's in the US or Switzerland or wherever. It is just a whole other thing working in the mountains.

A: Totally. I started interviewing one of the Founder of the Impact Hub in Bern and my questions didn't match at all. They don't experience seasonal fluctuations or things like that. In one way, I would be interested to build up an alliance around the alps, because they face the same problems. But the problem which I see already now in Switzerland is, that every Kanton will start again to look for themselves, which isn't very effective.

N: Yes, maybe we should invite more people into Mountain Co-Working.

A: That would be great.

N: And it's good for us. The states are just so much more developed regarding Co-Working then we are. So, it is really good for us to learn from that.

A: So, what's the point you picked out of working together with them? What kind of tips have you received?

N: Mainly around community building and that's something, not sure about Maarten, but for it has been really important. I think we are more a crossing between a company and a community project. It is not just a profit-making thing and anyway you don't really make money, unless you do it on a really big scale. You don't really go into Co-Working for this. And all the US Mountain Spaces have this mentality. So, they are not just there to rent desk, they build really strong communities and these communities are now doing really cool things. Like the

Aspen one hosts now quite big events. Some of the others have for example kind of an innovation center around it and they invite School and too cool programs around it. So that's something we learned a lot from it, how to build up a community and how to set up a Start Up.

A: Does the community building work then in your Space?

N: Yes! We certainly have some people from Lake Tahoe, there are around four spaces in this area. So yes, I think there are a lot of spaces in kind of mountain towns in the US. And Chamonix is not really a Ski resort, it is more a Mountain town. So, we can learn a lot from them, we don't feel the season that strong and can learn a lot from Lake Tahoe for example about how to attract people on a year around basis. And that's something as well. We are not simple Co-Workation, most of our Co-Workers live here. It is not necessarily long term but at least for a few months. So, it's not only a holiday crowd. And then a lot of people came here for holidays and stayed here. So, this people around here decided to get more involved in the community and not just work from home and be isolated.

A: How would you describe your typical Co-Worker?

N: Our typical Co-Worker is definitely a Digital Nomad. Working remotely for a company out of France. Generally, from the Sweden, UK or US.

A: What kind of nationality do you have most?

N: I think our highest nationality are Americans. Then followed by Scandinavian, if this would be a nationality. Then a mix of different others. And mostly been here at least for six months. But we have about 25 members which are here all the time and then you have the day passes or for a week. But most members are for a longer term.

A: So, you don't feel the seasonal fluctuations that much?

N: You do definitely feel, that in winter it's much busier. So, now we just planning to do some renovation before winter.

A: Do you have to pay to be partner of the Alliance?

N: No, it's only a slack group and we have calls and that's it.

A: I guess you are organizing Events. Do you offer any other services, like for example Co-Living or information's by their arrival and so on?

N: We do help people to get settled. We thought about co-living and we have quite a lot of request for it, especially in winter. But we aren't doing it yet but thinking about it. But that would probably be only for the winter seasons. We have one of the companies which is working with us, which is a rental company, so we do help people probably through that and help people generally, asking around if there is something free.

A: And have you thought about integrating touristic products? Like lift pass reduction...or better have you been in contact with the tourist office in Chamonix?

N: I think most of our members are quite independent. But so, we can just help them with giving them advices, like where they can do what. I don't say it's in our mind to do so in the future but not at the moment.

A: Okay. Because for me one solution for the off-season could be these packages. The question is, if the typical Co-Worker wants to have things organized for him.

N: Some people do, but so far, our average Co-Worker aren't like that.

A: But did the tourist office realize what kind of value you are for the destination?

N: Probably not. We talked to them initially what Co-Working was but we probably need some more time. But I think we do our work by supporting local groups. People forming their associations, for example there is a group called Cham-Gigs, that's a developer group running projects together. There is one we set up which is organizing TedX events. We also offer our Space for a kind of charity group of Chamonix, which is an anti-pollution group. It's for them to get together. I think people get done much more going direct to groups and trying to do anything, then going on government level.

A: So, did you finance your Space by yourself or did you have some help of government level or kind of sponsorship?

N: No, we did by ourselves but there were four of us. It's me, then Chris who runs the accommodation company, then Patrick a Swedish Software developer and another Swedish guy,

Pettr which does also some Software stuff. So, the four of us, just working originally around our kitchen tables. Separately working at home. Then we thought let's start working together and then it kind of grouped up.

A: I don't know if you have seen, that Maarten started with a business partner the project The big ride. Which is organizing packages with biking, skiing, teambuilding and also the option with Co-Working. Have you thought about that or are you too busy with your own business? I guess yes, with your four Start Ups.

N: We all have other jobs. We thought about doing some related things. Not necessarily biking. There are people who use the ski locker to set up a biking company or so. But it's not we who are doing it, it would be one of our member.

A: Which takes work of you.

N: But yeah, I guess that quite different. We set up Ski Locker to enable people to do things and having a base to runs things and it's not on us to control everything.

A: And yes, if it works out, and it seems to, then ideas and things coming out of it can be more creative.

N: Exactly but I think we are in very different markets.

A: It is a different vibe in Verbier. People are maybe less interactive.

N: We are quite lucky with that. For example, one of our member just organized movie night and another member organizes every Monday lunch, where always another one cooks lunch for everybody.

A: Sounds like fun. Hmm...which other question do we have left...yes, so how do you see the future Co-Working Spaces in the Alps?

N: I would like to be more of them. I would really like it if the vision of village office came true and you have a Co-Working Space every 15 minutes, that could help people to not contribute that much and if you get this community around, that would people allow to do much more in these communities and I think that's a pretty cool thing. And I think they get much more

out of it then only shared offices. And I think people live in the Alps because they love it and it's the place they want to be.

A: True and a lot have a struggle to get a job or keep their work up...

N: Yes, and if we could help people to have a proper place to work and they can still live here, that would be pretty cool.

A: Maybe as last question regarding the co-working retreats, do you think it makes sense to make the research in the field of digital nomads? I'm a bit afraid that they normally organize their trips alone.

N: Yes, totally. No, I just saw yesterday again a post of somebody organizing combined packages, so I think there is a demand. We think it's really settled but it is still very early. There is still a lot of people having sort of spring ups. It is not organized yet. There are some big companies but there are a lot of small businesses, especially in the alps and at the beaches. So, there are people who want to do it. So, it would be great to spread out the Alpine Co-Working Alliance in Europe.

A: Ah and another target group we are talking about are the second residences. But the problem is how to reach them and if they would come in the off-season...

N: We also have a lot of second residences but I think they don't they would come in the off-season. I think the way we think about that and how we talk with other local businesses about that...Well I went around ski or other rental shops and talked to them and the way we pitched them...people come here anyway and if they could extend their vacations, by coming to ski locker is a great opportunity for everybody.

A: Yeah and I think second residences already use it or will know it, so you don't have to make active advertisement.

N: Yes, they are already here...

A: And normally they are already in love with the destination, so you don't need to get them.

N: Yes clearly.

Anhang VII: Interview mit Rafael Enzler, Gut & Gut

Das Interview mit Rafael Enzler fand per Whats App Call am 05. Oktober 2017 statt. Er ist Partner bei der kreativen Projektmanagement Agentur gut & gut in Zürich.

Anita: Ich habe auf ihrer Webseite gesehen, dass sie ein Projekt „Bergbüro im alpinen Raum“ in Davos drauf. Ist dieses Projekt verwirklicht worden?

Rafael Enzler: Nein das wurde nicht umgesetzt, weil wir die Lokalität nicht erhalten haben. Das war sehr weit und hätte sich um den Bahnhof in Davos Dorf gehandelt. Leider hat sich der Vermieter RHB zu einem sehr späten Zeitpunkt anders entscheiden und die Lokalität jemand anderem gegeben.

A: Und was war der ausschlaggebende Grund für den Rückzug?

E: Offiziell gab es keinen Grund. Sie haben die Freiheit ihre Räumlichkeiten an die zu vergeben, an welchen sie Interesse haben. Also das ist auch okay, jetzt ist ein Bike Vermieter drin.

A: Ich denke es könnte sein, weil Co-Working noch nicht wirklich gekannt haben. Oder was denken sie?

E: Das spielt sicher eine Rolle aber es kommt sicher auch dazu, dass die Destination ein grösseres Interesse an einem Bike-Angebot gehabt hat.

A: Okay und wie war bei diesem Projekt die Zusammenarbeit mit dem Tourismusbüro?

E: Wir waren informell im Austausch aber es war wirklich eine Initiative die aus der Regionalentwicklung hervorging. Aber es war nicht primär ein touristisches Projekt und ich denke in diesem Fall aber auch in anderen ist das einer der Schlüssel. Ich denke ein rein touristisches Projekt funktioniert nicht.

A: Co-Working alleine funktioniert nicht wirklich aber nur touristische Produkte funktionieren dann auch nicht. Es geht Hand in Hand. Allgemein, von wem kam die Idee zu diesem Projekt?

E: Die kam von uns. Also letztes Jahr wurde abgeschlossen aber das war schon zwei Jahre zuvor am Laufen. Wir als Firma versuchen innovative Lösungen für Tourismusdestinationen zu

entwickeln. Wir arbeiten interdisziplinär. Wir haben auch Bauleute, Hotelleute usw. bei uns. Die Idee kam aus dem urbanen heraus, ob man sich nicht auch mal überlegen sollte, ob es nicht eine Bedeutung im ländlichen Raum hat. Wir haben ein Büro in Holland und dort war ist diese Szene schon viel mehr im Gang.

A: Und stehen andere Projekte im Bereich Co-Working und Tourismus in der Pipeline?

E: Ja es läuft ein NRP Gesuch im Berner Oberland, wo wir dran sind.

A: Das in Spiez?

E: Nein in Adelboden, aber es hängt noch in der Luft. Deshalb bin ich noch zurückhaltend mit dem Wort. Wir hoffen, dass wir Ende dieses Jahres loslegen können. Es wäre ähnlich wie in Davos, ein bisschen mehr als nur Co-Working. Das Co-Working wäre einfach einen Komponenten dazu. Man arbeitet momentan an einem Projekt über die Zukunft vom Tourismusbüro, vom klassischen zum Tourismusbüro 3.0 und dabei ginge es mehr um eine Weiterentwicklung.

A: Ja über das habe ich auch schon mit der Jenny gesprochen, dass man sagen kann, dass der Co-Working in Zukunft die Rolle des Tourismusbüros übernehmen könnte.

E: Genau, gehört auch dazu, wie noch paar andere Sachen.

A: Und wie sehen sie allgemein die Zukunft der Co-Working Spaces in den Alpen Destinationen?

E: Ich habe das Gefühl, dass es mittelfristig kommen wird, bin mir aber nicht sicher...also vielen Orten wird es zu wenig konsequent durchgesetzt und dann kann es nicht wirklich zum Fliegen kommen. Ausserdem ist es noch nicht kommerziell, man wird es in touristischen Destinationen noch nicht zum Fliegen bringen. Deshalb muss man es kombinieren mit anderen Sachen. Aber es gehört irgendwann zu einer Grundinfrastruktur und mich erstaunt es, dass es die Hotels längstens noch nicht aufgegriffen haben und viel systematischer angehen und dafür sorgen, dass ihre Hotels auch so ein bisschen zu einem Marktplatz werden und Leben reinkommt und es muss nicht zwingend mit den Gästen korrespondieren.

A: Ja, vor allem in der Nebensaison wäre es eine Chance für sie. Mein Auftraggeber ist der Betreiber des Co-Working Spaces in Verbier und er ist ein touristisches Projekt am Aufbauen,

mit Kombi Velo, Hotel etc. aber das Auffinden eines Hotelpartners erweist sich schwierig. Ich weiss nicht ob sie schon vom Begriff Co-Workation gehört haben? Also Co-Worken und Ferien zusammen kombiniert.

E: Das war auch eines der Themen, welche wir für Davos angedacht haben und in das rein läuft es. Die Zweitwohnungsbesitzer sind sicher ein spannendes Publikum, welche den Wechsel zwischen Arbeiten und Ferien flüssiger machen.

A: Und wie denken sie, wie man an sie herankommt?

E: Man muss systematisch ein Marketingkonzept machen. Die unterschiedlichen Zielgruppen definieren und dann die systematisch angehen. Aber die Zweitwohnungsbesitzer sind ja noch relativ gut anzusprechen. Weil den meisten Orten kennt man sie auch.

A: Ja je nach Destination schon. Wen würden sie sonst noch als Zielgruppe für die Co-Workation definieren?

E: Eine wäre sicherlich die klassischen Nomaden, dort denke ich sind wir preislich im oberen Bereich, da ist die Frage ob wir interessant sind für sie.

A: Das versuche ich gerade mittels Umfrage herauszufinden.

E: Ich habe schon das Gefühl, das viele Co-Working Spaces von der Atmosphäre und vom Lebensstil nicht den Ansprüchen, dass ich bereit bin so viel zu bezahlen. Das ist natürlich einer der Schlüssel an einem Bergort. Die Hotellobby ist auch ein Co-Working Space oder meine Zweitwohnung ist eigentlich auch schon ein Remote Arbeitsplatz. Also muss ich wirklich Mehrwert entwickeln, wieso das ich ausserhalb meines Umfeldes, welches ich schon finanziere nochmals arbeiten gehen soll.

A: Ja das kann dann auch die grosse Hürde sein, die Firmen zu überzeugen, die Leute hinaufzusenden, wenn man zum Beispiel Projektgruppen anspricht.

E: Ich glaube das ist einfach noch ein Weg. In der Stadt, Village Office und solche Geschichten sind spannend, aber es ist noch ein langer Weg, da unser Schweizer Arbeitsmarkt doch sehr konservativ organisiert ist. Also auch mit Home-Office zum Beispiel, waren wir lange sehr zurückhaltend. Unsere Mobilität ist trotz der vollen Züge immer noch gross und man ist rasch in

den Zentren. Das ist vielleicht auch noch eine Hemmschwelle. Es braucht einfach lang und die Leute müssen einfach realisieren, dass es ein Mehrwert ist, so zu arbeiten.

A: Und als ihr dieses Bergbüro konzipiert habt, habt ihr architektonisch noch irgendwas Spezielles dazu geplant?

E: Von der Funktionalität her?

A: Ja.

E: Da muss es klassisch sein. Also es gibt Begegnungszonen und Zonen für die ruhige Arbeit. Ein Co-Working Space muss kommunizieren. Also gegen aussen sollte es sein wie ein Restaurant, also die Etikette ist aussen. Und bei diesem Projekt am Bahnhof hätte man gut 100'000 Leute die da ein- und aussteigen und da hätten wir schon auch draussen kleine Tische und so hingestellt, wo ich praktisch vom Perron aus noch arbeiten könnte. Einfach um für die Aufmerksamkeit auf sich zu richten. Im Meeting-Bereich wäre eine Idee zusammen mit der Hochschule Chur gewesen, dass man so E-Learning mässig, dass die Sport-Studenten einzelne Vorlesungen auch dort hätten machen können. Es hätte zu dem einfach super ausgesehen, mit allem, was ein alter Bahnhof mit sich bringt. Es hat viel mit Ästhetik zu tun, dass man nicht einen 0815 Bürostuhl reinstellt usw..

A: Da haben Co-Working Spaces sicher mehr Freiheit, als die klassischen Bürogebäude. Anderes Thema, sie waren lange bei Schweiz Tourismus tätig, was denken sie, könnte von dieser Seite her noch kommen? Ist etwas in Planung?

E: Also ich habe am Hotelmarketingtag ein Referat halten können und habe so ein bisschen die Zukunft des Seminarhotels beleuchtet. Also das Seminar, welches eben nicht nur die ganze Zeit Kurs ist. Sondern auch Teams die irgendwohin müssen, um eine Aufgabe zu bewältigen und dadurch andere Infrastruktur benötigen. Im MICE Bereich kommt es wahrscheinlich zuerst und danach denke ich, dass sich die Co-Working Spaces in den Bergen vernetzen sollten. Man muss einen gemeinsamen Effort leisten, um dieses Angebot gemeinsam bekannt zu machen. Das braucht schon noch sehr viel Überzeugungsarbeit.

A: Definitiv! Über das habe ich auch mit Nicola aus Chamonix gesprochen, weil es gibt von der USA her eine Alpine Co-Working Association, in welcher sie und Verbier schon mit dabei

sind und sagten, dass man die in der Schweiz anschreibt, um sich da zu verbinden. Ich habe auch mit Marie Eckert gehört, dass sie einen Verband der Co-Worker Graubünden gründet. Da sind halt dann wieder die kantonalen Abgrenzungen das Problem.

E: Also wenn Davos realisiert worden wäre, wären wir auch Space Betreiber geworden. Da hätte ich aus damaliger Sicht bei Co-Working Schweiz ein Kapitel Alpine Co-Working eröffnet. Das man sagt man gruppiert sich noch dort und schaut wie man sich organisieren kann.

A: Nochmals zurück zum Alpinen, die grosse Schwierigkeit der Co-Working Spaces in den Alpen ist die saisonale Schwankung. Was seht ihr so als Lösungsansätze für diese zu überbrücken?

E: Ja wirklich einfach ganz spezifisch in der Zwischensaison zu versuchen, Co-Working bezogene Angebote zu kreieren. Wie zum Beispiel Sport und arbeiten. Selbst beginnen zu Programmieren also so Kursangebote, welche man selbst ausschreibt. Das ist jetzt sehr hypothetisch aber ich denke, wenn ich weiss ein Teil ist Kurs und ein Teil ist Sport plus ein Teil kann ich für mich alleine Arbeiten, dass diese Kombination noch gut ist. Ich merke das bei mir manchmal, dass einfach drei Tage weg und gar nichts machen, ist manchmal weniger produktiv und wenn du wüsstest, dass am Nachmittag nie etwas ist, dann würde ich es eher mal angehen.

A: Also dann wäre ich soweit durch mit meinen Fragen, haben sie noch etwas anzufügen?

E: Ehm untersuchen sie auch das wirtschaftliche?

A: Also wie sie finanziert sind?

E: Ja genau.

A: Nicht direkt aber ich spreche mit ihnen und frage, wie es zustande kam und ob sie die Kosten decken können. Da ist es ganz unterschiedlich. In Chamonix haben sich vier zusammengeschlossen und aus den eigenen Ersparnisse investiert, dann gibt es Systeme wie der Impact Hub, welcher schon fast Franchiseartig funktioniert, dann Mia Engadina welche vom Staat und Microsoft finanziert wird oder Village Office welche von Migros unterstützt wird. Aber der Grundtenor bei allen ist, dass das Betreiben eines Co-Working Spaces alleine noch nicht rentabel ist. Vor allem die, die sich alleine finanzieren, sind froh, wenn sie ihre Kosten

decken können. Von dem her würden die touristischen Produkte eine zusätzliche Einnahmequelle darstellen.

Anhang VIII: Interview with Haz, Swiss Escape Grimentz

Das Interview mit Haz, Co-Founder vom Co-Living Spaces in Grimentz, fand per Skype am 09. Oktober 2017. Zur Zeit des Interviews waren er und Fanny gerade in Guatemala und waren vorab auf dem Nomad Cruise von nach Panama.

Anita: How was the Nomad cruise?

Haz: Like I actually I also have background in the tourism. I'm originally from Dubai but did my studies in tourism in Lugano and from there on I went to the Netherlands to start working in the travel industry and then I started my own business together with my girlfriend. She is from Valais. That's kind of how it started and now it has been about a year and a half and it changed a lot since we started. So, I am interested a lot how you heard about us and your topic of thesis.

A: I heard of you from Maarten of Mountain Hub Verbier. Have you met him?

H: No, not yet, I've heard a lot about him of some clients and when we are back in Switzerland we definitely would like to meet him.

A: Yes, you should, definitely. And my thesis is that Co-Working Space have a benefit from Tourism and also for the destination itself have a benefice. Especially in the off-season, when they can cooperate and really try together to get new people in the destination.

H: I think that's exactly kind of what we started as well. Because we saw that the small villages in Valais have really high seasons in winter like Christmas, Carnival and Easter but then the rest of the year a lot of the hotels are empty so we kind of wanted to generate more income for the complete economy there as well as bring people in the destination. So, combining the two it was very good because when we first got the property we had the discussion with the owner and the owner was really excited, that we could bring people there in low season.

A: So, are you renting this place?

H: Yes, we are. We started with one property and now we have two, both next to each other, same village. And then we are going to look how we are going to expand more in the future.

So far two properties, eight bedrooms, two Co-Working Spaces, open kitchen, Ski lockers and all that is kind of inclusive.

A: Was it difficult to convince the owner?

H: No, not at all. I think it works really well, when you know the place and the advantage we had, is that my girlfriend is from there. While she was living in Sierre but she grew up in Grimentz, so she had connections. So, it helps also that you bring someone local. And second being that we thought that a lot of the international movement now is towards remote working and how we can leverage on that. And the last thing is I think, which really excited them, was that the owner wanted to bring international people herself, as she really loves this village, that's where she grew up. So, she is really happy that we can bring people from Australia, Singapore, US, from everywhere to experience Grimentz.

A: And how is it going? You said you had it now since more than a year? What's the conclusion you are taking out of it?

H: For us it is really important, that we did a lot of research's before. So, we didn't start the business to see the market before. A lot of people are starting off, so for a lot of them Switzerland is quite expensive, so they go to Bali and these places. So, for us to understand if there is still a market, was the first most important part and as soon as we launched. Well we have to say this was kind of a concept test but we already had bookings coming in. So that was a first sign, that this could really work. Second what happened we started talking with a lot of people and went to a lot of conferences. And really started spreading through word by mouth and a lot of people got to know us through that. Then when we had people coming to us during the last winter season. They started talking about us, blogging, spreading it and yes so far, winter season has been amazing. We do get a lot of bookings and everybody is into skiing and working. It is a nice combination. And when it comes to summer, that's what we try to push a little bit more. Because a lot of people have summer still kind of associated with the beach and not mountains. That's where we kind of try to educate people. There is a lot what you can do. Then what we also launched this year are company retreats, which work very well in summer. We already had a few, this is when the companies are more relaxed. There are this two kinds of markets. There are companies and there are the individuals. So, summer we really try to push more. And we also try to bring in more events. Two months ago, we had a

boot camp, where we teach the local people how to code a website. Actually, that's something we were thinking about it, going to your school and trying to do workshops about entrepreneurship, innovations, social medias etc.

A: That's a great idea. For example, in the 4th semester we have a course called innovation management and the teacher always looks for inspirations. Maybe you could get in touch with them.

H: Yes, that would be great if you could send me the contact later. Because we really want to do more with the local population. Because now we have Co-Worker who do everything, blogger, marketers, designers and so on. We bring together a big pool of skills and maybe this people would be happy to help someone. Let's say a local business doesn't know how to build a website, we have someone. Something like this could be the future.

A: And it opens the local community in Grimentz, to show what's your project about and that it's good.

H: Yes, and the thing with Grimentz is as well, people are very old fashioned. Whatever we tell them, it's a bit hard to understand.

A: When you organize company retreats, do you organize a program for them or just offer the space?

H: Some want to be by themselves and don't want us to organize anything, they just want us to tell them, what is there to do as trips, wellness etc. so we give them all the information and they come together with their team and do their projects themselves and we are completely out of the picture. But what we offer additionally are workshops like personal development, yoga session, organized tours, so these are options that's it.

A: So, you could say, you are not having financial problems to get through the year? Especially with the off season?

H: I wouldn't say we don't have financial problems. It's really hard to be in this industry. It's really new. I would say we are kind of break even. But we need to be much more profitable, then what we are at the moment. The more we go on, the more better it gets. The month of May and November everything closes in the station and we can't ask guests to come and then

they have nothing to do. So that's something we can't control and it's something we need to discuss. They should still let places open, because we bring people in off season. When they could really benefit from it.

A: So how are you in contact with Anniviers tourism?

H: So far, we haven't got in depth with them. We know them, they know us, but we haven't met and discuss of what we could do together. Again, a lot of partnerships in the agenda.

A: What kind of other partnerships do you have?

H: We have some with international firms, to bring in online communities of workers to present us and say what are the benefits when you come here. And also, we partner sometimes with Co-Workation, we partner with them to organize a joint Workation – Swiss escape with Co-Workation.

A: How would you describe your typical guest?

H: that's really important, as our guests aren't typical of other co-working spaces. We have entrepreneurs, 80 % and not necessarily working for other companies. Of course, they are well travelled that's why Switzerland comes on to their list. Because they have been everywhere, seen a lot of things, they want to experience something new. Then they are sports enthusiast. Being in the mountains you have to be into sports, skiing, biking etc. and then lastly, they have a pretty good income. They don't have to think that much about their spending. They are willing to eat out everyday if they want, to spend any amount of money if the experience is worth it. So, I think these fourth criteria's we had.

A: Because I talked with a lot of people I started a research about digital nomads and everybody has quite different opinion about them but then in one way, as you said, they can be entrepreneurs which earn quite well. I started a survey but only 50 answers until now...but it's about to find out the research about the interest of Co-Workation in the Swiss Alps. Would you say is there an interest which is big enough, is Switzerland really a destination for it?

H: I think right now is a really small Niche, which is good for Switzerland. Because we are attracting really high-knowledge people. And what is great with this Co-Working Spaces is,

that people start to collaborate with each other. Like a Webmaster and Graphic Designer and it's just happening.

A: That's really cool and I heard from some other spaces in Switzerland, that it takes quite a while until people get in touch and start collaborating, maybe that's a Swiss thing, I don't know. Maybe with the living basis it's easier for you?

H: Yes, I think when you are in the mountains, it's really more expected that they have a place to live as well. The thing is with the big resorts, it is much easier I would presume, because it attracts a whole bunch of more people and there could be families and then there are the husband and wife. And one of them still has to work during the holidays and they use the co-working Space. But in a place like Grimentz there you can't just offer a Co-Working Spaces. I think it would not be profitable there. Living there makes it easier and getting up and starting work and not having to walk somewhere to get to a Space. That's probably also an advantage for you as well.

A: What do you think about Packages? Most of the well-travelled entrepreneurs probably would admit to like booking an all-inclusive package but in the same time they offer a lot of convenience. What do you think, are packages a solution or maybe hiding them under extra services?

H: that's a tricky question. So far, we think packages don't sell super well. Because it makes the whole thing just much more expensive and it sounds like, oh my god I have to pay so much. Then in Switzerland even adding something like a train you have to calculate around CHF 100 from the airport and back, so it's a lot to add on. That's why we think we let it open and let people organizing it by themselves and if they have questions, they come to us and we help. But If you say you are going to add classes, ski lessons, transports and so on you would be quick on 5'000 Francs. So really, really expensive and that's not the point. But what work though well is packages for companies, as they want to get together and do things together. Take the transfer and go on a tour together.

A: And mostly it's not them who pay. What kind of other cooperation's do you have? Like ski school or transport company?

H: Transfer is a taxi, well first I have to say that the language is for some people a barrier, so we attract a lot of English speaking, so if they have to take a taxi and aren't able to explain the location. That's why we know a kind of specific taxi which knows English and pick our people up. But I have to say, we have the partnership but it's not that we have a reduced price.

A: That's a nice service form your side.

H: Yes, and what we are waiting from a Ski School or so...when we bring in a big volume of customers, we have to talk with the ski authorities and saying we have 50 up to 100 people coming, then they might be interested in a partnership. This was kind of a test year, that we had and could gather data and show what we did and where we want to go for the next year.

A: How many people were visiting you last year then?

H: Last year we had 45 people. Even that we started in January. Well we kind of started last July but the first six month were testing with visitors who test the space and give feedback. So we don't really count them as clients.

A: Do you have a propose for the future of Co-Workation?

H: Yes, I think that's kind of what we are doing now. This business trips are really important for us, as we can talk to other people and gather new ideas and how we can collaborate. We really believe that collaborations are much better than being concurrent. Other co-living spaces around the world have similar ideas, standards and how can we kind of create kind of a network of kind of this spaces. That people can easily move around in these spaces.

A: Have you heard about Mountain Co-Working Alliance?

H: Yes, do you know them?

A: Yes, I have met Nicola in Chamonix from Ski locker and we talked that it would be interesting for the future, if other spaces in Europe would join. Especially for Switzerland to avoid the "Kanton"-thinking.

H: And have you talked to Co-Working Switzerland?

A: Yes, with the President Jenny.

H: For us to be a value from it, it needs to be a joined effort to make this work. Because if others are not interested in doing something together then, it's not worth it to try.

A: I think the mountain alliance is at the moment really focused on exchanging their knowledge. And the US they are much further and know more about how to build up a community and make the business profitable.

H: I see. We talked to Co-Working Winterthur and they also said it's hard to make this business profitable and there always needs to be kind of additional services, that you add in order to make it more profitable. He was giving an example of a Co-Working Space who has a kindergarten in it. Like we have the accommodation, there you can gain more out of it. And what is great now is that we have repeat customers, which are coming back, which loved the place and community, who do sports and skis and do business.

A: And do you have also local Co-Workers?

H: No so far anyone. Well we just did the coding boot camp and there we got somebody from Sierre but that was a student. It was a funny boot camp as it was mixed with teaching English mixed with coding. Because you can't code without English but it was a fun way to learn. And not like English class in School. We were playing and watching movies and so on. That was kind of a test but we are going to do more, for sure. We also noticed, that a lot of student get lost after they graduate. You don't know what to do or what they like.

A: As last question, do you have a plan what you want to do against seasonal fluctuations?

H: I think we will be bring in a bit event. We are thinking about a Co-Living / Co-Working Conference in the alps. We wanted to bring in a big number and with that I mean at least 100 people and I know at this time, there are so many empty second residences, which could be filled up, so there would be enough spaces. But I think if we bring a big number, that's really when we can convince the tourism office and the local economy to open the space. But collaboration with locals can help. I have moved to Switzerland five years ago and I really enjoy being away from the city, and I mean I'm a city person coming from Dubai. But here I can be in nature and be so much more productive then in the city.

Anhang IX: Interview mit Maud Richard, Maison Blanche Monthey

Das Interview fand auf Französisch mit Maud Richard fand im Maison Blanche am 27. September 2017 in Monthey statt.

Anita : Dis-moi plus sur l'espace...

Maud : Alors moi je ne faisais pas parti au tout début. Il y a eu un groupe qui a d'abord on a approché la commune pour cette maison parce qu'il voulait faire des bureaux. Et puis ce groupe de personnes. Et puis ils ont dit qu'ils aimeraient bien faire un concept un petit peu différemment que juste des bureaux. Et puis la commune a bien aimé le concept. Du coup c'était rénové en intérieur. Et moi j'étais engagée par l'association pour gérer l'espace et pour faire l'accueil de l'espace deux jour par semaine. On fait aussi la communication avec les utilisateurs et puis voilà.

A : Et c'était financier par l'association ou la commune ?

M : Alors il y a la commune qui a aidé...pour six mois je pense et pour les salaires etc. et c'était pour voir si on est rentable ou pas mais oui on est. Et bon oui après le chauffage c'est un petit peu plus cher et donc la commune nous soutiens encore un petit peu pour un certain temps. Après la maison est à la commune et elle nous la met à disposition.

A : Alors vous n'avez pas loyer ?

M : Non pas encore.

A : J'ai visité aujourd'hui l'impact hub à Berne et aussi au Mountain Hub Verbier ils sont juste capable de couvrir les coûts. Mais c'est difficile.

M : Oui...heureusement on est encore aidé. Mais il faut qu'on se préparer.

A : à berne ils ont le sponsoring...

M : on a des sponsorings mais c'était par inter office et puis du coup on a discuté comment on l'aide et du coup c'est un petit peu leur showroom. S'ils s'ont des clients, ils peuvent le faire visiter. Du coup il y a un petit peu ça comme du sponsoring. Bon c'était un financement uniquement.

A : Et qu'est-ce que vous avez comme évènement ici ?

M : Alors comme j'ai dit ce sont plutôt des petits évènements comme (ce) jeudi. Sinon on fait tous les premiers jeudis du mois l'apéro on fin de journée. C'est porte ouverte et les gens peuvent venir visiter. C'est aussi pour discuter...Et puis des évènements on en a presque eu un petit peu plus au début. C'est vrai que cet été il y a eu le mirage en extérieur. On a aussi organisé une « fuck up night » je ne sais pas si tu les connais ?

A : Oui, avec les projets qui ne sont pas été un succès.

M : Oui, c'était super. On ne pouvait pas faire dedans parce que il y a eu une cinquantaine de personnes. Des gens de la région. Après une idée pour plus tard c'est aussi des faire plus souvent des évènements plus grands que juste des apéros avec un petit peu plus de contenu.

A : Et comment est l'interaction entre les Co-Workers ? Est-ce que c'est vraiment dans le sens de Co-Working ?

M : Alors il n'y a pas vraiment des projets ensemble. Les deux personnes qui sont en haute ils ont une agence de voyage, pour les gens d'ici qui vont à l'étranger et l'autre a une agence pour les gens qui viennent ici. Alors il y a d'interaction. Après ce n'est pas vraiment des projets qu'ils sont montés ensemble...après un qui la compétence...soit il change le client ou un peu d'aide aussi.

A : Mais vous ne faites pas comme des workshops où vous présentes les projets et donnez des feedbacks.

M : J'aimerais bien faire ça, je trouve ça sympa. Ou mais comme une problématique en avant et les autres répondent. Après on est beaucoup...les deux en haute, le comité et des fois c'est difficile de faire quelque chose parce que on est beaucoup. L'organisation c'est un petit peu difficile...je ne sais pas comment les autres s'organise.

A : Normalement il y a aussi quelqu'un qui est responsable pour la communication etc... Chacun a sa tâche. Mais par exemple à Verbier il est seul, ce un petit espace...

M : Bon le system ici c'est tres flexible. Quelques fois il il n'y a personne, quelques fois c'est plein...s'il y a dix personnes qui vient on ne sait pas...

A : Vous n'avez pas un système de réservation ?

M : Non on n'a pas fait ça. Parce que après c'est un petit peu plus compliqué de mettre en place. Après on se dit, autant quelqu'un a un abonnement nomade, ça veut dire il peut venir cinq jours par mois. Il vient quand il veut en fait et comme ça il n'a pas besoin de réserver. On se dit tant ça va comme ça, on le fait comme ça.

A : Et depuis quand c'est ouvert ici ?

M : Depuis novembre je pense ou octobre...non novembre 2016.

A : Et les associés viennent aussi de travailler ici ? Les quatre.

M : Oui...bon il y a un qui travaille à Zurich et il vient souvent vers fin de semaine. Bon un autre...oui ils sont deux qui viennent...

A : Pour toi qu'est-ce que c'est Co-Working?

M : Je pense même si je ne travaille pas ici je suis venu parce que je suis indépendante. Et puis...

A : Qu'est-ce que tu fais ?

M : Je travaille en marketing et communications et puis du coup je trouve ça sympa, parce que tu recentres tellement les gens autrefois je suis seul chez moi. Surtout...pas forcément pour se concentrer mais plus tôt pour discuter un petit peu quand tu fais un thé...

A : Et t'as déjà entendu de parler du Co-Workation ?

M : Non...

A : Quand tu vas travailler pendant des vacances.

M : Oui mais pas le terme...De parlez de ça il y a un qui est venu. Qui était en vacances, qui était venu travailler. Il est du Co-Working Montpellier.

A : Trop bien. Parce que c'est le but de ma thèse, comment les Co-Working Spaces peut vraiment valoriser les produits touristiques...en Suisse on ne le voit pas encore vraiment comme

par exemple en Indonésie. En plus je pense que ça peut-être une chance pour les destinations en montagne. Et comment il a trouvé la maison blanche ?

M : Je ne sais plus. Je pense il a dû chercher mais je crois il a cherché sur l'internet et dans la région chablais c'est un petit peut le seul.

A : Et est-ce qu'il a demandé des questions sur la région, activités etc. ou est-ce que vous avez lui aider avec quelques choses ?

M : Mmmh non...

A : Non ? Quelque chose comment des recommandations.

M : Non, je ne sais plus...non mais j'ai trouvé qu'il connaissait quand même l'endroit. Mais c'est vrai on pourrait participer...En plus rendre un Service en plus. Pour le tourisme on et en collaborations avec les stations de ski. Il y a une personne du comité qui est de cette branche qui est en discussion parce que c'est un ami qui travaille à Chambéry tourisme et puis qui disait que ça peut être intéressant. T'as vu cela de Crans Montana ?

A : Non mais un prof de moi ma parle de cela.

M : Oui je connais une qui fait un petit peu dans le lancement dans ce Co-Working et elle m'a dit qu'il voudrait se vraiment adresser aux touristes.

A : Okay intéressant. Et est-ce que vous avez des entreprises qui passe ?

M : Oui il y a pour le sal de réunion qui le sal pour sortir du bureau ou pour voir autre chose.

A : Mais ça n'était pas comme des groups de projet qui sont venu de quelques part d'autres ?

M : Oui il y a un groupe de Nestlé qui est venu de Vevey. Parce qu'il y a un de l'association qui travaille chez Nestlé. Du coup il fait venir des gens ou des workshops.

A : Et est-ce que vous avez organiser quelques choses d'autre pour eux.

M : Non. Ils vont des workshops eux même. Après on ne fait pas trop pour des entreprises. Mais par exemple il y a une qui vient travailler ici qui travaille pour une grande entreprise mais elle est assez libre. Alors c'est aussi sympa ces entreprises qui laisse les gens travailler libre.

Alors ce marrant, c'est assez des profils différents. Mais principalement c'est des indépendantes de la région.

A : Et ici je trouve c'est un petit peu mélange. Ce n'est pas juste IT.

M : Oui. Bon après c'est difficile...après il y a une qui est architecte intérieur, une qui fait la biochimique etc... Au niveau des échanges c'est sympa.

A : Et est-ce que vous avez eu du contact avec l'organisation de tourisme de la région ?

M : Avec Monthey tourisme ? Avec l'évènement en extérieur en été on était assez en collaboration avec Monthey tourisme.

A : Est-ce qu'ils ont fait du pub ?

M : Non en fait c'est vraiment juste qu'on a organisé ensemble avec eux...après ils ne font pas forcément de pub mais ils intègrent. Parce que la vision de tourisme ce n'est pas juste de s'amuser, c'est vraiment quelque chose de global. Après aussi le but de la maison blanche ce n'est aussi pas de juste faire un Co-Working Space mais aussi d'apporter de l'autre chose. Aussi aider, ce qu'on aimerait bien c'est de l'aider des gens qui veulent se lancer dans un projet pour commencer au mieux.

Anhang X: Interview mit Samantha Wolf, Co-Workationist.com

Das Interview mit Samantha Wolf fand am Telefon am 23. Oktober 2017 statt. Die jetzige Gymnasial Lehrerin hat ihre Master Arbeit über Co-Working und Tourismus geschrieben und beschäftigt sich mit diesem Thema auch auf ihrer Webseite <https://coworkationist.com>.

Anita: Wie bist du dazumal aufs Thema Co-Workation gekommen? Oder was war der Hintergrund?

Samantha: Ja es ist schon recht lange her. Ich habe ca. 2013 etwas gelesen über Co-Working und zwar für einen Aufsatz an der Universität um mich für den Master zu bewerben über neue Arbeitsformen. Dort bin ich das erste Mal auf Co-Working gestossen. Dann habe ich 2014 einen Tourismuskurs, also als Wahlfach, beim Herr Beritelli, weil ich bei ihm die Arbeit schreiben wollte, dann hiess es ich muss etwas im Bereich Tourismus machen und eigentlich wollte ich etwas über neue Arbeitsformen und Tourismus schreiben. Dann begann ich mir zu überlegen, was ich das kombinieren kann. Schlussendlich kam ich auf Co-Workation und dann kam ich auch durch meinen Freund und einen Kollegen von ihm, also sie kann man wahrscheinlich als Digitale Nomaden bezeichnen. Dieser Kollege meines Freundes war dazumal gerade in Bali im Hubud und all diese Orte abgeklappert. Von dem her habe ich mir dann überlegt, dass es da wirklich einen Zusammenhang gibt zwischen Co-Working und Tourismus.

A: Aber schlussendlich hast du die Masterarbeit auch über das gleiche Thema geschrieben, oder?

S: Ja genau, also diese Essay war nur was Kurzes über die Arbeitswelt und Chancen und Risiken. Danach habe ich die Master Arbeit über Co-Working und Tourismus. Der Titel ist „Co-Working as a new relevant trend for Tourism? An explorer story“. Es ging darum herauszufinden was hat es gemeinsam, hat es überhaupt etwas gemeinsam und dann was gibt es für Formen, welche Freizeit und Arbeiten verbinden mit der Hilfe von Co-Working Spaces und dann vor allem auch wer sind diese Leute die das verbinden und was sind ihre Motive dahinter. Du studierst ja Tourismus, dann kennst du die ganzen Sachen der Reisemotive.

A: Ja genau. Also in diesem Falls hast du eine Zielgruppe erarbeitet oder aufgezeigt?

S: Ja, also Zielgruppe müsste man konkreter aus Unternehmenssicht schauen, als ich es gemacht habe. Also der Untertitel „Explorer Stories“ der ist nicht sehr ernst zu nehmen. Also ich habe dann eine Survey gestartet, für Leute die das schon mal gemacht haben, also mit „das“ meine ich, die schon mal Freizeit und Arbeiten mit Hilfe von einem Co-Working Space verbunden haben. Das sind ganz viele verschiedene Leute gewesen. Ich habe schon versucht ein bisschen ein Profil zu erstellen.

A: Hast du dazumal schon die Digitalen Nomaden angeschaut oder war das noch weniger ein Thema?

S: Ja, die kamen schon vor aber nicht konkret, es ging wirklich nicht...Also ich sehe hier bei mir gerade, das war „Terms and Definitions“ und da war es ein Unterkapitel 3.2.1. Digital Nomads. Es ging wirklich nur darum sie zu beschreiben, zu sagen, was ist es und für was braucht man dieses Wort. Aber mir ging es mehr darum breit abzudecken, da es ja nicht nur Digitale Nomaden sind, welche mittels Co-Working Space Freizeit und arbeiten kombinieren können. In mein Konzept passten zum Beispiel auch Leute welche aus der Stadt gehen, einen festen Job haben und nur kurz für paar Tage aufs Land raus wollen. Also ein Teil der bei mir drin ist, sind sicherlich Digitale Nomaden aber ich würde sagen lediglich einen Viertel.

A: Und auf wenn hast du dich sonst noch so konzentriert? Oder auf wer waren sonst noch so deine Gruppen?

S: Gruppen habe ich ursprünglich machen wollen und habe sie nicht gemacht. Das Problem war, als ich angefangen habe, hat es noch kaum jemand gekannt und es gab wenig Konzepte, welche sich wirklich auf das konzentrierten und auch wenig Co-Working Spaces. Schlussendlich haben ca. 90 Leute die Survey ausgefüllt und das war einfach zu wenig, um Gruppen zu machen. Ich habe diese dann mehr beschrieben. Ich habe mehr eine Typologie der Co-Working Spaces mit Ferien Elementen und bei den Leuten habe ich mehr Unterkapitel geschrieben wie „who are the people?“, dann habe ich sie wirklich beschrieben mit Basics wie demographische Merkmale und Hintergrund. Ebenfalls hatte ich „why do people go on a Co-Workation“ also die Motivation dahinter und “what to people do on a Co-Workation“. Also schon die ganze gruppe beschrieben aber zum Teil dann wieder unterteilt, wenn es sich angeboten hat.

A: Hattest du dazumal einen Auftraggeber oder kam es von dir aus?

S: Nein das habe ich für mich gemacht. Ganz am Anfang habe ich mal mit dem Peter Fabor von Surfoffice Portugal gesprochen und wollte etwas für ihn machen. Aber wir hatten schlussendlich zu unterschiedliche Vorstellungen auf was es schlussendlich rauslaufen soll. Und damals war es ein so kleiner Trend, deshalb habe ich mir gedacht, es hat einen Mehrwert, wenn ich es grösser anlege und generell beschreibe, als auf einen Ort zu fokussieren.

A: Wann genau hast du denn die Arbeit geschrieben?

S: Also abgegeben habe ich sie genau vor einem Jahr. Aber gelaufen ist sie von Herbst 2014 bis Herbst 2016.

A: Und auf deiner Website habe ich gesehen, das du selbst ein bisschen in den Co-Working Spaces herumgereist bist?

S: Genau, während ich sie geschrieben habe, deshalb ging es auch bisschen länger. In Berlin, also bisschen ausserhalb in Brandenburg, war ich länger, dann war ich im Co-Working Camp in Tunesien gewesen, in Javea Spanien und in zwei unterschiedlichen in Mallorca. Ebenfalls war ich immer an den Co-Working Konferenzen.

A: Arbeitest du denn in diesem Bereich oder was machst du?

S: Jetzt bin ich Lehrerin am Gymnasium und muss sagen, dass ich in den letzten Monaten auch nicht mehr so viel in diesem Bereich gemacht habe. Ab und zu mal mit den Co-Working Schweiz Leuten zusammen aber eigentlich war es schon mein Ziel, etwas daraus zu machen und daran weiter zu arbeiten. Aber im Moment hatte sich gerade nicht viel ergeben und halt auch so Sachen, wie mit dir darüber zu reden oder immer wieder ein bisschen an Konferenzen und so Sachen. Aber etwas womit man Geld verdienen kann, habe ich nicht gesehen und das ist mir eben ein bisschen ausgegangen, das Geld.

A: Ja das ist leider immer das Problem. Wo siehst du selbst die Zukunft von Co-Workation in der Schweiz? Weil ich selbst habe auf meiner Recherche lediglich die Seite von Co-Working Retreats von Isabelle Behrens gesehen aber sonst nicht wirklich viel.

S: Ja es ist das und ein bisschen das Mia Engadina Projekt. Also das ich dir was Konkretes sagen kann, ist es das wo ich als Schlussfolgerung in meiner Arbeit habe, ist dass es Potential hat, daran glaube ich immer noch. Gerade für die Schweiz. Bei dir geht es ja auch um die Bergregionen und von mir aus gesehen, bietet es eine Chance die Nebensaison zu füllen. Das kann ich leider nicht mit Daten belegen, aber mein Eindruck und durch das, dass ich viel mit Leuten die Co-Workation machen gesprochen habe zeigt, dass sie ziemlich antizyklisch reisen. Das sind nicht unbedingt Hochsaisonleute, sie gehen eventuell sogar lieber in der Nebensaison und sind meistens flexibel. Das ist sicher interessant für hohe „ups and downs“ der Saisons zu füllen. Was noch mehr dafür spricht, es sind ganz andere Zielgruppen als bisher. Man sagt ja oft, dass den Bergenorten die Kundschaft wegstirbt. Man müsste mal schauen, wenn man sonst noch ansprechen kann oder ersatzhalber, welche Potential bieten. Man muss halt schauen, da sicherlich die Bedürfnisse anders sind aber es hat sicher auch andere Sachen, welche man hat, kann man einfach anders nutzen wie zum Beispiel die Konferenzinfrastruktur. Ich habe das auch angeschaut, also das Konzept vom Beritelli das „Strategic Visitor Flows“, welches Teil des St. Galler Models für Destinationsmanagement ist. Meine Arbeit hat das als Grundgerüst. Und meine Frage war dann, ob es eine Attraktion ist also als Nische für einen strategischen Gästestrom. Wenn ich mich richtig erinnere, war meine Schlussfolgerung, dass es nicht eine Main Visitor Flow ist aber doch eine Nische mindestens.

A: Ja es ist schwierig das mit Zahlen zu beweisen. Ich habe auch zuerst gesagt, es ist eine Nische für die Nebensaison aber man kann es dann auch nicht wiederlegen.

S: Also ich hätte dann auch nicht die volle Confident um das zusagen. Ich habe versucht in der Survey Anzahl Tagen und so abzudecken aber es ist dann gar nicht gegangen aber, wenn man dann die Survey dann draussen hat, ist es schwierig zu sagen, wann diese Leute reisen...also Leute die in Bali Indonesien, Deutschland usw. gewesen waren. Also man bräuchte viel mehr antworten um aussagekräftig etwas sagen zu können.

A: Ja ich habe jetzt auch mal eine gestartet. Aber zuerst will ich mal die Situation aufzeigen und Lösung Ansätze präsentieren. Dann konzentriere ich mich auf die Digital Nomads, weil das noch so die unbekannteste Zielgruppe ist. Sie sind nicht wirklich greifbar.

S: Ja das ist jetzt genau das mit diesen Digital Nomads, es ist ein Schlagwort, welches momentan überall verwendet wird und Berichte darüber geschrieben werden etc. und es ist cool,

schöne Ferienfotos und lustig etc. Aber wenn man ehrlich ist, sind das so wenig Leute und die sind schwierig ausfindig zu machen, welche die Umfrage ausfüllen. Bei mir war ja die Spanne schon viel breiter und auch das war schon schwierig auf die 90 Leute zu kommen, welche den Fragebogen ausgefüllt haben, man muss zwar auch sagen, dass er sehr lange war. Aber die Digital Nomads, es kommt halt auch darauf an wie du sie definierst.

A: Also grundsätzlich ist die allgemeine Definition alle, die mindestens vier Wochen pro Jahr am Stück von irgendwo anders ausarbeiten.

S: Das ist dann natürlich nicht so wahnsinnig darauf an. Machst du das eigentlich von dir aus oder hast du einen Auftraggeber?

A: Also die Sache ist, dass wir einen Auftraggeber benötigen. Ein Freund von mir hat den Co-Working Space in Verbier eröffnet und ihm geht es eigentlich hauptsächlich darum, eine Benchmark zu haben, was andere so machen. Aber sie haben jetzt auch ein Projekt lanciert, wobei sie Packages organisieren, welche weniger mit Co-Working zu tun haben und mehr Aktivitäten in Kombination mit Leadership Kursen etc.. Aber es ist erst gerade angeloffen, von dem her kann noch keine Schlüsse daraus gezogen werden.

S: Ja die Sache mit den Digitalen Nomaden. Ich glaube einfach Co-Workation hat mehr Potential für mehr Leute, nicht unbedingt nur die, die frei rumreisen können. Auch Leute die ein, zwei, drei Wochen im Jahr das machen können, um zum Beispiel ihre Ferien zu verlängern und sich örtlich zu verschieben, so dass es dann auch mit Frau und Kinder passt.

A: Ja, wahrscheinlich ist es wirklich der Schweizer Markt selbst. Vor allem Familien, welche so mit den vielen Schulferien sich mehr bewegen können. Falls sich der Schweizer Arbeitsmarkt wirklich wie vorhergesagt verändert und mobiler wird.

S: Ja genau, ich meine die Arbeitswelt wird immer flexibler und es entstehen immer wie mehr flexible Formen und mit diesen wächst die Zahl immer höher, vor allem bei denen die ein, zwei Wochen wegkönnen. Da hat es sicher Potential.

A: Wie ich mich erinnern kann, geht es im St. Galler Modell auch viel um die Akteure. Hast du dich da auf einen speziell konzentriert?

S: Genau, nein das habe ich gar nicht angeschaut. Ich habe wirklich nur das Grundprinzip rausgenommen, der strategischen Visitor Flow und das weitere Netz habe ich nicht rausgenommen.

A: Würdest du sagen, dass die idealen Co-Workation ein Package sind oder ob einfach der Co-Working Space angeboten wird und der Rest organisieren sie selbst?

S: Ja es gibt ganz viele unterschiedliche Konzepte. Das habe ich auch ein bisschen angeschaut und was dabei rauskam, vor allem bei dem Motiv der Leute ist es schon nach dem Motto „je mehr Convenience desto besser“. Also das ist schon etwas. Sie wehren sich zwar mit Händen und Füßen dagegen, irgendwelche Package-Touristen zu sein. Aber schlussendlich hätten sie es eigentlich schon gerne so. Also in einem der absurdesten Konzepten, in welchem ich wahr, war das Co-Working Camp in Tunesien und entgegengesetzt von allem was man erwartet. Die Camps finden in der Off-Season statt, irgendwo wo es noch schön ist im November / Dezember wo es bei uns nicht mehr so schön ist, irgendwo in der Nähe wie Türkei oder Tunesien in einem All-inclusive Hotel die Konferenzräumlichkeiten zu mieten für 6 Wochen und diese werden so wie ein Co-Working Space eingerichtet, für gutes Internet wird gesorgt und gute Stühle etc.. Dann werden mit dem Hotel gute Zimmerpreise ausgearbeitet für die Teilnehmer des Camps. Dann sind wirklich zum Teil Leute die ganzen sechs Wochen dort in diesem all inclusive Hotel gewesen, ich war lediglich eine Woche. Zum Arbeiten ist es natürlich sehr effizient. Alles ist zum Arbeiten da, du musst nicht mehr überlegen was du essen wirst. Du musst nicht weg oder aus dem Hotel, so sparst extrem viel Zeit und kannst sehr effizient arbeiten. Das ist eigentlich sehr gut besucht gewesen. Das muss man wirklich sehen bei dieser Zielgruppe, dass die Zeit, wirklich ihr wichtigstes ist. Das könnte man von fast allen sagen. Zeit ist was zählt. Wenn man berücksichtigt, dass sie diese Work-Life Balance betreiben oder so ein Mix davon, dann muss man das auch irgendwie in einen Tag reinbringen. Das man arbeitet und surft und sonst noch alles macht. Sie wollen wirklich effizient arbeiten und alles was man ihnen abnimmt an Organisatorischen Fragen, an Sachen, welche in ihren Augen ihre Zeit aufessen wie kochen, waschen und solche Sachen, da sind sie sehr dankbar, also Convenience. Ich hatte viele offene Fragen und habe die dann so ausgearbeitet. „Why did you go on this Co-Workation?“ war eine weitere Frage und auf sicher war Convenience eines der zentralen Motive, was sich auch bei Gesprächen herausgestellt hat und auch von den Angeboten her, wie das Co-Working Camp von Matthias, es ist einfach extrem gewesen aber kam immer wieder vor.

A: Hast du dich mit Firmen Co-Workation befasst?

S: Nein, das ist eigentlich noch lustig, von all den Konzepten die ich besucht habe und Leuten die ich getroffen habe, waren eigentlich alles einzelne Leute, also im Sinn von Selbständigen, Freelancer etc. und nicht in so Gruppen von Unternehmen. Zum Teil waren es Paare aber eigentlich sonst Einzelne. Ah nein, in kleinen Gruppen zum Teil, wie zum Beispiel in Berlin waren paar der Mädchen von einem Tech für Frauen Firma dort aber sehr wenig. Deshalb habe ich das nicht wirklich angeschaut aber das ist natürlich interessant.

A: Ja ich denke vor allem in der Schweiz, könnte es schneller bodenfassen für den Co-Working Space in der Nebensaison als Einzelne anzusprechen.

S: Ja voll. Aber in einem Space wo ich war in Mallorca, Rayon Works heisst er, die haben sich mehr mit dem befasst. Es sind zwei Deutsche, welche nach Mallorca ausgewandert sind und dort einen Co-Working Space eröffneten und so wie ich das mitbekommen habe, haben sie sich wirklich auf das fokussiert, dass Unternehmen offside-mässig dann zu ihnen kommen. Vor allem haben sie sich auf deutsche Unternehmen fokussiert.

A: Das läuft sicherlich gut oder?

S: Ich bin mir nicht sicher. Ich habe schon länger nichts mehr gehört. Dass was ich von ihnen gesehen habe, war auch das mehr einzelne Leute dort waren. Ich bin mir nicht sicher, ob sie eine Gruppe hatten. Es ist natürlich eine andere Art von Co-Working Space schon nur von der Infrastruktur, sie haben super Stühle und Pulte sowie Internet das reibungslos funktioniert. Das muss natürlich sein, wenn man sich auf Firmen konzentriert anders, als wenn man Digitale Nomaden anspricht.

A: Ja das ist hier in Verbier auch so, die Zielgruppe ist nochmal eine andere.

S: Ja und in der Schweiz ist es sowieso generell nochmals anders. Auch die die gut verdienen, die die ich in Indonesien kennen gelernt habe, zum Beispiel Kanadier, Deutsche und Finnen, auch wenn die gut verdienen verhältnismässig mit ihren Online Jobs ist die Schweizer immer noch teurer. Von dem her ist die Situation immer noch nicht ganz so einfach.

A: Ja die Preisfrage ist ein Problem in der Schweiz. Aber so schlecht verdienen sie eigentlich nicht, wie man denkt.

S: Ja man kann es nicht so oder so sehen. Es ist schwierig eine pauschale Aussage zu machen. Es gibt viele die ganz schlecht verdienen und da irgendwo in Thailand in den schäbigsten B&B unterkommen und es gibt die wo zum Teil schon älter sind, wo schon zwei, drei gutlaufende Start Ups besitzen, die haben schon mehr. Aber auch bei ihnen, das kann man generell sagen, das Kostenbewusstsein bei allen ist schon sehr hoch. Vor allem bei denen die Digitale Nomaden sind. Musst du aufpassen, wenn du immer am Reisen bist.

A: Ja da gibt es viel zu berücksichtigen und ob die Schweiz da im Budget platzt hat ist etwas Anderes...Als abschliessende Frage; Ideen für die saisonalen Schwankungen zu umgehen sind wirklich diese Packages, oder hast du sonst noch einen Lösungen Ansatz gefunden?

S: Bei euch ist, dass man Digitale Nomaden für die Nebensaison targeten. Mit so Packages oder? Was sind denn in diesen Packages drin?

A: Meistens ist verbunden mit einer Outdoor-Aktivitäten, meistens Velo oder Ski, deshalb heisst das Projekt The Big Ride.

S: Ah okay, das finde ich eigentlich noch gut. Es hat doch schon ein paar die das extrem machen, so Outdoor Co-Worken zum Beispiel mit einem Himalaya-Trekking.

A: Also das sie dann eigentlich schon fast mehr zum Tour Operator werden?

S: Ja stimmt, es ist das schon fast bisschen fliessend. Aber sonst jetzt hier so auf Anhieb fällt mir auch gerade nichts Besseres ein. Ich glaub man muss sich wirklich einfach gut überlegen, wenn will man und kann man ansprechen. DA könnte man jetzt schon ein Brainstorming machen, da gäbe es sicherlich viele gute Ideen, wenn man in der Nebensaison ansprechen kann.

A: Super, das war es mit meinen Fragen. Besten Dank hast du dir die Zeit genommen.

Anhang XI: Zusammenfassung Gespräch mit Schaefer Jonas, Hotellerie Suisse

Das Gespräch mit Jonas fand am Hauptsitz vom Hotellerie Suisse in Bern am 27. September 2017 statt. Er schloss diesen Sommer die Lehre ab und ist nun in der Organisationsentwicklung und befasst sich mit dem Verband für innovative Hotels.

Seit einem Monat oder mehr hat Hotellerie Suisse ursprünglich vermietete Arbeitsräume in Eigen Anspruch genommen. Der junge dynamische Lehabgänger Jonas Schäfer hat die Vision daraus einen Co-Working Space für die Mitarbeiter aber auch für Hoteliers zu machen. Der Raum soll für Schulungen, Workshops sowie Events der Branche genutzt werden. Gegenätzlich gegen die traditionelle Verbandsstruktur (Hauptzentrale, Regionen, Sektionen), wird er versuchen die Verbandsmitglieder der innovativen Hotels direkt anzusprechen. Er möchte Ihnen eine Plattform des Austausches aber auch für neue Inspiration bieten. Dieser kann in Form von Präsentationen, Workshops aber auch Ausstellungen stattfinden.

Das Co-Working ist also auf der einten Seite in Form des Arbeitsumfeldes vorhanden aber gleichzeitig wird es auch Teil des kreativen neuen Hotels der Zukunft sein. Es geht darum, dass Bewusstsein zum Co-Working Trend zu schärfen und ihnen das Potential aufzuzeigen.

Anhang XII: Interview mit Miriam Gantert, Impact Hub Bern

Das Interview mit Co-Gründerin Miriam Gantert fand am 27. September 2017 im Impact Hub Bern statt. Vor dem Gespräch nahm die Autorin am „Sexy Salad“ Mittagessen teil.

Anita: Was ist deine Philosophie zum Thema Co-Working?

Miriam: Also bei uns hat es den ganz klaren Zweck, dass wir der Meinung sind das wir viele die Selbständig sind, Freelancer oder ein Start Up haben, erstens macht es Sinn nicht alleine Zuhause im Kämmerchen zu sitzen. Vor allem da es oft am Anfang doch sehr schwierig ist und es hilft dir einfach, wenn du andere Menschen um dich herum hast die etwas Ähnliches machen. Plus das zweite ist natürlich, es gibt ein super Video dazu auf YouTube von der Céline aus Zürich „der Unterschied von Co-Working mit und ohne Bindestrich“ und das eine ist wirklich das nebeneinander Arbeiten und das andere ist miteinander arbeiten. Das ist so ein bisschen das zu vernetzten. Federike hat vorhin eine super Story erzählt von einem der ein Start Up hat und kein Know-How wie man so Reisesachen macht, ist aber ein Marketingexperte. Dann hat er einen kennengelernt, der was gemacht hat für Äthiopien. Er will es jetzt in Albanien machen und weiss wie Reisen organisieren, hat aber keine Ahnung von Marketing und jetzt haben wir die verknüpft.

A: So eine Art Wissenspool...

M: Mhm und plus du kannst selber einfach nicht alles wissen und schon alleine das du andere um dich herumhast, können sich wieder neue Sachen ergeben.

A: Und habt ihr selbst den Hub aus einer „Not“ heraus gegründet oder war es mehr eine Businessidee?

M: Nein für uns war es weder noch. Also es war vor allem von den vier Jungs entsprungen, die fanden, es braucht so was in Bern. Es gibt so was in Zürich. Wieso läuft alles in Zürich und nicht auch in Bern. Dann waren Sie am Start UP Weekend und haben gesagt, diesen Groove den es dort hat, wollen sie jeden Tag haben. Bei Federike war es so, sie ist auch selbständige Fotografin und sie hat sich im Impact Hub Zürich selbständig gemacht und sie weiss wie viel ihr das Netzwerk gebracht hat und das wollte sie wie weitergeben. Also es war wirklich mehr ein Mehrwert für Bern zu schaffen.

A: Und werdet ihr von Bern Tourismus für dies unterstützt?

M: Nein, wir haben von der Standortförderung den Anschub finanziert bekommen aber das war eine Anschubfinanzierung und nicht dauerhaft. Es ist ja auch, wir sind selbständig, also ist es nicht so das wir erwarten, dass da etwas kommt. Aber vielleicht noch zum Thema Businessmodell. Vom Business Modell her das Co-Working alleine würde gerade so die Kosten decken von der Raummiete aber es würde die Löhne nicht bezahlen und dafür muss man halt das ganze Drumherum machen, das heisst mit Stiftungen, Fördergeldern oder solchen Sachen.

A: Wer ist den euer Hauptunterstützer?

M: Wir haben keinen Hauptunterstützer. Wir haben wie verschiedene Sachen. Einerseits haben wir eine Pensionskasse, welche in uns investiert hat. Also wirklich Aktienanteile gekauft hat, da es eine AG ist und dann haben wir zwei Partner der einte ist Swisscom und der andere Engagement Migros die uns beide mit etwas gleichviel unterstützen aber das ist im auf ein bis drei Jahres Basis, dann muss man wieder neu verhandeln und eben die Standortförderung die uns den Anschub finanziert hat. Dann haben wir noch sechs Gönner die uns mit kleineren Beträgen unterstützen aber da ist es wirklich aufgrund von Connections und Goodwill entstanden.

A: Und du hast vorhin erwähnt das ihr drei Festangestellte habt, richtig?

M: Ja wir haben sechs Gründer plus drei Festangestellte aber halt keiner der hier wirklich 100% arbeitet. Ich arbeite am meisten mit 90% theoretisch und real viel mehr. Ich glaube wir haben insgesamt etwa 600 Stellenprozent.

A: Und was für Projekte haben die Jungs auf der Seite?

M: Ja, als der Räfu der ist mittlerweile am wenigsten involviert, der hat eine Webdesignagentur, der arbeitet eigentlich nur noch 10% für uns, das heisst wir profitieren vor allem, weil er so ein Kreativer Kopf ist. Der Nino hat eine eigene Softwarefirma nebenher der arbeitet 40% bei uns und die anderen zwei arbeiten beide 80% bei uns und haben noch so kleinere Sachen. Die haben noch ein anderes Co-Working, welches aber mehr auf so Fix-Kunden ausgerichtet ist und dann noch verschiedene kleine Projekte auf der Seite. Wie zum Beispiel eine Fotoreise

vom Rolf und so Rent-A-Lense, wo man Objektive mieten kann und Federike ist auch Fotografin und arbeitet hier 50% insgesamt.

A: Was für Businessideen oder Hintergrund haben die meisten Leute die hier hinkommen?

M: Wir haben wenig Start Ups, ich bin mir nicht sicher ob es die in Bern gibt. Wir haben sehr viel Freelancer und selbständige, logischerweise viele aus der IT weil es sich ergibt aber wir haben auch so Grafiker, Kommunikation, Coaching ja solche Sachen.

A: Und findet wirklich so ein Co-Working statt, das heisst sitzen sie sich zusammen und tauschen sich aus? Oder kommt das mehr von euch durch die organisierten Events?

M: Es kommt sehr stark von uns. Nach einer Weile kennt man einander, dann ist es so wie im Büro oder man quatsch mit den Leuten, die man kennt. Aber das muss man vorantreiben so wie heute Mittag, dass die Leute da sind, dass man sich vorstellt, dass man sie ins Gespräch bringt.

A: Denkst du das kommt von der Schweizermentalität oder ist das generell so in Co-Working Spaces?

M: Du meinst, dass man nicht mit einander redet?

A: Ja.

M: Ja logisch hat das etwas mit dem Schweizer an sich zu tun aber es kommt auch sehr drauf an. In Zürich ist es sehr viel einfacher mit den Leuten ins Gespräch zu kommen im Impact Hub wie bei uns. Einfach weil unser Zielpublikum älter ist und dadurch wirklich viel hierhin kommen, da sie Kinder haben Zuhause und hier in Ruhe arbeiten wollen. Das ist halt etwas Anderes als in Zürich wo viel zwischen 20 und 30 sind und einfach mal so ein bisschen da sind.

A: Ja und glaube es hat auch viel mehr Expats...

M: Ja viel viel viel mehr....daran krankt Bern definitiv.

A: Nochmals zum Thema Co-Working und Tourismus. Hattet ihr schon Kontakt mit Bern Tourismus? Oder ein Projekt zusammen lanciert oder so?

M: Ja wir haben mal mit ihnen gesprochen, ob man zum Beispiel unsere Innovationsprozessen bei ihnen am Jahreskongress Tourismus Schweiz einen Workshop moderiert aber es war nicht so ein grosses Interesse da. Wir haben ein, zwei Mal zusammen geredet aber haben wie nicht zu einem gemeinsamen Nenner gefunden.

A: Und was siehst du so für Parallelen zwischen dem Tourismus und Co-Working...habt ihr Touristen hier...

M: Es hat voll wenige, also ganz ehrlich haben wir echt wenig. Glaube das was wir am meisten haben ist so die Expat community, die ist vielleicht noch am ehesten am Tourismusthema und dann eben ab und zu selten Leute die von sonst wo kommen oder eventuell so ein Monat hier verbringen. Das hatten wir ein, zwei Mal aber es ist nicht eine grosse Menge.

A: Und wenn solche Leute kommen, unterstütz ihr die zum Beispiel bei der Organisation von Unterkunft oder so?

M: Nein das ist nicht unser Job.

A: Weil zum Beispiel der Hubud in Bali macht von Airport Shuttle zum Wohnen usw. alles. Er ist also fast so was wie ein Tour Operator.

M: Ja ihre Kundengruppe ist wahrscheinlich 90% nicht Balinesen und hier sind 99% Berner...Also wir haben schon Probleme die Expat community zu integrieren, da es in Bern am Englisch scheitert. Also die Berner wollen auch nicht im Newsletter auf Englisch angesprochen werden und das macht es uns sicher schwierig.

A: Wie sieht es mit Französisch Sprechenden aus?

M: Ja wir haben schon ein paar also wir sind hier auch flexibel mit den Sprachen aber es ist **grundsätzlich Deutsch. Das ist auch ein Unterschied zu Zürich wo halt vieles auf Englisch ist**

A: Und zu diesen Co-Workation, hast du schon Erfahrungen dazu?

M: Also ich habe sie noch nicht gemacht, weil ich keine Zeit habe, wann sie waren. Ich glaub es hat wie zwei Seiten. Einerseits ist es sehr hilfreich, wenn du dich auf Inhalt konzentrieren willst, also eben zurückziehen aus dem Alltag oder dann als Gruppe hingehst und es dann auch so als Teamevent siehst und gleichzeitig arbeitest. Für mich ist es halt eine Challenge, da ich

hier operative Geschäft zuständig bin. Das heisst mich hier rauszuziehen, um was Anderes zu machen, würde bedeutend, dass viele andere Sachen für mich übernehmen müssten. Vieles was ich hier tue ist einfach Vorort zu sein. Für mich ist es auch, dass es begrenzt viel was ich in einer Co-Workation machen könnte.

A: Denkst du es gibt einen Markt für das in der Schweiz?

M: Ich sehe es mehr aus der Sicht von denen die hier sind, die gerne mal woanders hinwollen. Also der Rolf ist ein gutes Beispiel. Ich kenne es auch von solchen, die für Teams Retreats organisieren und von der anderen Seite, für die die hierherkommen, ist es wie schwierig. Vor allem durch das Finanzielle und glaube es sind wie andere Gründe, wieso sie hierherkommen wie zum Beispiel, dass sie ein Projekt hier machen oder das sie privaten Kontakt hier haben. Halt eben auch um kein Hotel bezahlen zu müssen. Aber zum Beispiel wäre es interessant in Interlaken zu schauen, da dort so eine ganze Outdoorsports Expat community lebt und die leben oft von irgendwas Anderem. Kenne einen von Australien, der hat halt immer nachts Webdesign Sachen gemacht.

A: Ja ich denke Interlaken hat durchaus Potential durch die Expats die schon dort wohnen. Die Frage wäre lediglich, was für touristische Dienstleistungen sie benötigen würden, da sie schon länger dort wohnen.

M: Das stimmt. Aber wenn du schaust die Touristen den du in Bern hast sind entweder grosse asiatische Gruppen oder zum Beispiel die Deutschen...aber generell in der Schweiz und für die wären Regionen wie das Wallis oder Engadin wahrscheinlich interessanter.

A: Was für Schweizer selbst auch schon ein Escape sein kann.

Anhang XIII: Fragebogen Umfrage

Co Workation: Co-Working combined with Vacation

1. Would you like to go on Co-Workation in the Alps?
Yes / No
2. Approximately how long would you want to stay?
1 week, 2 weeks, 3 weeks, 4 weeks, others
3. Which season/s would you prefer for your Co-Workation?
Winter, Spring, Summer, Fall
4. Would you book a Co-Workation Package or organise your trip by yourself?
Book a Package / Organise by myself

Co-Workation Package (Off Season): Packages include accommodation and some outdoor & learning activities in OFF SEASON.

(Off Season: May / June and October / November, when some lifts aren't open and some shops & bars are closed)

5. How much would you be ready to pay for a ONE WEEK Co-Workation Package during the off-season?
Range of answers from less than 500 USD up to 2501 USD per Week

Destination: Which Place/s would you like to visit?

6. Would you prefer to stay in one alpine destination or visit several?
One / Several
7. Which alpine destination/s would be on your list?
Chamonix, Zermatt, Verbier, Interlaken, Lauterbrunnen, Engelberg, Scuol, Flims Laax, Davos Klosters, Kitzbühl, Sölden.
Possibility to answer Yes / No / Don't know this destination
8. Another alpine destination/s which is/are not on the list?

Activities: What type of activities would you be interested in?

Rated from 1 Not interested up to 5 really interested

9. Hiking
10. Biking
11. Climbing
12. Skiing / Snowboarding
13. Ski-Touring
14. Mountaineering
15. Wellness
16. Sports coaching
17. Discovering local culture
18. Relax and enjoy nature
19. Join educational workshops (Co-learning)
20. Learning German / French / Italian
21. Party
22. Other activities?

General Questions

23. Age
24. Gender
25. Current Location
26. What is your average travel budget for one month?
27. Anything you would like to add regarding your budget?

Comments

28. Feel free to leave a message...
29. Want to stay updated about future projects? Please leave your E-Mail address:

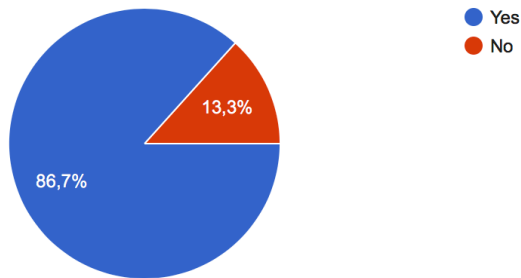
Thank you for your time and hopefully see you soon in the Alps!

Anhang XIV: Antworten aus der Umfrage

<https://goo.gl/forms/Qumxbgq78EJ4Jyuo2>

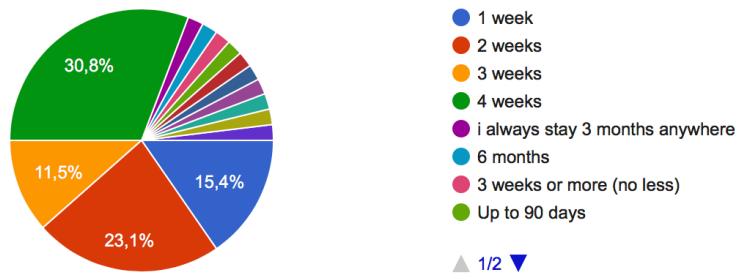
Would you like to go on Co-Workation in the Alps?

60 Antworten



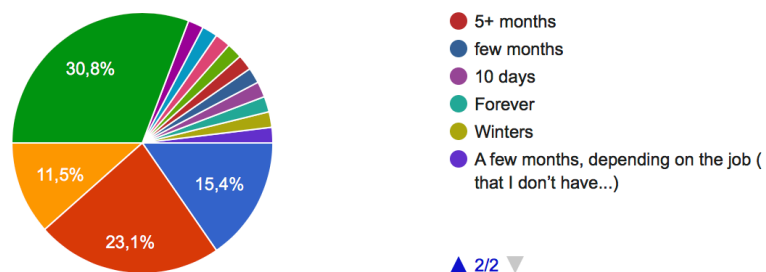
Approximately how long would you want to stay?

52 Antworten



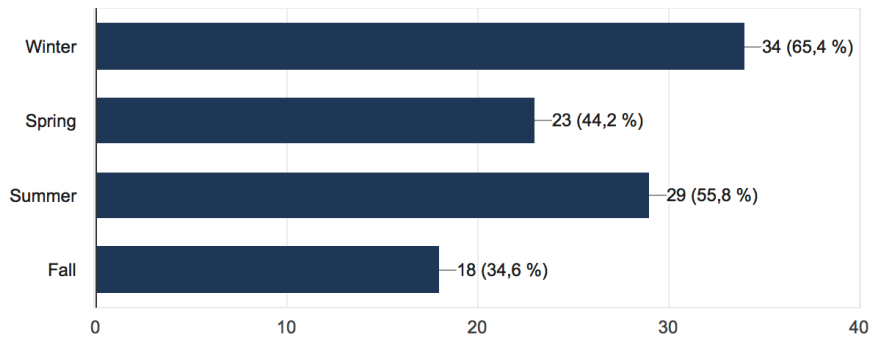
Approximately how long would you want to stay?

52 Antworten



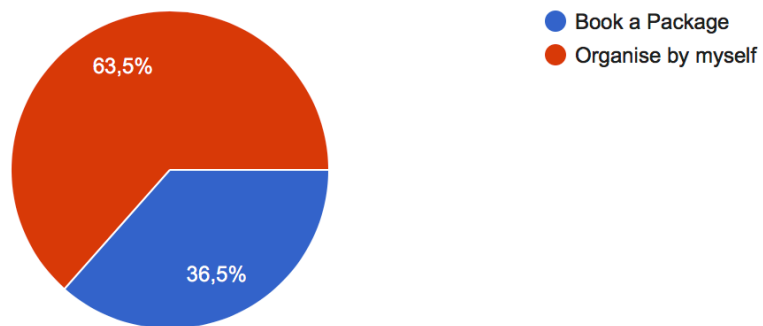
Which season/s would you prefer for your Co-Workation?

52 Antworten



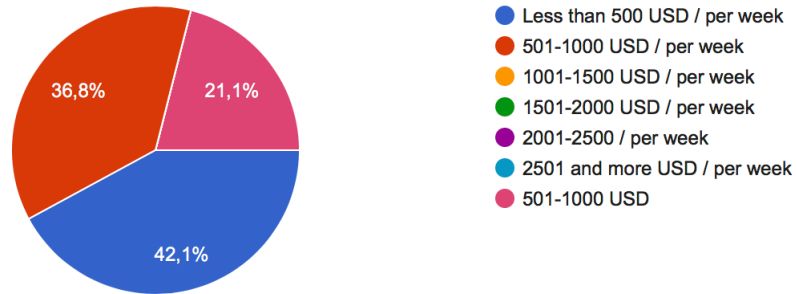
Would you book a Co-Workation Package or organise your trip by yourself?

52 Antworten



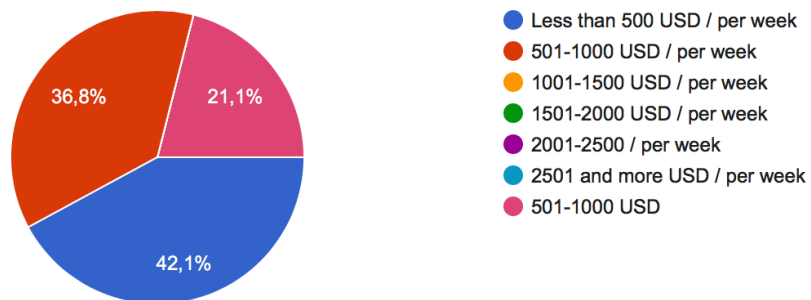
How much would you be ready to pay for a ONE WEEK Co-Workation Package during the off-season?

19 Antworten



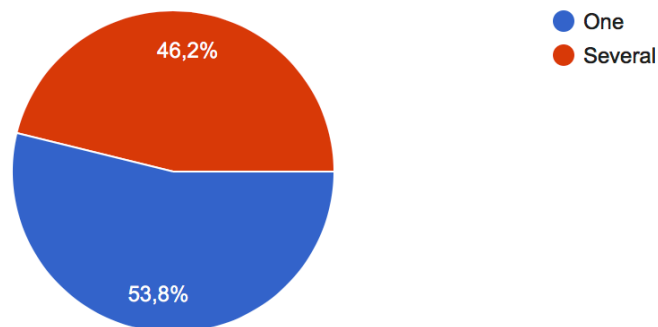
How much would you be ready to pay for a ONE WEEK Co-Workation Package during the off-season?

19 Antworten

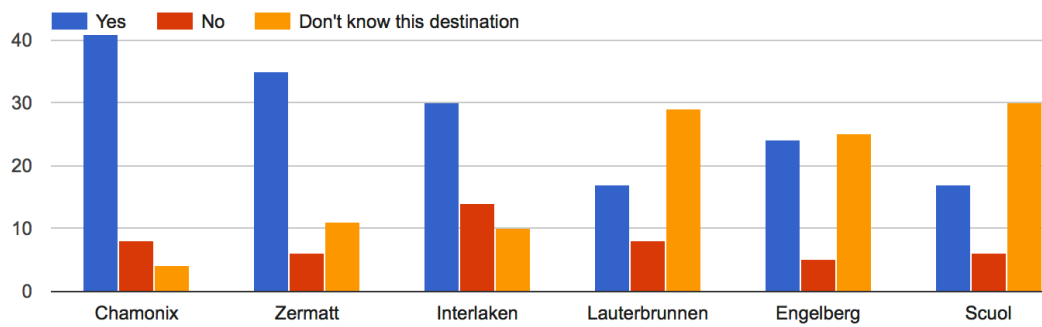


Would you prefer to stay in one alpine destination or visit several?

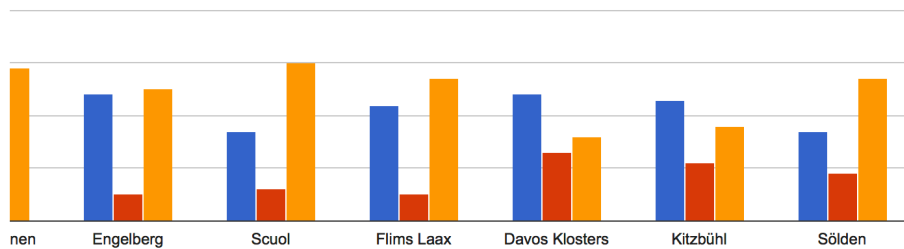
52 Antworten



Which alpine destination/s would be on your list?



Which alpine destination/s would be on your list?



Other alpine destination/s which is/are not on the list?

16 Antworten

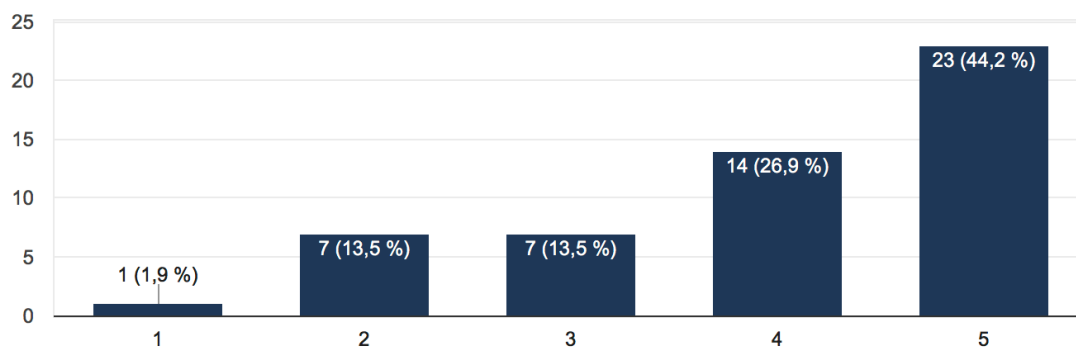
- Crans-Montana (2)
- heard only of chamonix
- any central Street food. or chinatown.
- Grimentz
- St Anton, Austria - Porto du Solei, Swiss/France
- 3 vallees
- Saas Fee
- La Fouly
- Leukerbad
- CRANS Montana, Cortina
- flaine, Val Thorens
- 2 Alpes

Nendaz
Oberengadin / St. Moritz
Seefeld ;)

Activities - What type of activities would you be interested in?

Hiking

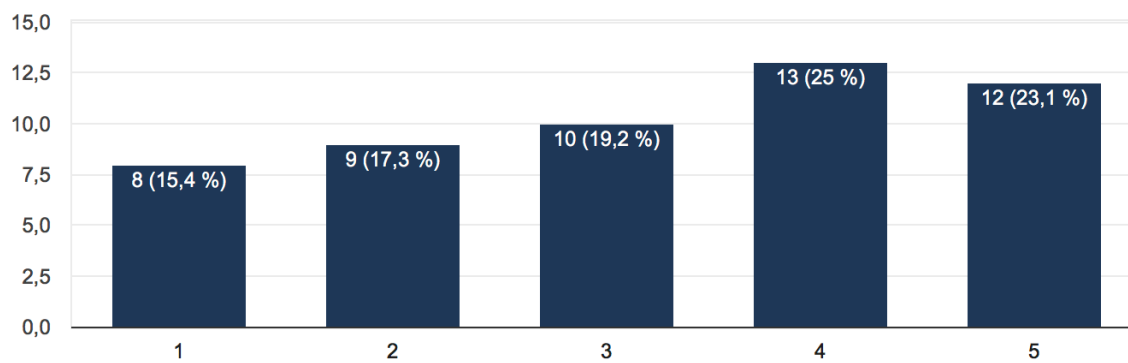
52 Antworten



Biking

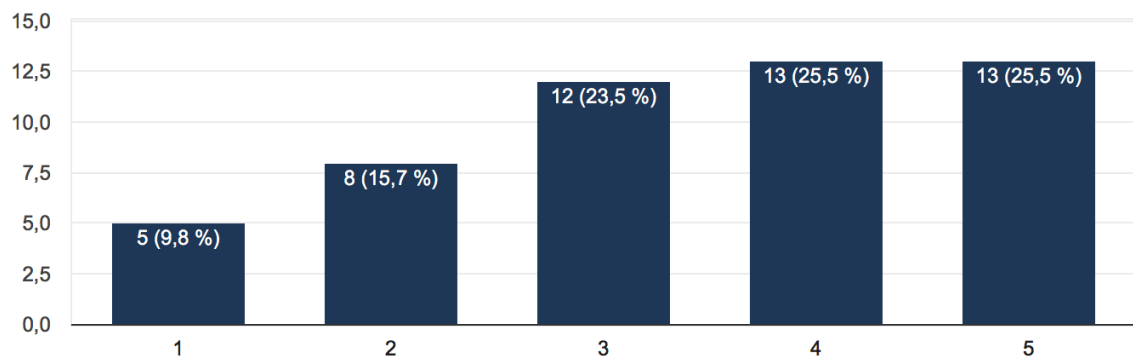


52 Antworten



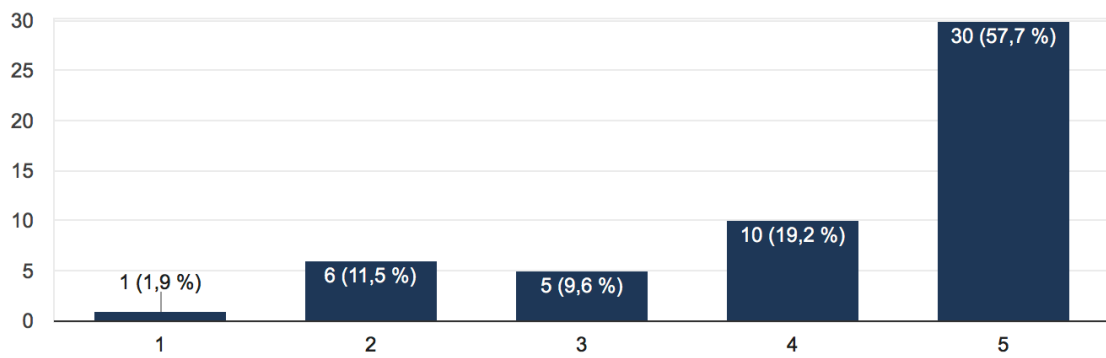
Climbing

51 Antworten



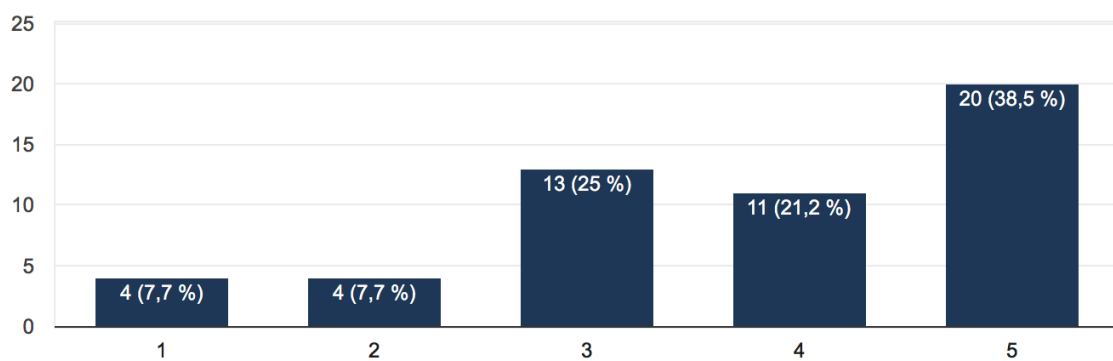
Skiing / Snowboarding

52 Antworten



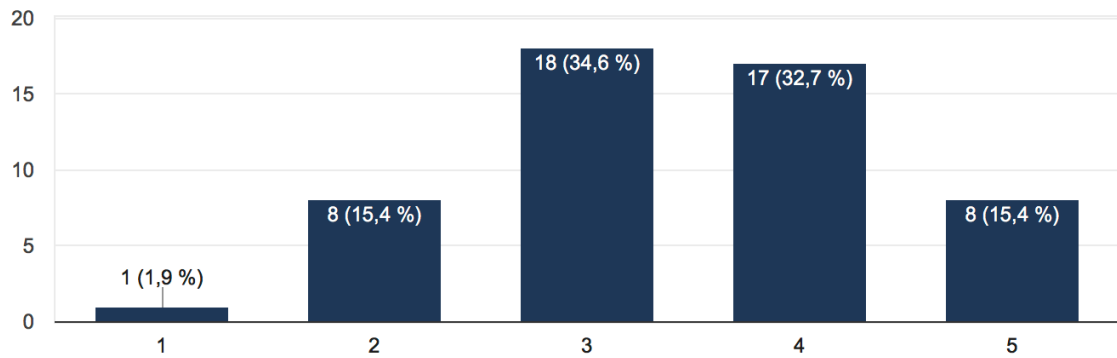
Ski-Touring

52 Antworten



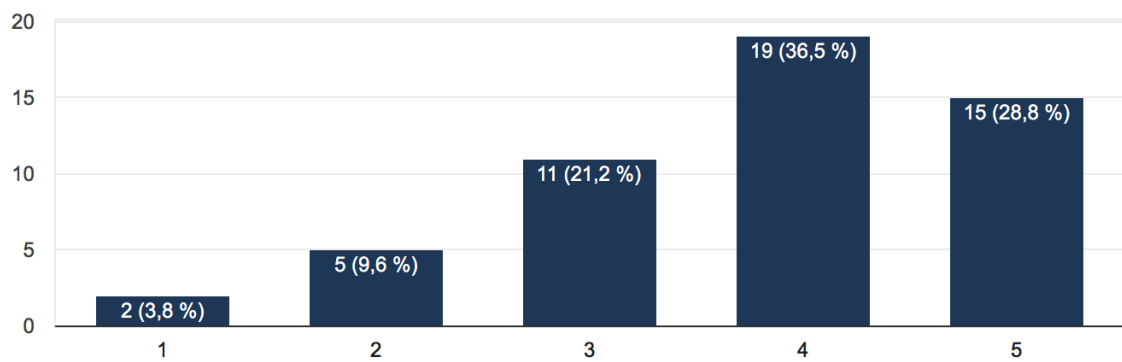
Mountaineering

52 Antworten



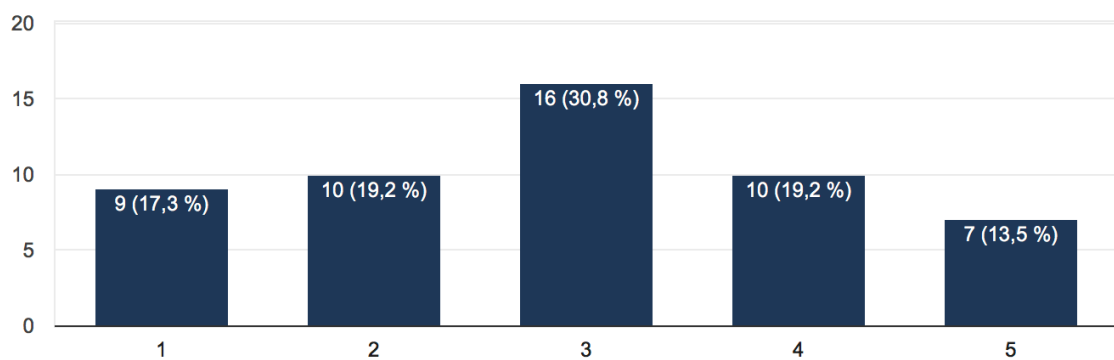
Wellness

52 Antworten



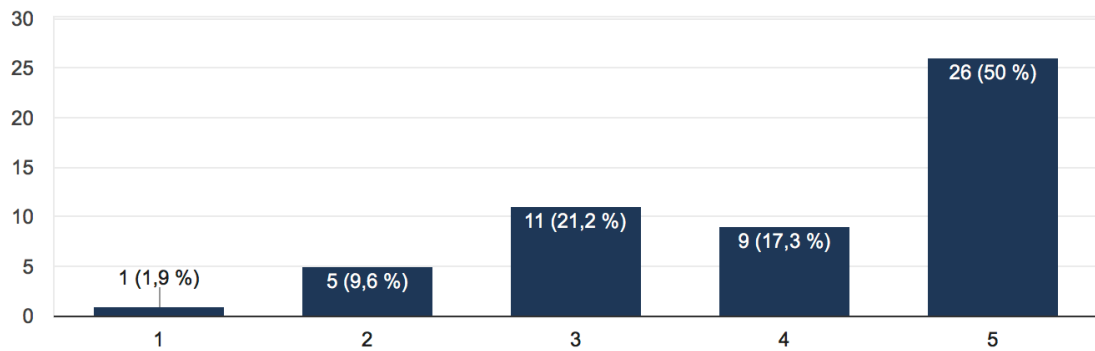
Sports coaching

52 Antworten



Discovering local culture

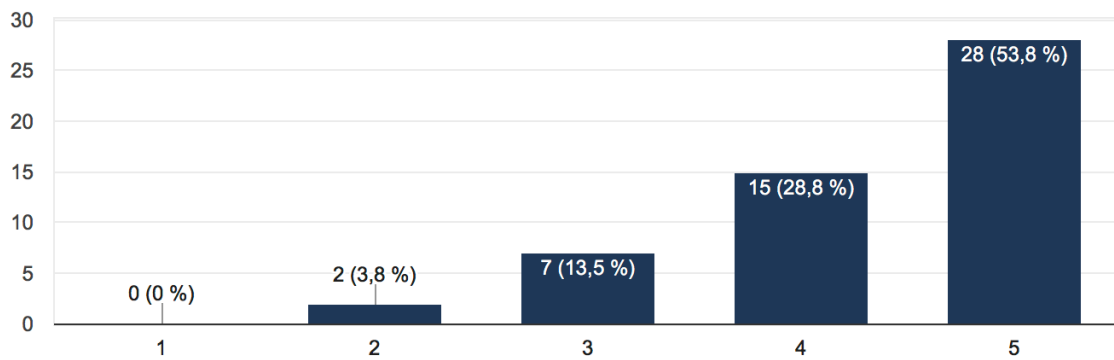
52 Antworten



Relax and enjoy nature



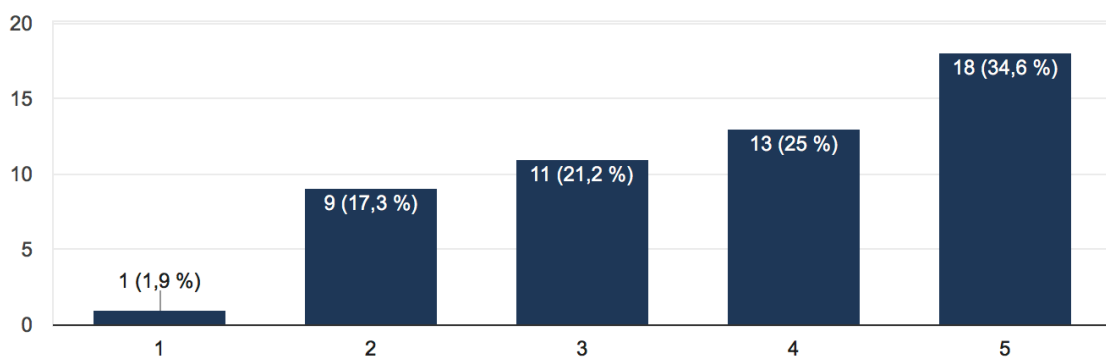
52 Antworten



Join educational workshops (Co-learning)



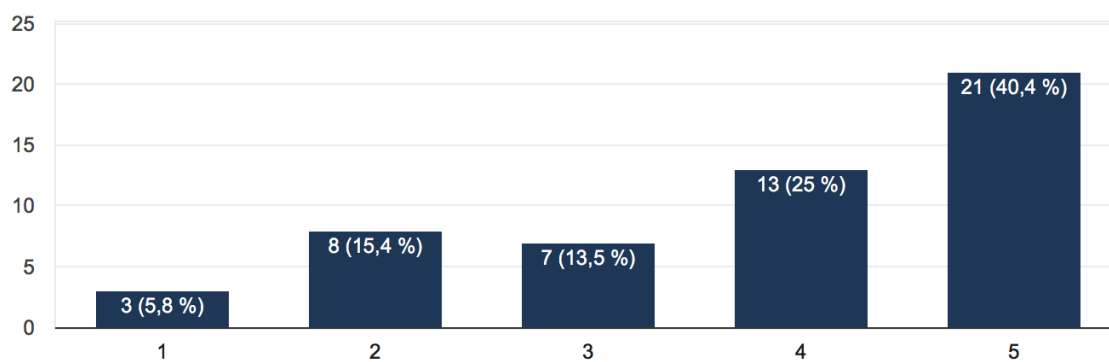
52 Antworten



Learning German / French / Italian

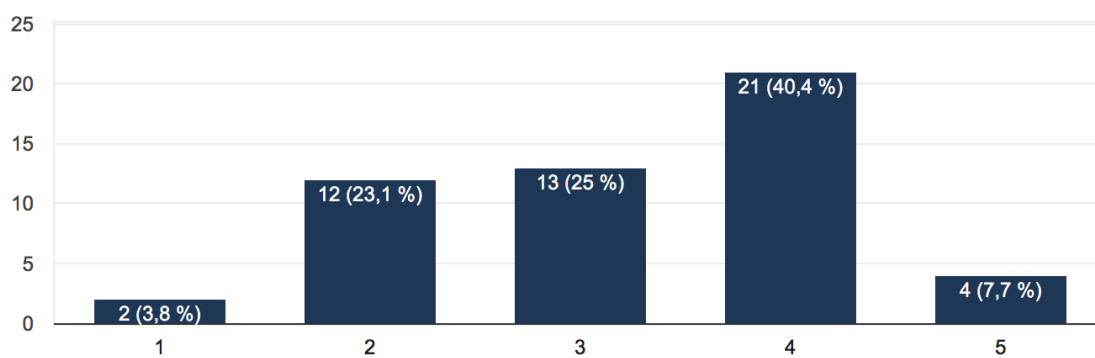


52 Antworten



Party

52 Antworten



Other activities?

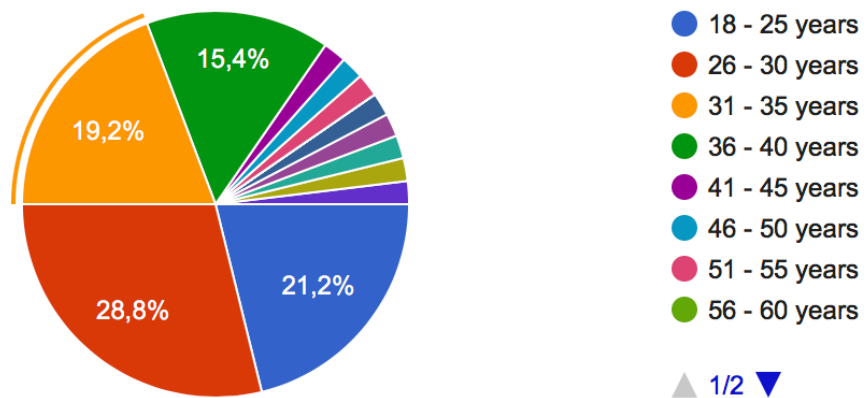
2 Antworten

- doing something having fun job.
- Yoga and meditation

General Questions

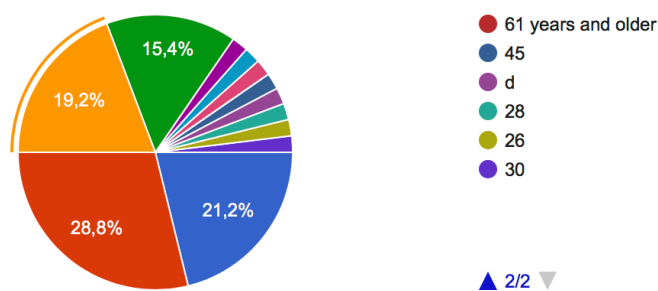
Age

52 Antworten



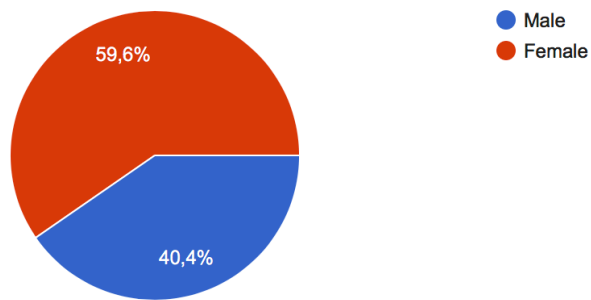
Age

52 Antworten



Gender

52 Antworten



Current Location

52 Antworten

Verbier (2)
Switzerland (2)
Lausanne (2)
bern
d
New Zealand
Bali
Uk
slovenia
nomading in se asia
Spain
Aceh

Fribourg
Germany
USA (Georgia, but traveling from Seattle)
Siders
Christchurch, New Zealand
France-Clermont Ferrand
Seattle
Indonesia
Taiwan
Fribourh
Thailand
Portugal

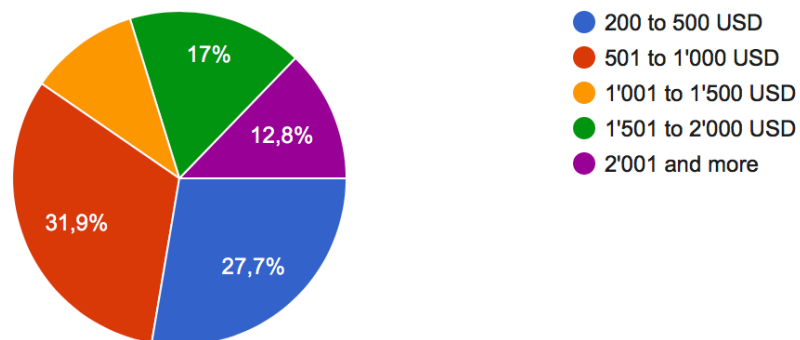
lausanne
Austria
Dominican Republic
3960 Sierre
Denmark
Florida, USA
New York
riyadh
Basel
London
Chemin
USA

Innsbruck
Sierre
Fribourg
France
Susten
1982 Euseigne
Chamonix
Baden
Lyon, France
United Kingdom
Martigny
Interlaken

France going to Austria

What is your average travel budget for one month?

47 Antworten



Anything you would like to add regarding your budget?

10 Antworten

wish i had more
not fancy stuff,
Transport
I would be interested in earning some pocket money 💰
I usually budget for the same or less than I would spend at home
It varies hugely with the amount of work I get
Student
I have a full time remote job
My budget for travelling will increase with a salary increase. I'm waiting, dammit!
It depends a lot on the destination. Most of the budget goes to transportation.

Feel free to leave a message...

11 Antworten

many co working places misses on point, most nomads are middle class income, rich ones dont go to co working places
Is there some project ecotourism that could I join it? let me know it. thank you
Depending on plan, for cost it might be easiest just a season rental in a great ski area rather than too much moving?
Is it like a workaway project?
I'm actually thinking about opening a coworking space in the Austrian Alps. It would be nice if you could get in touch with me on the results of this survey.
Ok, personally I would not specifically join a co-work/vacation, cause I travel and work independently. But think there is a market for it as I've seen these kind of places pop-up everywhere. (E.i. Surf Office, Outside.co as I can come uo with quickly righ now)
Bon courage Anita pour ton TB :) Pauline
Good luck with your thesis
Congrats, keep in touch

Want to stay updated about future projects? Please leave your E-Mail address:

15 Antworten

edi_alrahman@yahoo.com

romaine.pillonel@gmail.com

zeynepustkanat@hotmail.com

email@karenjohanson.com

blarlloyd@gmail.com

waldymar@hotmail.com

roland@griesser.io

zaraimrie@hotmail.com

akerlek@gmail.com

salwas94@gmail.com

laurent.wider@gmail.com

Info@habitat-nature.ch

bosse.seb@gmail.com

Neil@puraworka.com

svenja.kruma@hotmail.com

SELBSTSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

Am Ende der Bachelorarbeit unmittelbar nach den Anhängen muss der Student folgende Erklärung hinzufügen und unterschreiben: „Ich bestätige hiermit, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit alleine und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln realisiert habe und ausschliesslich die erwähnten Quellen benutzt habe. Ohne Einverständnis des Studiengangleiters und des für die Bachelorarbeit verantwortlichen Dozierenden sowie des Forschungspartners, mit dem ich zusammengearbeitet habe, werde ich diesen Bericht an niemanden verteilen, ausser an die Personen, die mir die wichtigsten Informationen für die Verfassung dieses Berichts geliefert haben und die ich nachstehend aufzähle: Maarten Van Geest – Mountain Hub Verbier, Haz – Swiss Escape, Neil – Pura Worka, Rafael Enzler – gut&gut, Jenny Schäpper-Uster – Coworking Switzerland.



Anita Jetzer