

Inhaltsverzeichnis

1. Problemstellung	1
1.1 Thematischer Zugang	1
1.2 Zugang von Seiten der Wirtschaftsgeographie	2
1.3 Ziel der Untersuchung und Gang der Arbeit	3
2. Grundlagen des gewerblichen Immobilienmarktes	6
2.1 Definition und Arten von Gewerbeimmobilien	6
2.2 Gewerbeimmobilien als Investitionsobjekte	7
2.2.1 Investitionsmöglichkeiten in Gewerbeimmobilien	8
2.2.2 Beteiligte	10
2.2.2.1 Projektentwickler	10
2.2.2.2 Investoren	11
2.2.2.3 Makler	11
2.2.2.4 Nutzer	12
2.2.2.5 Ziele der Beteiligten	13
2.2.3 Wertermittlung von Gewerbeimmobilien	14
2.2.3.1 Bewertung anhand des Ertragswertverfahrens	14
2.2.3.2 Besonderheiten bei der Bewertung von Gewerbeimmobilien	15
2.2.4 Chancen und Risiken der Investition	18
3. Büroimmobilien als Teil des gewerblichen Immobilien-marktes	21
3.1 Definitionen und Begriffsabgrenzungen	21
3.2 Marktmechanismen des Büroimmobilienmarktes	22
3.2.1 Zyklischen Phasen des Büroimmobilienmarktes	23
3.2.2 Immobilienmarketing als Instrument zur Analyse des Büroimmobilienmarktes ...	26
3.3 Büroimmobilienmarkt Deutschland	29
4. Vom Produkt zum Konzept: Büroimmobilien im Wandel der Zeit	36
4.1 Historische Entwicklung der Büroarbeit	36
4.1.1 Die Entwicklung der Büroarbeit im 19. und 20. Jahrhundert	36
4.1.2 Aktuelle Veränderungen der Büroarbeit	37
4.2 Büroimmobilien im Wandel der Zeit	38
4.2.1 Büroraumkonzepte	39

4.2.1.1	Klassische Büroraumkonzepte	40
4.2.1.1.1	Zellenbüro	40
4.2.1.1.2	Großraumbüro	42
4.2.1.1.3	Gruppenbüro	44
4.2.1.2	Neue Büroraumkonzepte	45
4.2.1.2.1	Kombi-Büro	45
4.2.1.2.2	Reversibles Büro	47
4.2.1.2.3	Desk-Sharing.....	48
4.2.1.2.4	Fraktales Büro	49
4.2.1.2.5	Exkurs: OFFICE 21	50
4.2.1.3	Beurteilung der Büroraumkonzepte	52
4.2.2	Ausstattung	53
4.2.2.1	Klassische Ausstattungsmerkmale.....	53
4.2.2.2	Technische Ausstattung zur Senkung der Nebenkosten	54
4.2.3	Dienstleistungen.....	56
4.2.3.1	Facility Management.....	58
4.2.3.2	Business Center.....	59
4.2.4	Mikrostandort	60
4.2.5	Beurteilung zukunftsfähiger Büroimmobilien.....	62
4.3	Beispiele innovativer Büroprojekte	62
4.3.1	Ellipson	63
4.3.2	Frankfurter Welle.....	66
4.4	Thesenaufstellung	68
5	Empirische Erhebungen	69
5.1	Untersuchungsdesign.....	69
5.2	Nutzerbefragung	71
5.2.1	Charakteristik der Grundgesamtheit: Struktur und Entwicklung des Münchner Büroimmobilienmarktes.....	71
5.2.2	Ergebnisse der Nutzerbefragung.....	75
5.2.2.1	Struktur der befragten Unternehmen.....	76
5.2.2.2	Bewertung des derzeitigen Büroobjektes und Anforderungen beim Standortwechsel	81
5.2.2.2.1	Allgemeine Ausstattungsmerkmale.....	81
5.2.2.2.2	Technische Ausstattungsmerkmale	85
5.2.2.2.3	Dienstleistungen	87
5.2.2.2.4	Standortmerkmale	89
5.2.2.3	Zukünftige Standort- bzw. Flächenentwicklung der befragten Unternehmen.....	92
5.2.2.4	Zusammenfassung der Nutzerbefragung	94

5.3 Expertenbefragung.....	96
5.3.1 Entwicklungen des Produktes Büroimmobilie aus Expertensicht	96
5.3.1.1 Zukünftige Bedeutung von Büroraumkonzepten.....	96
5.3.1.2 Bedeutung der technischen Ausstattung	98
5.3.1.3 Bedeutung von Dienstleistungen.....	99
5.3.1.4 Bedeutung des Mikrostandortes.....	100
5.3.2 Auswirkung der Veränderungen	101
5.3.2.1 Auswirkung auf die Verwendung von Bestandsobjekten	101
5.3.2.2 Auswirkung auf die Entwicklung des Lebenszyklus von Büroimmobilien ...	102
5.3.2.3 Auswirkungen auf die zukünftige Entwicklung des Büroimmobilienmarktes.....	103
5.3.3 Büroimmobilien der Zukunft aus Expertensicht.....	103
6. Thesenprüfung und Schlussbetrachtung	105
6.1 Thesenüberprüfung.....	105
6.2 Schlussbetrachtung.....	108
7. Literaturverzeichnis	VI
8. Anhang.....	XVII