

Pressemitteilung

Das Comeback des Büros: Zwischen Kulturort und Produktivitätsmaschine – Ergebnisse einer aktuellen Entscheiderstudie

- *Fast zwei Drittel der Unternehmensentscheider benennen konkrete Problemfelder hinsichtlich ihrer aktuellen Büroflächensituation. 36 Prozent sehen akuten Handlungsdruck.*
- *86 Prozent sind davon überzeugt, dass das Arbeiten im Büro eine wichtige Rolle zu spielen hat.*
- *Das Büro zählt auf Funktionen wie Kultur & Kommunikation (74 Prozent) und Produktivität & Prozesse (73 Prozent) nahezu gleichermaßen ein.*

Nürnberg, den 20. Mai 2025 – Die Arbeitswelt kehrt ins Büro zurück – allerdings mit neuen Ansprüchen. Unternehmen fordern von ihren Büroflächen zunehmend höhere Flexibilität, wirtschaftliche Effizienz und einen identitätsstiftenden Beitrag zur Unternehmenskultur. Das ist das zentrale Ergebnis der neuen Design Offices Studie 2025, die im April in Kooperation mit Vitra vom Forschungsinstitut Fittkau & Maaß Consulting durchgeführt wurde.

Befragt wurden 200 Entscheider aus Unternehmen mit mindestens 50 Mitarbeitenden in Deutschland. Die Ergebnisse zeichnen ein deutliches Bild: Bei der Bewertung der aktuellen Büroflächensituation sehen mehr als ein Drittel der Unternehmen großen Handlungsbedarf – vor allem in Bezug auf Kostenstruktur, Flexibilität und Ausstattung. In Großunternehmen sehen sogar 41 Prozent der Entscheider akuten Handlungsdruck. „Das Büro braucht eine neue Legitimation. Unternehmen hinterfragen zunehmend, welchen konkreten Mehrwert ihre Flächen leisten. Wer nicht anpasst, verliert Effizienz, Arbeitgeberattraktivität und kulturelle Anschlussfähigkeit. Wer jetzt handelt, kann Raumkonzepte in echte Wettbewerbsvorteile verwandeln“, sagt Joachim Gripp, CEO von Design Offices.

Der Anpassungsdruck auf Büroflächen steigt deutlich

Fast zwei Drittel der Entscheider geben an, dass es in ihrem Unternehmen aktuelle Problemfelder bzw. Herausforderungen gibt, die die derzeitigen Büroflächen betreffen. Vor allem unzureichende Flächen, mangelnde Nutzungsflexibilität und überholte Ausstattung werden kritisch gesehen. Die Daten legen nahe, dass in vielen Unternehmen umfassende Modernisierungs- und Transformationsmaßnahmen notwendig sind.

„Fast jedes zweite Großunternehmen sieht laut Studie Veränderungsbedarf bei der Büroausstattung. Das überrascht nicht – denn das Büro hat heute eine andere Aufgabe: Es soll ein Ort sein, der Menschen verbindet, Identität stiftet und Energie gibt. Ein Raum, der inspiriert, statt nur zu funktionieren. Wir sind davon überzeugt, dass Räume mehr können müssen, wenn sie Menschen wirklich erreichen wollen“, erklärt Sven Wehlmann, Geschäftsführer Vitra GmbH.

Das Büro wirkt – auf Kultur und Produktivität

Das Arbeiten im Büro spielt eine wichtige Rolle – davon ist die große Mehrheit der befragten Entscheider (86 Prozent) überzeugt. Ob Kulturort oder Produktivitätsmaschine? Die Umfrageergebnisse zeigen: Das Büro erfüllt beide Funktionen nahezu gleichermaßen. Besonders stark werden die positiven Effekte in den Bereichen Kultur & Kommunikation (74 Prozent) sowie Produktivität & Prozesse (73 Prozent) wahrgenommen.

Remote Work gehört inzwischen in jedem zweiten Unternehmen zum Alltag – bleibt aber nicht ohne Folgen. „Drei Viertel der von uns befragten Entscheider beobachten spürbare Nachteile des Homeoffice“, sagt Susanne Fittkau von Fittkau & Maaß Consulting. Besonders betroffen seien die zwischenmenschlichen Aspekte: Das Gemeinschaftsgefühl, die spontane Kommunikation und das Verhältnis zwischen Teams und Führungskräften leiden am meisten. Die Mehrheit der Befragten sieht daher in der Präsenzarbeit einen unverzichtbaren Baustein für funktionierende Führung, Innovation und interdisziplinäre Zusammenarbeit.

Veränderungsprozesse scheitern oft an internen Hürden

Mehr als vier Fünftel der befragten Entscheider rechnen mit erheblichen Herausforderungen, wenn es um die Planung und Umsetzung von Veränderungen im Bereich der Büroflächen geht. Gerade in größeren Unternehmen stellen lange interne Entscheidungswege, eine hohe Anzahl Entscheidungsbeteiligter eine Hürde dar. Hinzu kommen Unsicherheiten im Hinblick auf externe Anforderungen, die mittelfristig an das Büro gestellt werden – und nicht zuletzt begrenzte Budgets. „Die Ergebnisse spiegeln an der Stelle die große Verunsicherung im Markt wider, die viele Unternehmen lähmt“, erklärt Joachim Gripp.

Wirtschaftliche Implikationen

Die Studienergebnisse machen deutlich: Der Transformationsdruck im Bürosektor steigt – ebenso wie die Anforderungen an Büroflächen-Anbieter, Real Estate Investoren und strategische Entscheider. Unternehmen suchen zunehmend nach flexiblen, modularen und kulturell wirksamen Raumlösungen, die nicht nur Fläche, sondern auch Raum für Kreativität und Identifikation schaffen. Für die Immobilienwirtschaft ergeben sich daraus neue Marktchancen: Flex-Space-Anbieter, modulare Möblierungs- und Ausstattungsanbieter, Workplace-Tech und Interior Design Lösungen profitieren vom Wandel – sofern sie gezielt auf strategische Mehrwerte setzen. „Wer Büroflächen heute nur verwaltet, verliert. Wer sie als strategisches Werkzeug für Innovation, Kultur und Arbeitgeberattraktivität begreift, setzt sich durch“, resümiert Joachim Gripp.

Fazit: Das Büro als Führungsinstrument

In einer hybriden Arbeitswelt genügt es nicht mehr, nur Arbeitszeiten und -orte zu flexibilisieren. Vielmehr müssen Arbeitsumgebungen auch emotional, kulturell und strukturell mitgedacht werden. Das Büro wird dabei zum Führungsinstrument. Persönliche Führung, individuelle Entwicklungsgespräche, Onboarding-Prozesse und Teamrituale lassen sich in Präsenz nicht nur effizienter, sondern auch glaubwürdiger und nachhaltiger gestalten. Gleichzeitig wird das Büro zum kulturellen Ankerpunkt: Es ist der Ort, an dem Werte spürbar werden, Gemeinschaft entsteht und Innovationsprozesse kollaborativ angestoßen werden können.

Die vollständige Design Offices Studie *„Zwischen Kulturort und Produktivitätsmaschine: Das Comeback des Büros“* liefert differenzierte Einblicke in Unternehmensgrößen, Branchenunterschiede, Veränderungshindernisse und Nutzungsperspektiven. Sie steht Journalist:innen und Entscheidern [unter folgendem Link zum Download](#) zur Verfügung.

DESIGN OFFICES

Design Offices ist der Marktführer für flexible Work Spaces in Deutschland. Seit 2008 gestaltet das Unternehmen neue Arbeitswelten und betreibt rund 50 Standorte mit ca. 260.000 Quadratmetern in 15 deutschen Städten. Design Offices beheimatet über 2.000 Office-Kunden mit insgesamt 15.000 Arbeitsplätzen deutschlandweit. Zu den Kunden zählen namhafte Unternehmen wie u.a. Alibaba, TikTok, Moderna, Roche, Marc O'Polo, Salesforce, Sparda-Bank, Villeroy & Boch und Doctolib. Neben modernen Büroflächen bietet Design Offices spezielle Services für Nutzer wie exklusive Community-Events und gastronomische Angebote sowie flexible Räumlichkeiten für Business-Events aller Art. Das

Unternehmen beschäftigt 500 Mitarbeitende. Unternehmenssitz ist Nürnberg.

<https://www.designoffices.de/>

Vitra

Bei Vitra ist man überzeugt, dass Umgebungen unsere Gefühle und Gedanken prägen – zuhause, bei der Arbeit und unterwegs. Jeden Tag arbeitet der Schweizer Möbelhersteller daran, diese Umgebungen durch die Kraft des Designs zu verbessern. Vitra ist ein Familienunternehmen in dritter Generation und verfolgt neben der kommerziellen, eine kulturelle und eine ökologische Mission. Die Sorge um unsere Umwelt findet in jeder Handlung von Vitra ihren Ausdruck. Sie manifestiert sich darin, wie Vitra Produkte entwickelt und herstellt, in der Beschaffung von Rohstoffen und in der Organisation der Lieferkette. Jede neue Erkenntnis wird als Chance zur Weiterentwicklung gesehen.

<https://www.vitra.com>

Fittkau & Maaß Consulting

Fittkau & Maaß Consulting unterstützt seit 1995 mit Trendstudien sowie individuellen Marktforschungs- und Beratungsservices Unternehmen wie Beiersdorf, Consorsbank, Green Planet Energy, Parship Elite Group, Scholz & Friends und die Telekom bei der kundenzentrierten Konzeption und Optimierung ihrer Strategien, Produkte, Services und Marketingkampagnen.

<https://www.fittkaumaass.de>

Pressekontakt:

Vera Vaubel

Vaubel Medienberatung

Telefon: +49 160 8472068

E-Mail: medienberatung@vaubel.de

Unternehmenskontakt:

Sarah Hansen

Communications Manager Design Offices

Telefon: +49 170 1881775

E-Mail: presse@designoffices.de