



# CO-3 WORK SPACES

Ahmad Badawi

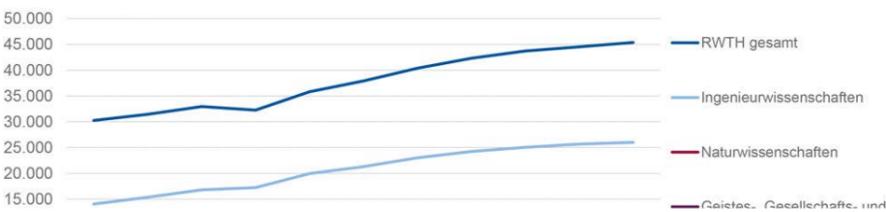


**45.377** Studierende insgesamt

Studierende im Wintersemester 2017/18



Entwicklung der Studierendenzahl





### Legende

- |                 |                   |                 |
|-----------------|-------------------|-----------------|
| Universität     | Restaurant        | Fahrrad Wege    |
| institute       | Parking           | Bus Linie       |
| Hörsaal-Gebäude | Shops             | Bahnschiene     |
| Wohnheim        | Fabrik            | Fahrrad Parking |
| IT-Center       | Moschee           | Bike-sharing    |
| Uni-Werkstatt   | Kirche            | Taxistand       |
| Sportanlage     | Verein            | Bushaltestelle  |
| Bibliothek      | Agentur f. Arbeit | Bahnhof         |
| Uni-Mensa       | Uniklink          |                 |
| Parkplatz       | Feuerwach         |                 |

M 1:10000

Quelle : <https://www.Openstreetmaps.de/>

- Derzeit befindet sich auf dem Grundstück keine Gebäude aber in dem neuen West Campus würde ein Gebäude aufbauen aber Ohne bestimmte Definition von Nutzung
- Die Erschließung des zu betrachtenden Areal erfolgt im Nordwest des Grundstück über den Hauptachse des Campus-West ,im Süden über Hauptachse und den Haupteingang des Campus-West und im Westen über Susterfeldstraße , im Nord befindet sich Aldi Markt .
- Das Grundstück befindet sich in der Gemeinde Aachen . Die Grundstück beträgt ca.7176 qm.
- Das zu betrachtende Grundstück befindet sich auf dem Gelände der RWTH-Aachen Campus West . Betreiberin des RWTH-Aachen Campus GmbH
- Der Bodenrichtwert wird mit einem Wert von 1 €/ qm angenommen , da es zum RTWH Aachen gehört aber die nebenbei Grundstücke haben den Wert zwischen 330 bis 550 €/ qm
- Das Ausmaß der Eingriffsregelungen legt die jeweilige Genehmigungs- bzw. Planfest- Stellungenbehörde fest.
- Die nun geplante Gebäude dürfen geändert werden , da die Pläne der Realisierung des West-Campus noch nicht festgelegt

# Stakeholder Analyse

RWTH-Aachen Campus GmbH

## Regierungsbezirk

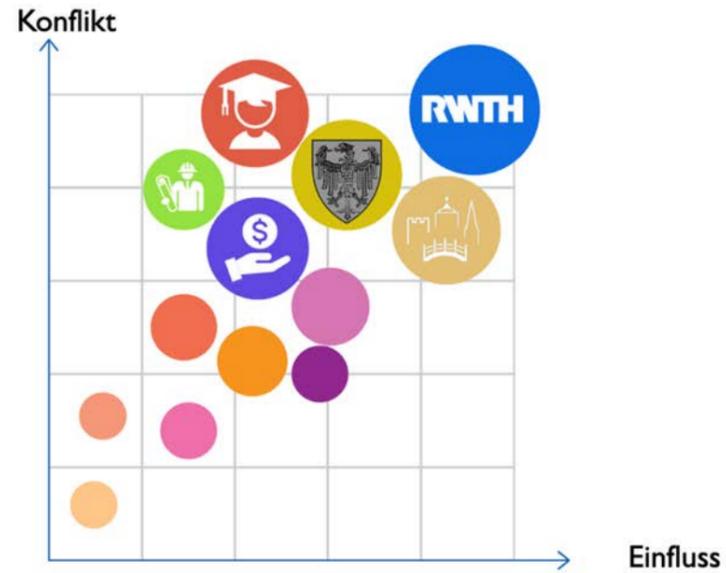
- Regierungsbezirk Aachen
- Gemeinde Aachen

## Investoren

- Projektsteuer / Bauleiter^A
- Objektplaner / Fachplaner
- Brandschutzbehörde
- Innere Nahversorgung
- Öffentlicher Personen-Nahverkehr (ÖPNV)
- Gebäudeverwalter

## Frei Beteiligte

- RWTH-Studierende und Mitarbeiter



# Ökologische Konzept



# Vermarktungskonzept

**Produktpolitik**

Die Produktpolitik befasst sich mit dem Leistungsumfang des Angebots. Schwerpunkt des Produktes ist, einen vielfältigen Arbeitsraum für Studierende und Mitarbeiter der RWTH zu schaffen. Die RWTH Campus bietet mit Co working Space einen sozial nachhaltigen Arbeitsraum für die Mitarbeiter und Studierende der RWTH an. Die Arbeitsstätten sind dabei an eine breite Nutzerstruktur angepasst und bieten bezahlbaren Arbeitsraum speziell für Vertreter der unteren Lohngruppen ( Studierende ). Wichtig ist hierbei, eine intelligente Durchmischung der Nutzer zu erzielen, sodass eine angenehme Atmosphäre der Benutzer gewährleistet werden kann. Co working Space ermöglicht einen einzigartigen Arbeitsstandort für die Studierende und RWTH-Mitarbeiter. So können sie in nur wenigen Minuten zentrale Punkte wie die Forschungszentrum und Universität bzw. Institute erreichen. Des weiteren gibt es eine Bus-Anbindung, von der man zum allen Campus Gebäuden kommen kann

**Distributionspolitik bzw. Vertriebspolitik**

Ziel der Distributions- bzw. Vertriebspolitik ist es, das Produkt am Absatzmarkt verfügbar zu machen und Angebot und Nachfrage zusammenzuführen. Sie ist abhängig von den Leistungen der Produkt- und Kommunikationspolitik. Im Fokus steht hier die Wahl des optimalen Betriebszeitpunktes. So können speziell in der Projektentwicklung Güter vertrieben werden, auch wenn sie bisher nur in der Planung sind. Als Vermieter und Verwalter des Co working Space fungiert die RWTH Aachen Campus GmbH.

**Kommunikationspolitik**

Vor allem durch die langen Entwicklungszeiten von Immobilien ist eine Kommunikationspolitik von zentraler Bedeutung. Sie vereint die Instrumente der Produkt-, Service-, Distributions- und Kontrahierungspolitik und dient als Instanz zur Öffentlichkeit. Schon vor Baubeginn soll durch Social Media und beim Internetauftritt RWTH Aachen auf das Bauvorhaben aufmerksam gemacht werden. Während des Baus ermöglicht Baustellenmarketing in Form von Bauschildern und Werbung auf Baustellen eine Transparenz für die Öffentlichkeit. Der wichtigste Baustein in der Kommunikationspolitik liegt beim Direktmarketing bei den Studierenden und Mitarbeiter der RWTH Aachen. Dies erfolgt unter anderem durch die direkte Vermarktung bei den angestellten RWTH-Mitarbeiter und bei der Ausschreibung von Jobs auf dem RWTH-Campusgelände.

**Vermarktung Leistungsangebot**

Neben den Faktoren der Lage und der Architektur und des Gestaltungskonzept spielt die Vermarktung einer Immobilie eine wichtige Rolle. Ein immer stärker werdender Wettbewerbsdruck, wachsende Anforderungen der Kunden an Immobilienprodukte und das Zusammenspiel aus einer höheren Transparenz und einem ungleich schnellen Informationsaustausch führen zu immer größer werdenden Bedeutung in der Immobilienwirtschaft. Dabei müssen die Instrumente des Marketings sowohl bereits während der Planungsphase als bis zum Betrieb einer Immobilie ständig kontrolliert und angepasst werden

**Kontrahierungspolitik**

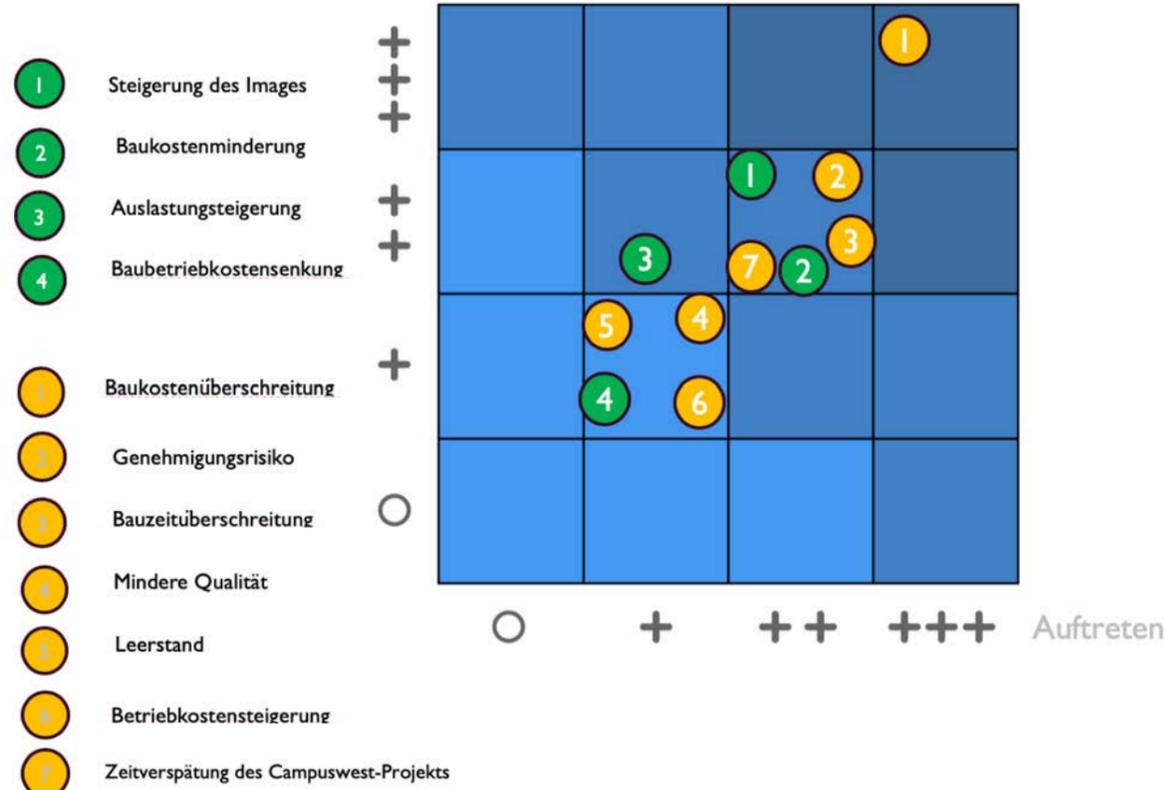
Die Kontrahierungspolitik beschäftigt sich mit den absatzpolitischen Maßnahmen, d. h. zu welchem Preis und sonstigen Bedingungen die Leistungen am Markt angeboten werden sollen. Die Mietpreise der Arbeitsraum richten sich nach den mindestens Gehältern der Studierenden und der angestellten Mitarbeiter der RWTH. Dabei werden vor allem die unteren Lohngruppen ( Studierende ) berücksichtigt. Die Arbeitsräume sind für die Vermietung an alle beteiligte an der RWTH gedacht und werden nicht am lokalen Wohnungsmarkt angeboten. Die Miete der Raumtypen liegt dabei jedoch unter dem Durchschnitt der Mietpreise für Arbeitsräume Aachen. Im Zuge des Baus wird eine Tiefgarage und Parkplätze errichtet. Diese werden nun in Form von Parkhäusern überdacht und videoüberwacht ausgeführt. So wird hier eine Preissteigerung bei in den Parkgebühren vorgenommen

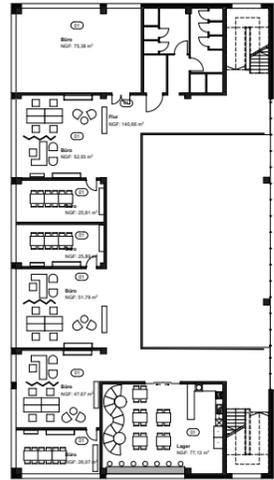
**Servicepolitik**

Die Produktpolitik wird zusätzlich durch die Servicepolitik ergänzt. Hierbei sollen die Produkte/Leistungen mit immateriellen Leistungen begleitet und somit die Kundenzufriedenheit erhöht werden. Zu den unentgeltlichen Serviceleistungen gehören die Nutzung der auf dem Grundstück befindlichen Parkflächen. Darüberhinaus kann der Bus Transfer zu den jeweiligen Arbeitsplätzen oder Wohnungen in Anspruch genommen werden. Aufladestationen für Elektroautos, Fahrradstationen zur Miete von (Elektro-)Fahrrädern und Autos, die in Form von Carsharing genutzt werden können, bieten ein zusätzliches Angebot zur Mobilität der Bewohner. Zu den unentgeltlichen Leistungen gehört unter anderem ein umfassendes Gebäudemanagement.

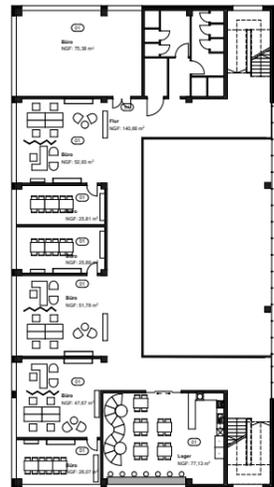
# Chancen und Risiken

## Ausmaß

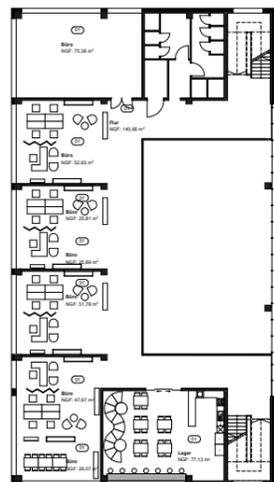
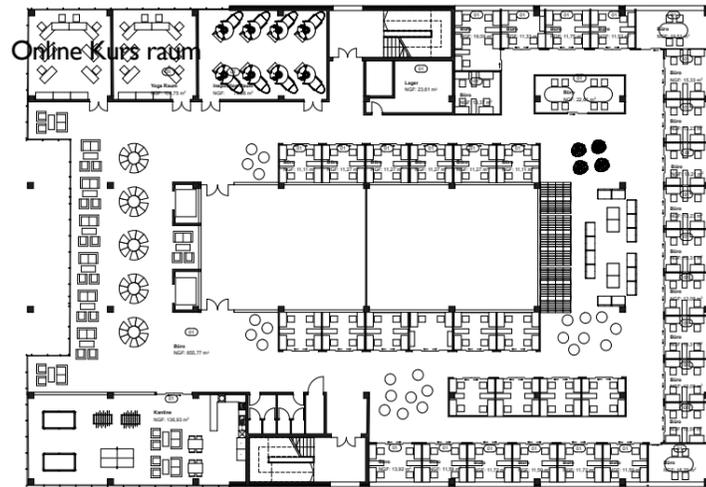




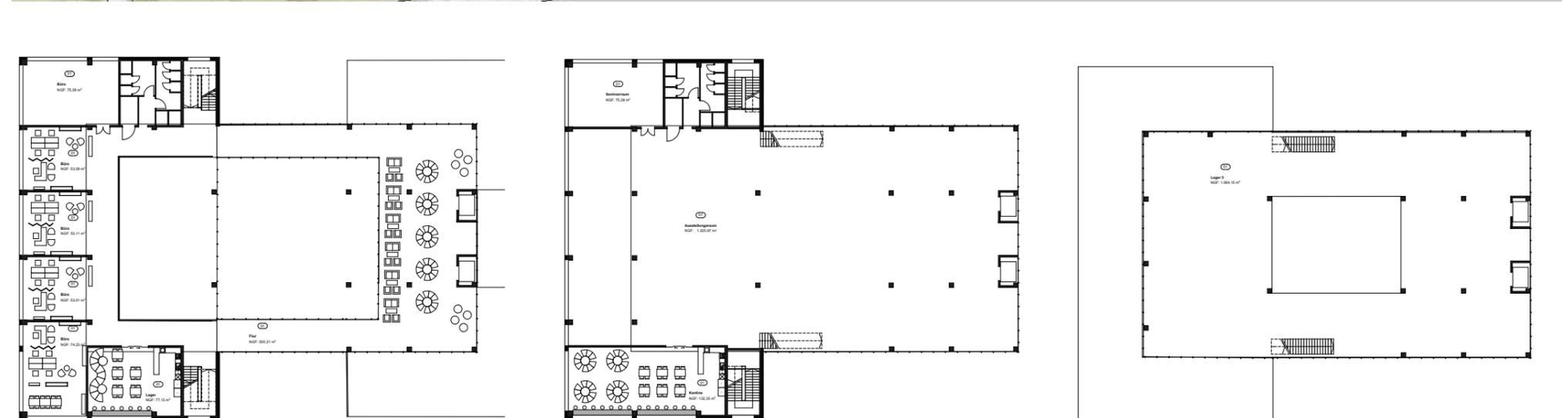
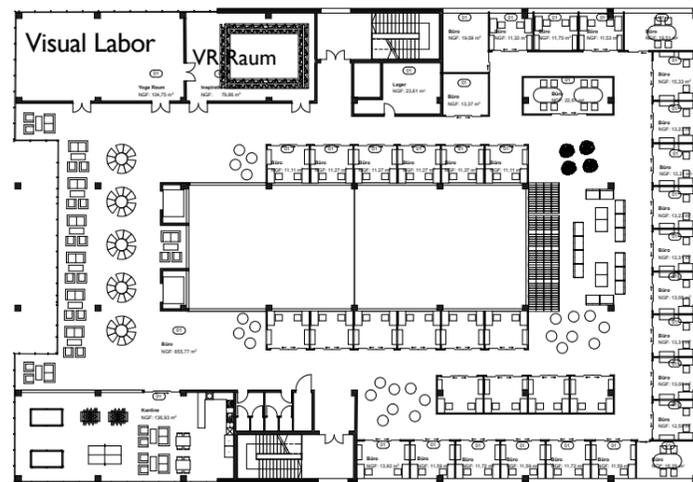
1. OG



2. OG



3. OG



4/5/6. OG

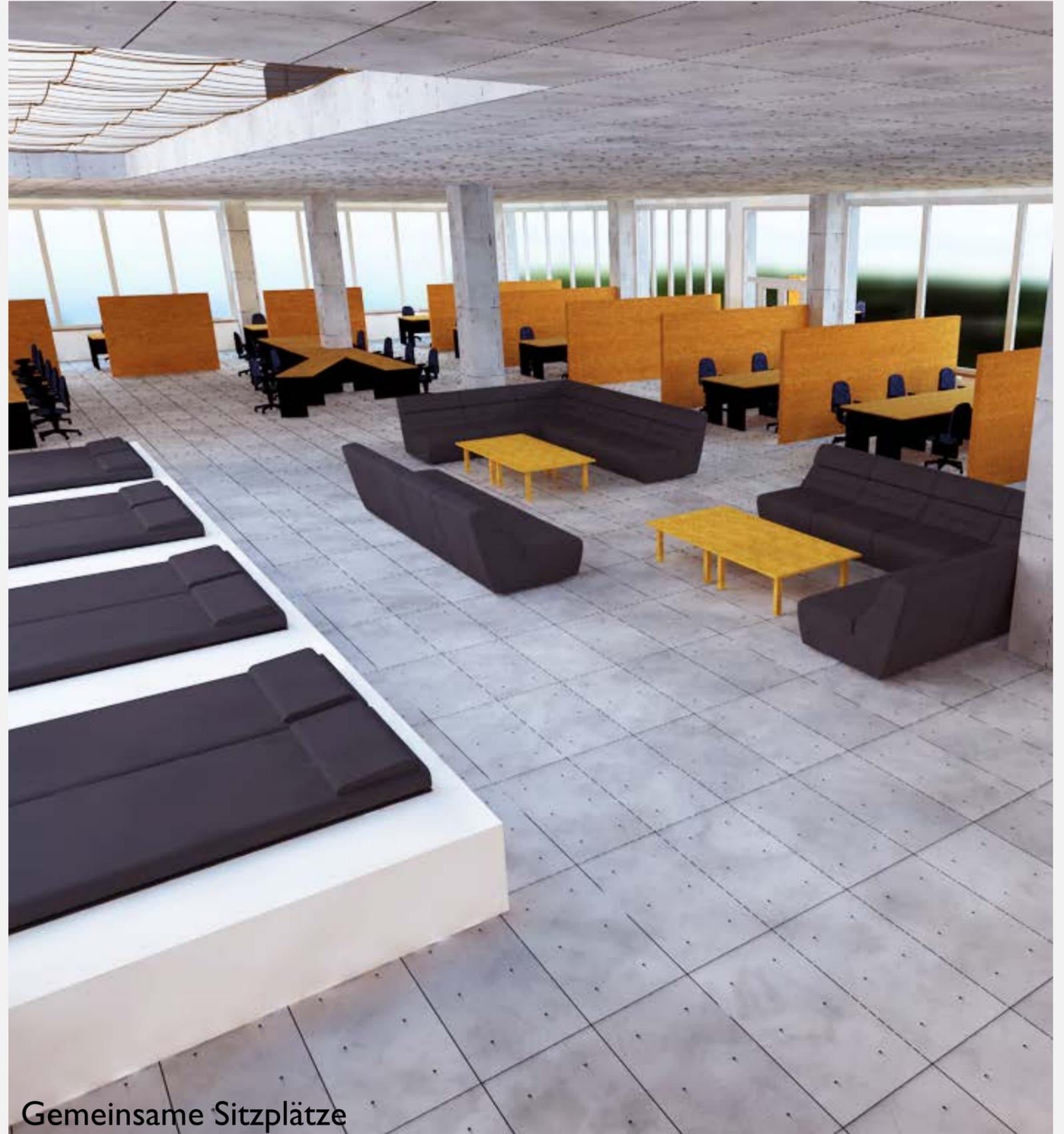
7. OG

8. OG



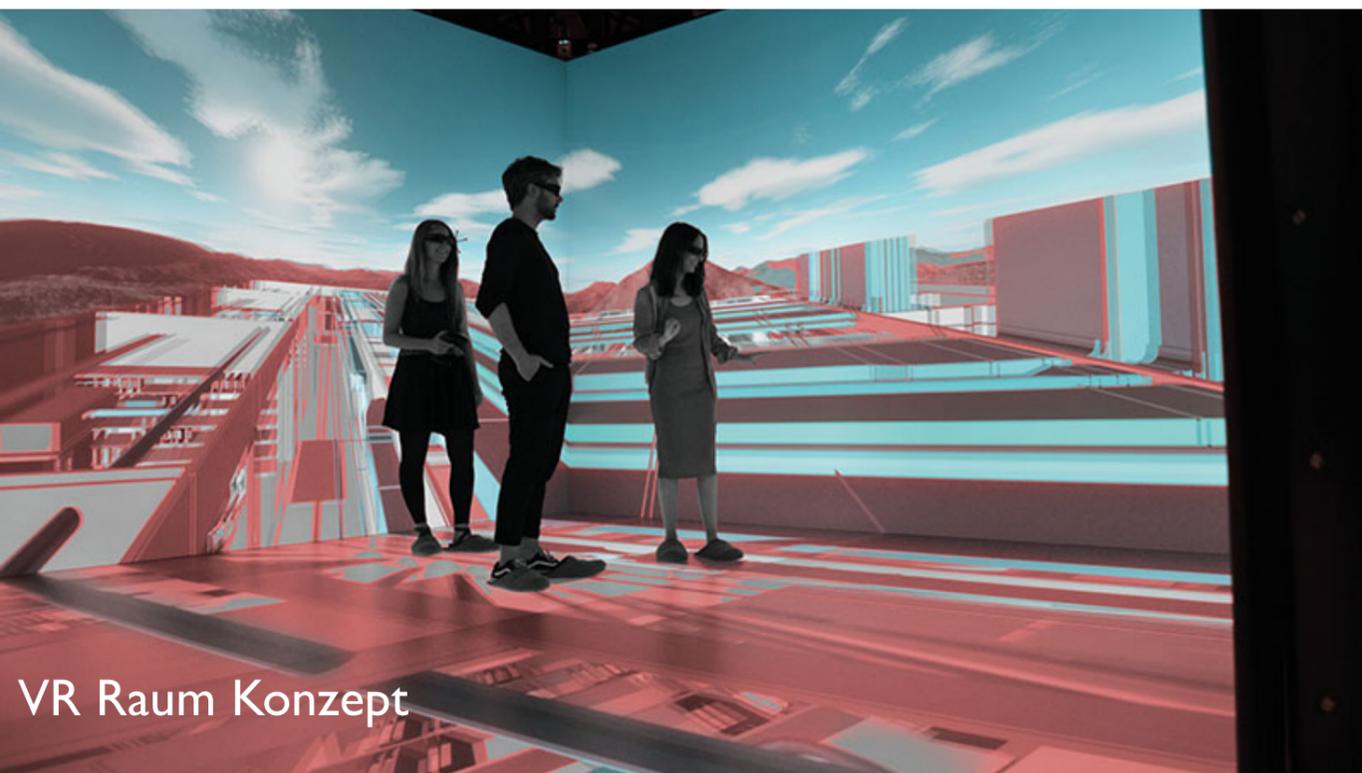


Offene Theater



Gemeinsame Sitzplätze





VR Raum Konzept

