

Das Büro im 21. Jahrhundert Narrativ, nachbarschaftlich und nomadisch



DAS NACHBARSCHAFTLICHE BÜRO Ein Mini-Park im Zentrum wird umrahmt von gemütlichen Arbeitsplätzen. FOTOS: DVA-VERLAG (2); BMW, TOOLS OFF ARCHITEXTURE

Schöne neue Arbeitswelt

Fast 80 000 Stunden verbringt ein Durchschnittsmensch im Büro. Neue Konzepte sollen die Lust an der Arbeit steigern.

VON JULIANE LUTZ

Wie im Dschungel! So fühlen sich einige Mitarbeiter der Abteilung Vertriebsservice bei BMW, als sie zum ersten Mal unter Philodendren und Einblättern saßen. Ort: Nicht der Botanische Garten in München, sondern ihr Büro. Immer wieder hatten zu geringe Luftfeuchtigkeit und Zugluft für Probleme gesorgt. Grund für Michael Mohrlang, Ergonomiespezialist beim bayerischen Autobauer, in einem Pilotprojekt das „grüne Büro“ zu erproben. 69 Pflanzenkübel verwandelten das 308 qm große Büro in einen sattgrünen Blätterwald. Ein Versuch mit durchschlagendem Erfolg: 93 Prozent der Mitarbeiter fühlten sich nach der Begrünung besser als zuvor. Ein Beispiel dafür, dass sich langsam was bewegt im Büro. Mitarbeiter sollen sich auch wohl fühlen bei der Arbeit. Was schließlich dem Unternehmen in Form gesteigerter Motivation nur zu Gute kommt.

Zwischen 70 000 und 80 000 Stunden im Leben verbringt der Durchschnittsmensch am Arbeitsplatz. Also höchste Zeit, dass das oft hässliche, starre, hierarchische Büro endlich einer ästhetischen Bürolandschaft weicht, in der unterschiedlichen Menschen das gemeinsame Arbeiten so leicht wie möglich fällt. Teamarbeit und Kommunikation stehen im Vordergrund, und innovative Unternehmen reagieren längst weltweit darauf. „Narrativ, nachbarschaftlich und nomadisch“ lauten die vier Trends für das Büro des 21. Jahrhunderts. Ausgemacht haben sie die britischen Office-Forscher Jeremy Myers und Philip Ross in ihrem Buch „bürodesign heute“, einem neuen Standardwerk.

Im narrativen Büro erzählen Architektur und Ausstattung die Geschichte der Firma und ihrer Produk-

te. Bestes Beispiel dafür ist der Möbelhersteller „Vitra“ in Weil am Rhein. Das Großraumbüro ist unterteilt in Einzel-Arbeitsplätze, Teambereiche und Kommunikationszonen. Eine Art Hauptstraße bildet dabei das Herzstück. Hier können sich Kollegen auf dem Weg zu ihren Briefkästen begegnen und aus-



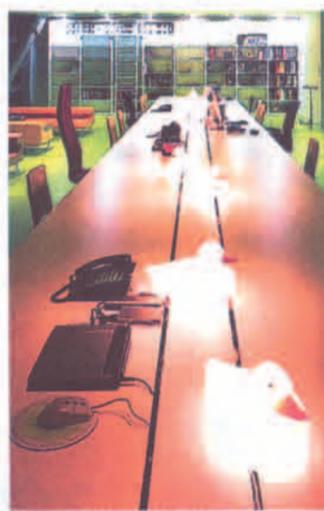
DAS GROSSRAUMBÜRO als Wissens-Austauschbörse.



DSCHUNGEL-ATMOSPHÄRE bei BMW.

tauschen. Den Mitarbeitern von Vitra hilft möglicherweise bei der Identifikation mit dem Produkt, für das sie arbeiten, dass sie auf Stühlen und an Tischen sitzen, die im eigenen Haus produziert werden.

Für Sassan Philipp Haschemi, Berater in Frankfurt für „Architectural & Design Management“, ist das narrative Büro vor allem für die Unternehmen selbst von großer Bedeutung: „Firmen setzen sich heute von der Konkurrenz nur durch ihr individuelles Erscheinungsbild ab“. Ein gelungenes Beispiel ist die Deka Bank in Luxemburg. Allein aufgrund des Erscheinungsbildes stieg das In-



IN EINER WERBEAGENTUR arbeiten Chef und Mitarbeiter an einem Tisch.

teresse der Presse an der Bank um 200 Prozent. Jedoch besteht noch viel Handlungsbedarf stellt der Berater fest: „Gäbe es eine Pisa-Studie für guten Geschmack, so wäre das Abschneiden mancher Bürogebäude im Großen und Ganzen wohl ähnlich beschämend wie die Leistungen deutscher Schüler“.

Andreas Notter, der zusammen mit Eva Durant das Büro „tools off. architecture“ in München führt, sieht im Job „vor allem die Weitergabe von Wissen für ausschlaggebend. Deshalb stellt sich bei Büroarchitektur die Frage: Wie kann der arbeitende Mensch beim Wissensaustausch

gefördert werden“. Der Architekt favorisiert das Modell des „großen Arbeitstisches“, an dem mehrere Mitarbeiter projektbezogen zusammen arbeiten. In Japan, eher bekannt für sehr hierarchische Strukturen, regieren in der Tokioter Werbeagentur Beacon gleich sechs Geschäftsführer und der Firmenchef an einem 12 Meter langen Tisch.

Myerson und Ross haben mit dem „nodalen Büro“ einen neuen Begriff kreiert, der sich um Wissensvermittlung dreht – oft die letzte physische Manifestation in einer zunehmend virtuellen Welt, in der die Angestellten von überall her zuarbeiten. Manche Chefs sind heute durchaus bereit, ihren Mitarbeitern ein Umfeld zu geben, in dem sie ihre Fähigkeiten am besten entwickeln können. Einen informellen Rahmen, in dem die Grenzen zwischen Arbeiten und Nicht-Arbeiten weitgehend verwischt sind, hält Andreas Notter dabei für besonders geeignet. Können wir uns also alle bald auf das nachbarschaftliche Büro, aufgelockert durch wohnliche Attribute, freuen?

Das von „tools off. architecture“ entworfene Büro der Münchner Designagentur KMS in einer alten LKW-Halle besteht aus drei völlig autarken Zonen: Arbeitsbereich, Bibliothek, Küche/Cafeteria. Die Mitarbeiter arbeiten einzeln an ihren Plätzen, zusammen in der Bibliothek, besuchen sich und kochen mittags zusammen. Fast wie eine Familie. Ein spektakuläres Beispiel des nachbarschaftlichen Büros gelang auch dem US-Architekturbüro Clive Wilkinson für eine Werbeagentur in Los Angeles. Wer das ehemalige Lagerhaus betritt, fühlt sich ins New Yorker Greenwich Village der 60er Jahre versetzt. Gemütliche Arbeits- und Projekthöhlen auf verschiedenen Ebenen, ein Mini-Central Park mit Bäumen, Bar und sogar einem Basketball-Platz tragen zum „Feel good“ Gefühl der Kreativen bei.

Das nomadische Büro ist dank Internet und drahtloser Technologie allgegenwärtig: daheim, im Park oder am Flughafen. Dabei kommt den Lounges an den Knotenpunkten dieser Welt eine besondere Rolle zu – als Meeting-Point für Kollegen und Geschäftspartner.

All den Trends, die Myerson und Ross erkennen, liegt vor allem eine schöne Idee zugrunde: Der Mensch steht bei der Arbeit im Mittelpunkt. Endlich. □

INFO ■ Jeremy Myerson, Philip Ross, „bürodesign heute“, DVA, 79,90 Euro.



EINE REIHE MIT BRIEFKÄSTEN säumt die Hauptstraße im „Vitra“-Bürokomplex.

FOTO: VITRA