

Bulletin

Wir bewegen Bürowelten



++ Aus dem Inhalt ++

Im Interview

Dipl.-Kfm. Andreas Gerber
Country Manager
Johnson & Johnson GmbH

Doris Winkler
General Manager
Johnson & Johnson Medical Austria

Dr. Erich Eibensteiner
Geschäftsführung
Janssen-Cilag Pharma

//abSeite III

Impressionen

Fotostrecke Standort-
verlegung ONE CAMPUS/
VIERTEL ZWEI.

//Seite XX

Im Zeitraffer

Das komplette Projekt
im schematischen Überblick.

//Seite XXVII

EDITORIAL

„Am Anfang war die Vision und nicht der Ort!“

Ewald Johannes Stückler

ONE CAMPUS

UNTER DIESER DACHMARKE HABEN SICH DIE FIRMEN JOHNSON & JOHNSON CONSUMER HEALTHCARE, JOHNSON & JOHNSON MEDICAL UND JANSEN CILAG PHARMA AM NEUEN STANDORT VIERTEL ZWEI – BIZ ZWEI RÄUMLICH UND ORGANISATORISCH NEU ORGANISIERT.

Das Projekt unter dem Projektnamen „moonwalker“ wurde durch das Beratungsunternehmen T.O.C. Tecno Office Consult in allen wichtigen Arbeits- und Entscheidungsschritten unterstützt.

T.O.C. entwickelte gemeinsam mit dem Management Board das neue Office Concept und erarbeitete in der ersten Phase das Raum- und Funktionsprogramm zur effektiven Standortsuche/ Standortvergleich.

T.O.C. begleitet ONE CAMPUS durch einen intensiven Change-Management-Prozess, welcher die Interessen der unterschiedlichen Unternehmen in eine neue ONE CAMPUS-Kultur umzusetzen hatte. T.O.C. konnte durch eine interaktive und sehr hohe transparente Projektleitung eine extrem hohe Akzeptanz und Mitarbeiterzufriedenheit erreichen, mein Dank an das Projektteam und an die Kollegen der T.O.C.-Projektleitung für den hervorragenden Projekterfolg. Dies war nur durch eine perfekte Zusammenarbeit innerhalb der Projektgruppe möglich und durch ein strategisches Projektmanagement in allen Phasen.

Resümee:

Durch die Unterstützung der T.O.C. Tecno Office Consult als externes Beratungsunternehmen, aber als interner Bauherrenvertreter, konnten Prozesse beschleunigt, Kosten in allen Bereichen eingespart und ein sehr hohes Maß an Mitarbeiterakzeptanz für den neuen Standort und das neue Office Concept erreicht werden.

Viel Spaß beim Lesen!



Ewald Johannes Stückler

Foto: T.O.C.



EWALD JOHANNES STÜCKLER
Geschäftsführer T.O.C.

Kommunikation | Flexibilität | Transparenz und

Arbeitsqualität, durch T.O.C. perfekt umgesetzt

Foto: Beigestellt



DIPL.-KFM. ANDREAS GERBER
Country Manager
Johnson & Johnson GmbH.

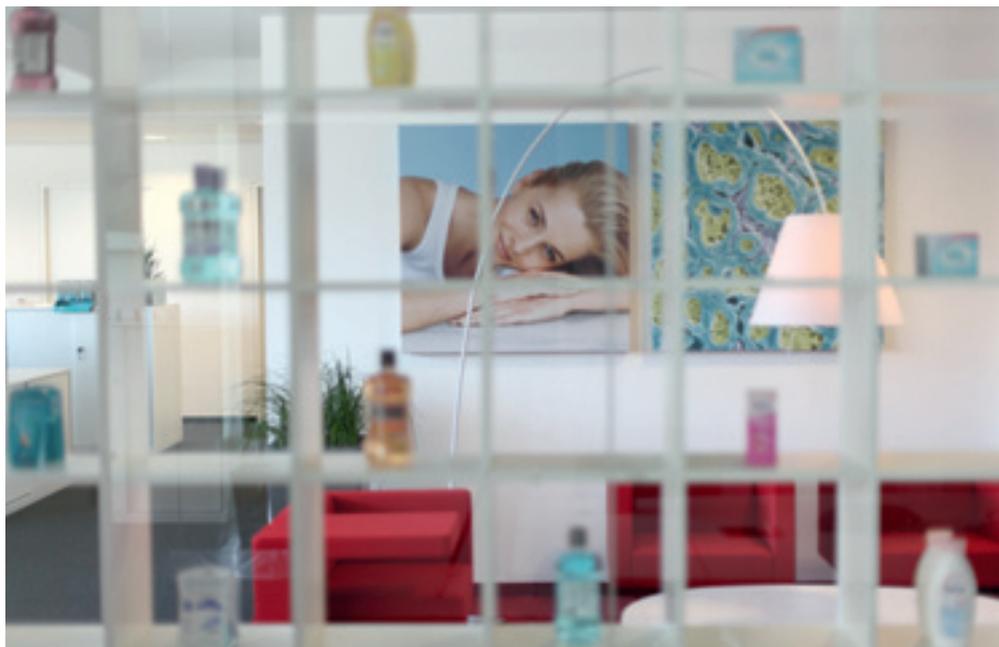


Foto: Nenad

DIPL.-KFM. ANDREAS GERBER, COUNTRY MANAGER JOHNSON & JOHNSON GMBH, ÜBER DIE ZUSAMMENARBEIT MIT T.O.C.

Qualität, Funktionalität und einen Wohlgefühlcharakter im Design spürt.

Die Firma Johnson & Johnson hat 2010 unter dem Projekt „moonwalker“ drei Standorte zu einem neuen ONE CAMPUS zusammengeführt. Was waren die wichtigsten Beweggründe für die Standortverlegung?

Gerber: Die langfristige Strategie der Firma ist, die drei Säulen der Firma – Consumer, Pharma und Medical – näher zusammenzuführen. Dabei geht es einerseits um die strategische Ausrichtung der Firma und andererseits auch um ganz praktische Dinge, wie die Wahl eines gemeinsamen Standortes, der prinzipiell die Zusammenarbeit der Companies vereinfachen soll.

Zusammen mit T.O.C. wurde ein neues Bürokonzept für Johnson & Johnson entwickelt. Dabei wurde großer Wert auf

die Themen Kommunikation, Flexibilität, Transparenz und Arbeitsplatzqualität gelegt. Was waren aus Ihrer Sicht die wichtigsten Leitplanken des neuen Konzeptes?

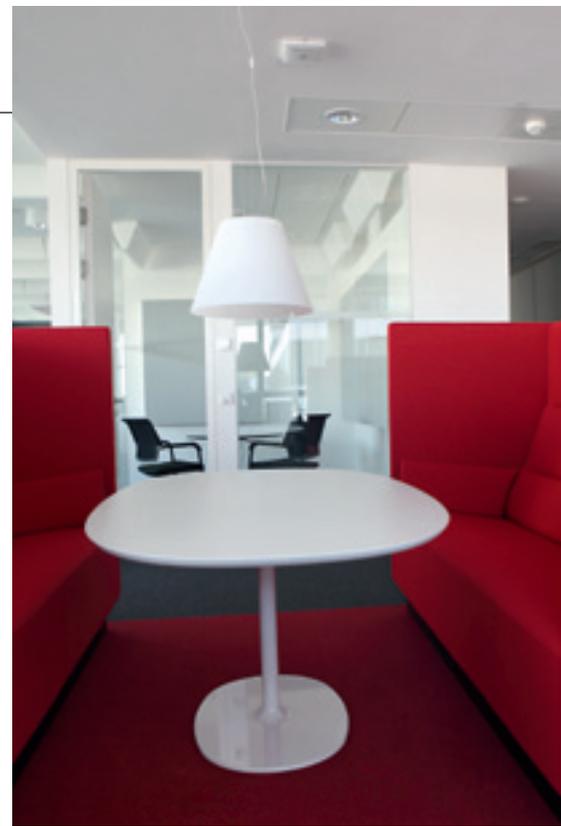
Gerber: Eine der wichtigsten Fragen, die wir uns am Anfang des Projektes gestellt haben, waren die Überlegungen „Was wollen wir?“ und „Was wollen wir nicht!“. In diesem Prozess wurde gemeinsam mit T.O.C. die prinzipielle Marschrichtung festgelegt: Nämlich ein Büro, das weltoffen, transparent, zum Wohlfühlen, flexibel, funktional und kommunikationsfördernd ist. Wichtig war auch die Gegenfrage für uns: „Was wollen wir nicht?“ Wir wollten zum Beispiel kein „Designerbüro“ bzw. keinen „Billig-Look“. Wichtig war für uns, dass man den Gedanken „The company that cares“ durch

Generell ist das neue Bürokonzept sehr offen ausgelegt. Sie sitzen als Geschäftsführer ebenfalls im Open Space. Wie bewerten Sie heute diese Entscheidung? Was sind die Vorteile, was sind die Nachteile?

Gerber: Persönlich bin ich ein großer Freund von Open Space. Daher war die Umstellung für mich wahrscheinlich auch nicht so gravierend. Generell bin ich gerne Teil einer offenen Kommunikation und eines transparenten Teams. Ich möchte lieber Barrieren abbauen als neue aufbauen. Das Konzept hier im neuen Büro macht es einem auch als Geschäftsführer leicht, im Open Space zu sitzen, da von dem Bürolayout her gute Rückzugsmöglichkeiten geschaffen wurden. Man findet auf jeden Fall auch die Privatsphäre in Thinktanks, um zum Beispiel vertrauliche Gespräche zu führen.

Der Mythos, dass man immer über dem Budget liegt und den Zeitplan nie einhalten kann, ist nicht der Fall gewesen.

Dipl.-Kfm. Andreas Gerber



Dieses Layout erfordert aber andererseits natürlich auch eine Adaption in der Art und Weise, wie man arbeitet, z.B. hinsichtlich Lautstärke beim Telefonieren oder Disziplin bei der Auswahl des Arbeitsbereiches. Man muss entscheiden, welche Arbeiten absolviere ich am Schreibtisch, welche in einem Thinktank. Aber sobald man diese Dinge verinnerlicht hat, überwiegen bei Weitem die Vorteile des Open Space. Open Space passt auch gut zu unseren Produkten: „Fast moving consumer goods“. Es geht darum, Informationen schnell aufzunehmen, weiterzuverarbeiten und im Team weiterzuverteilen. Open Space ist für uns absolut die beste Alternative.

Mit der Standortverlegung wurde auch ein Change-Management-Prozess durchgeführt. Wie war die Akzeptanz innerhalb des Unternehmens für das neue Büro bzw. das neue Bürokonzept?

Gerber: Ich glaube, ein wichtiger Faktor ist eine ganz frühe, proaktive Einbindung der Mitarbeiter in das Projekt, um eine Akzeptanz möglichst früh zu gewährleisten. Das haben wir auch bestmöglich versucht, indem wir immer wieder kommuniziert haben: „Wo stehen wir in der Planung?“ Es wurde auch ein eigenes „Campus Communications Team“ zusammengestellt, das alle Mitglie-

der der Organisation vertritt. So wurde gewährleistet, dass bereits frühzeitig Anliegen der Kollegen berücksichtigt und in das Gesamtkonzept integriert wurden. Was es uns im Fall moonwalker vielleicht etwas leichter gemacht hat, ist die Tatsache, dass wir einen qualitativ sehr hochwertigen Standort mit einem sehr attraktiven Umfeld gewählt haben. Schlussendlich war es für alle Companies ein echter Schritt nach vorne.

Das Thema „Open Space“ war natürlich ein großes Thema bei einigen Mitarbeitern. Ich glaube man kann rückblickend sagen, dass viele Mitarbeiter schlussendlich positiv überrascht waren, wie wenige Nachteile und wie viele Vorteile Open Space eigentlich hat. Ganz wichtig ist auch den Mitarbeitern zu erklären, warum so ein „Change“ gewünscht und auch notwendig ist. Es muss dann auch dafür Sorge getragen werden, dass ein Change wirklich positiv ist, damit die Mitarbeiter den Benefit aus einem Wechsel wahrnehmen können.

Was waren aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen bei diesem Projekt?

Gerber: Zwei Bereiche waren auf jeden Fall eine Herausforderung. Erstens war es schwer abschätzbar, wie komplex und langfristig ein Bauvorhaben bzw. die

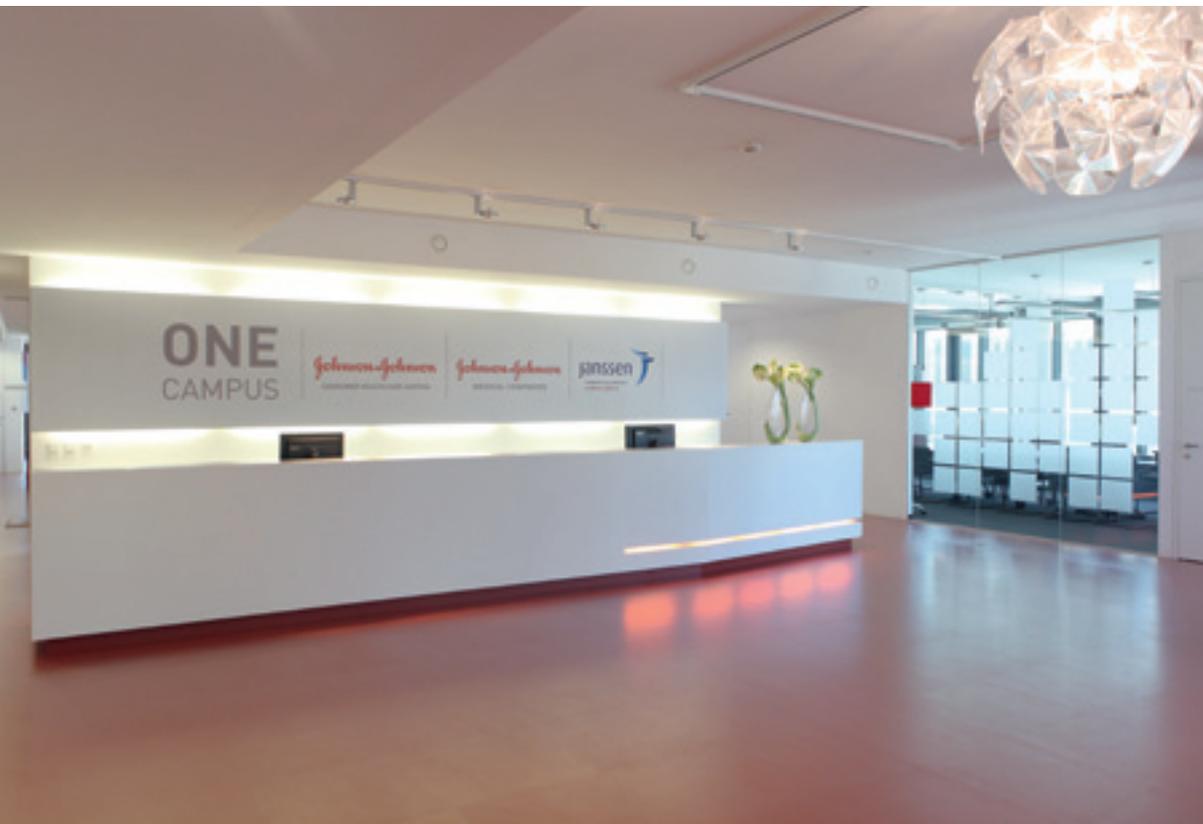
Neuausstattung eines Büros ist. Ich habe da unterschätzt, wie viel Arbeit und zeitliches Ausmaß so ein Vorhaben erfordert.

Und zweitens, wie komplex einige Detailfragen werden können, an die man im Vorhinein gar nicht denkt, wie zum Beispiel das Thema IT. Welche internen Prozesse muss ich mit der externen Welt abgleichen, um zu einem Ergebnis zu kommen? Entscheidend ist die Frage, ob ich wirklich an alle wichtigen Fragen gedacht habe. Eine frühzeitige Einbindung der IT seitens des Konzerns würde ich auf jeden Fall in Zukunft früher forcieren. Wir haben vielleicht ein bisschen unterschätzt, wie komplex teilweise die internen Abstimmungsprozesse sein können.

Positiv überrascht hat mich die sehr gute Abstimmung seitens der drei Companies. Es wurde sehr schnell und effizient ein gemeinsamer Konsens gefunden. Da hat es einfach einen gemeinsamen Spirit gegeben: „We have to do it, and we can do it!“

Johnson & Johnson ist ein globaler Konzern mit weltweiten Niederlassungen. Wie wurde das neue Büro international seitens des Konzerns aufgenommen?

Gerber: Extrem positiv! Man kann schon sagen, dass das ONE CAMPUS-Konzept



Fotos: Nenad

hier in Wien das ist, wo die Firma global hin will. Dabei wurden auch viele Detailkonzepte neu entwickelt und umgesetzt wie z. B. die Offenheit, das gemeinsame Branding, die gemeinsam genutzte Infrastruktur sowie die Möglichkeit, durch flexible Arbeitsplatzgestaltung auf weiteres Wachstum reagieren zu können. In vielen Bereichen ist dieses Office-Konzept absolut zukunftsfähig und zukunftsweisend. Man kann sicherlich von einer neuen Benchmark innerhalb des Konzerns sprechen.

Was hat Sie persönlich bei der Standortverlegung besonders positiv überrascht und womit haben Sie überhaupt nicht gerechnet?

Gerber: Positiv war auf der einen Seite von der Planung und Umsetzung, dass wir im Budget und im Zeitplan geblieben sind. Der Mythos, dass man immer über dem Budget liegt und den Zeitplan nie einhalten kann, ist nicht der Fall gewesen. Positiv ist auch das Feedback, das wir schlussendlich bekommen haben, nachdem es besonders anfangs mehrere kritische Stimmen gab. Im Nachhinein ist die Grundstimmung der Mitarbeiter auf jeden Fall sehr positiv. Überrascht hat mich auf jeden Fall die Komplexität einiger Detailthemen wie zum Beispiel die Informationstechnik.

Inwiefern hat aus Ihrer Sicht T.O.C. zum Gelingen der Standortverlegung beigetragen?

Gerber: T.O.C. war natürlich für uns ein ganz wichtiger Partner in dem Prozess, um überhaupt Verständnis dafür zu gewinnen, was eine Firma wie Johnson & Johnson in Zukunft braucht, angefangen von der ursprünglichen Planung des Bürokonzeptes bis hin zur Umsetzung.

Es gilt natürlich auch sicherzustellen, dass mit dem Bauträger das Timing und das Budget eingehalten werden. Aus meiner Sicht hat das die Firma T.O.C. sehr erfolgreich gemacht! Wir haben hier einen tollen Standort mit einem sehr hochwertigen Bürokonzept kreiert, zu absolut realistischen und guten Kosten innerhalb des vorgegebenen Zeitplanes. Ich glaube, da kann man schon sagen, dass die Zusammenarbeit sehr erfolgreich war.

Was mir aus Sicht des Projektmanagements noch besonders positiv in Erinnerung ist, dass an kritischen Punkten das Projektmanagement von T.O.C. die Führung übernommen hat und klar kommuniziert hat, was möglich ist und was nicht. Es gab stets eine gewisse Flexibilität da, wo es möglich war, aber auch eine Firmness bei wichtigen Entscheidungen, um weiter zu gehen. Das war eine gute

Balance seitens des Projektmanagers, die uns geholfen hat, auf der einen Seite vorwärts zu kommen und auf der anderen Seite Dinge noch zu verbessern, da wo es möglich war.

Was würden Sie Unternehmen, die eine Standortverlegung planen, raten und welche Erfahrungen nehmen Sie persönlich aus diesem Projekt mit?

Gerber: Es muss möglichst früh eine grundsätzliche Entscheidung über den Rahmen, den Umfang, die Kosten und den groben Terminplan getroffen werden, um dann dem Projektteam den Rücken freihalten zu können, das Projekt umzusetzen.

Das Thema Change Management ist ebenfalls besonders wichtig, insbesondere je größer die Veränderung für die Mitarbeiter ist. Es ist wichtig, im Vorhinein die Mitarbeiter bewusst einzubeziehen und die Kommunikationspunkte klar zu definieren, damit Ängste genommen werden und eine positive Stimmung entsteht.

Persönlich nehme ich die Erfahrung mit, dass nicht immer alle Dinge, die man selbst als einfach einschätzt, auch einfach sind.

Vielen Dank für das Gespräch!

ONE CAMPUS

Das Bürokonzept

DURCH T.O.C. DURCHGEFÜHRTE STRATEGISCHE WORKSHOPS MIT DER PROJEKTGRUPPE UND EINEN PERFEKT VORBEREITETEN UND UMGESETZTEN CHANGE-MANAGEMENT-PROZESS KONNTE FÜR ONE CAMPUS EIN NACHHALTIGES UND VISIONÄRES OFFICE CONCEPT UMGESETZT WERDEN.



DORIS WINKLER
General Manager
Johnson & Johnson
Medical Austria.

Foto: Beigestellt

Die beiden Architekten von T.O.C. haben allen – von der ersten Stunde an – das Standortkonzept positiv und überzeugend nähergebracht.

Doris Winkler

Es wurden die drei Companies Johnson & Johnson Medical, Johnson & Johnson Consumer und Janssen-Cilag am Standort zum ONE CAMPUS zusammengeführt. Wie funktioniert das neue Miteinander am ONE CAMPUS?

Winkler: Schritt für Schritt finden die drei Companies zusammen und nützen die Synergien. Das Open-Space-Konzept ermöglicht ein offenes Miteinander-Arbeiten, die großzügige Cafeteria wird von allen Mitarbeitern der drei Companies intensiv genutzt.

Johnson & Johnson hat zusammen mit T.O.C. viel Energie in die Planung des neuen Bürokonzeptes investiert. Dabei wurde viel Augenmerk auf Kommunikation, Transparenz, Flexibilität und Mitarbeiterakzeptanz gelegt. Mittlerweile sind zirka fünf Monate nach dem Einzug vergangen. Wie lebt sich das geplante Konzept nun in der Realität?

Winkler: Die Teamzonen und die Küchen sind Zentren der Kommunikation, die „offenen“ Arbeitsplätze ermöglichen ein schnelles und effizientes Miteinander-Arbeiten und erleichtern den Austausch untereinander. Interessant wird jetzt noch die warme Jahreszeit, wenn die Balkone und der Campus von den MitarbeiterInnen genutzt werden können.

Was waren aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen bei der Umsetzung des Projektes?

Winkler: Die größte Herausforderung war und ist das Zusammenführen von drei Companies, somit dreier unterschiedlicher Kulturen, an einem gemeinsamen Standort.

Johnson & Johnson wurde während der gesamten Standortverlegung vom ersten Konzept bis zur Mängelabnahme von T.O.C. beraten. Worin liegt aus Ihrer Sicht der Vorteil bei der Zusammenarbeit mit externen Beratern?

Winkler: Externe Berater nähern sich dem Projekt emotionslos und gestatten sich die Sicht von außen.

T.O.C. hat mit Johnson & Johnson in der Planung viel Augenmerk auf hochwertige Produkte und ansprechende Gestaltung gelegt. Ziel war es, ein Büro „zum Wohlfühlen“ zu schaffen. Wie zufrieden sind Sie mit dem Ergebnis?

Winkler: Wir produzieren und vertreiben hochwertige Produkte, daher war es oberste Priorität, unseren MitarbeiterInnen ein Büro mit hochwertiger Ausstattung zur Verfügung stellen zu können, ein lebenswertes Büro zu schaffen.

Was hat Sie persönlich bei der Standortverlegung besonders positiv überrascht und womit haben Sie überhaupt nicht gerechnet?

Winkler: Besonders positiv wurde von uns allen das tolle Ambiente des Standortes angenommen. Die Weitläufigkeit innerhalb der Büros hat allerdings alle positiv überrascht, am Plan hat das Raumgefüge etwas enger ausgesehen.

Inwiefern hat aus Ihrer Sicht T.O.C. zum Gelingen der Standortverlegung beigetragen?

Winkler: Die beiden Architekten von T.O.C. haben allen – von der ersten Stunde an – das Standortkonzept positiv und überzeugend nähergebracht.

Was würden Sie Unternehmen, die eine Standortverlegung planen, raten und welche Erfahrungen nehmen Sie persönlich aus diesem Projekt mit?

Winkler: Es ist unabdingbar, eine Standortverlegung eines Unternehmens in kompetente, externe Hände zu geben. Als persönliche Erfahrung habe ich gelernt, dass sich die wahre Größe des Projektes erst im Laufe der Zeit wirklich zeigt.

Vielen Dank für das Gespräch!



Bei unserem alten Standort haben wir natürlich auch regelmäßig Kunden eingeladen, aber hier am neuen Standort kann ich sagen, dass ich das mit mehr Stolz tue.

Dr. Erich Eibensteiner

Mitarbeiterakzeptanz

Als Team zum Erfolg

DIE MITARBEITER VON JOHNSON & JOHNSON WURDEN VON DER GESCHÄFTSFÜHRUNG VON ANFANG AN IN DIE PLANUNG DER NEUEN BÜRORÄUMLICHKEITEN EINGEBUNDEN.



Foto: Beigestellt

DR. ERICH EIBENSTEINER
Geschäftsführung
Janssen-Cilag Pharma.

Johnson & Johnson zählt zu den besten Arbeitgebern Österreichs. Was macht einen Arbeitgeber zu einem guten Arbeitgeber?

Eibensteiner: Ein Punkt, in dem man sich von der Konkurrenz unterscheiden kann, sind die Mitarbeiter. Damit Mitarbeiter gerne und auch effizient arbeiten, ist es essenziell wichtig, dass sie sich im Unternehmen wohlfühlen, dass auf ihre Bedürfnisse Rücksicht genommen wird und dass sie gehört werden. Ein wesentlicher Motivationsfaktor ist die Interaktion mit Kollegen. Insofern sollte auch das Büroumfeld diese Interaktion optimal unterstützen. Was ich auf jeden Fall hier am neuen Standort feststellen konnte, ist, dass sich neue Kollegen sehr schnell in dem neuen Umfeld integrieren und Teil des Teams werden. Wir legen weiters darauf Wert, dass eine Leistung selten nur eine Einzelleistung ist, sondern dass meist das Team gemeinsam erfolgreich ist.

Es sind zirka fünf Monate nach dem Einzug vergangen. Was sind aus Ihrer Sicht die größten Vorteile des neuen Büros? In welchen Bereichen sind Verbesserungen spürbar?

Eibensteiner: Das Gefühl und Ambiente ist einfach hier am neuen Standort ein anderes: Es ist hell, offen und man hat das Gefühl, man geht in eine moderne und pulsierende Firma. Beim Betreten des neuen Büros werden positive Emotionen freigesetzt und „die Kraft des Konzerns“ wird spürbar.

Im Bürokonzept wurden sogenannte „Teamzonen“ entwickelt. Die Aufgabe der Teamzonen ist es einerseits die Teamablage zu zentralisieren, andererseits dient sie als Kommunikationspunkt für die Mitarbeiter.

Wie werden die Teamzonen von den Mitarbeitern angenommen?





Foto: Nenad

Eibensteiner: Mein Eindruck ist, dass die Teamzonen bereits gut angenommen werden. Es ist ein sehr gelungenes Konzept, um sich in Arbeitsplatznähe schnell und unkompliziert mit Kollegen austauschen zu können. Die Gestaltung ist sehr gut gelungen und lockert die Atmosphäre im Büro auf. Die Teamzonen sind in gewisser Weise ein Katalysator, der Prozesse leichter in Gang bringt. Manche formelle Meetings werden ersetzt.

Johnson & Johnson ist ein Konzern mit einer intensiven „Meeting-Kultur“. Es wurde am ONE CAMPUS für alle drei Companies ein gemeinsames Conference Center geplant. Wie bewährt sich das neue Conference Center?

Eibensteiner: Das Conference Center sowie die gemeinsame Rezeption sind repräsentativ, ohne übertrieben zu wirken. Bei unserem alten Standort haben wir natürlich auch regelmäßige Kunden ein-

geladen, aber hier am neuen Standort kann ich sagen, dass ich das mit mehr Stolz tue.

Die Büroarbeit war in den letzten Jahren großen Veränderungen unterworfen. Die Arbeitswelt wurde dynamischer, mobiler und flexibler. Wie wird sich aus Ihrer Sicht die Zukunft der Arbeit in großen Konzernen entwickeln?

Eibensteiner: Einerseits wird die Arbeitswelt immer zersplitterter, flexibler und diverser. Arbeit und Freizeit vermischen sich immer mehr. Wenn ein Kollege heutzutage nicht an seinem Platz sitzt, heißt das nicht, dass er nicht arbeitet. Andererseits bin ich davon überzeugt, dass es immer den persönlichen Kontakt zu den Kollegen braucht. Es ist wichtig, eine gemeinsame „Homebase“ zu haben. Für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit muss man sich auch kennen und spüren können und das ist hier in unserem

neuen offenen Umfeld sehr gut möglich. Auch wenn man nicht jeden Tag im Büro ist, kann man in kurzer Zeit den persönlichen Kontakt zu den Kollegen aufnehmen und sich informell und unkompliziert austauschen.

Was würden Sie Unternehmen, die eine Standortverlegung planen, raten und welche Erfahrungen nehmen Sie persönlich aus diesem Projekt mit?

Eibensteiner: Wichtig ist eine frühe und umfassende Information der Mitarbeiter. Insbesondere ist auch wichtig zu kommunizieren, welche Informationen derzeit noch unbekannt sind, da man ansonsten immer mit Mutmaßungen zu kämpfen hat. Die Sorgen und Anliegen der Mitarbeiter müssen ernst genommen werden und man muss stets versuchen, im geeigneten Maße darauf einzugehen.

Vielen Dank für das Gespräch!

Foto: Beigestellt



Als Projektmanager für Janssen-Cilag Pharma war ich im Zuge des Campus-Projektes für die Planung und Implementierung des IT- und Multimedia-Konzeptes verantwortlich. Unsere Zielsetzung war es, ein technologisch ausgereiftes Umfeld zu schaffen, dessen einzelne Komponenten sich nicht in den Mittelpunkt des Office-Konzeptes stellen, sondern wie selbstverständlich die tägliche Kommunikation vereinfachen und unterstützen. Eine der Herausforderungen bei der Erreichung dieses Zieles war es, die Vorstellungen aller drei Johnson & Johnson Companies unter Einhaltung verschiedener konzerninterner Standards in die Planung zu integrieren. T.O.C. hat uns dabei mit fundierter Expertise in allen Projektabschnitten unterstützt und entscheidend mitgewirkt, alle terminlichen und fachlichen Vorgaben zu erfüllen.



Harry Maierhofer
Project Manager
Janssen-Cilag Pharma







Foto: Beigestellt



Bei der Übersiedelung in unser neues Bürogebäude hatte ich die Projektleitung für den Geschäftsbereich Johnson & Johnson Medical inne.

Der Standortwechsel war ein komplexes Projekt. Um unsere Kunden auch in dieser Zeit optimal versorgen zu können, musste gewährleistet sein, dass einerseits am alten Standort bis kurz vor dem Umzug noch alles funktioniert und andererseits, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Arbeit am neuen Standort möglichst schnell wieder aufnehmen können. Herausfordernd war auch die logistische Verknüpfung der drei Companies, die alle „ein Eigenleben“ besaßen. Notwendige Abstimmungen gab es z. B. bei der Rezeption, der Reinigung, beim Bürobedarf und bei der Auswahl der Getränke für die Kolleginnen und Kollegen. Da sind drei Welten aufeinander getroffen ...

Die Zusammenarbeit mit der T.O.C. war sehr angenehm. Die Mitarbeiter der T.O.C. gaben uns mit ihrem Umzugskonzept den Ablauf und die grundlegenden Schritte vor, beantworteten unsere Fragen und halfen uns so, den Umzug erfolgreich abzuwickeln. Generell sollten Firmenumzüge längerfristig geplant und vorbereitet werden. Je kürzer die Zeit bis zur Übersiedlung ist, desto straffer muss der Zeitplan organisiert sein. Es hat sich gezeigt, dass das Involvierem und die Aufgabenverteilung auf mehrere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Voraussetzung für eine gute Projektabwicklung ist.



Sabine Judt
Facility Supervisor





Foto: Beigestellt



Innerhalb des ONE CAMPUS-Projektes war ich für das gesamte Projekt-Controlling verantwortlich. Unser Vorhaben – die Zusammenlegung aller drei österreichischen Johnson & Johnson-Tochterunternehmen an einen gemeinsamen neuen Standort – hat schnell eine für uns ungewohnte Größenordnung und Komplexität erreicht. Besonders wertvoll war dabei für mich die Unterstützung durch T.O.C. in den Bereichen Kostenplanung und -kontrolle, Ausschreibung und Vergabe.

Durch das breite Netzwerk an potenziellen Auftragnehmern und die Expertise von T.O.C. im Einkauf war es möglich, allen Anforderungen an unser neues Office-Konzept gerecht zu werden und gleichzeitig die Investitionen im geplanten Rahmen zu halten. Die Zusammenarbeit war dabei zu jedem Zeitpunkt geprägt von großer Flexibilität und Professionalität.

Ich kann jedem Unternehmen nur empfehlen, auf das Know-how von Experten zurückzugreifen, wenn es darum geht, Ausschreibung und Vergabe professionell und effizient abzuwickeln.



Mag. Andrea Schoderböck
Financial Analyst



Foto: Beigestellt



In der Funktion als Betriebsrat war ich Mitglied im „Campus Communication Team“. Dieses Team bestand aus Mitgliedern aller drei Sektoren und war aktiv in der Zusammenarbeit mit dem Projekt- und dem Architektenteam für das neue Office beteiligt. Viele kleinere und größere Herausforderungen wurden gelöst, die größte bestand sicherlich darin, die unterschiedlichen Bedürfnisse aller drei Companies auf einen gemeinsamen und für alle zufriedenstellenden Nenner zu bringen. Das ist im Großen und Ganzen auch geglückt, dies zeigt auch das Endergebnis: Es gibt immer wieder Überraschungen, sowohl positiver als auch negativer Natur. Bei den negativen Ergebnissen sind wir mit allen Verantwortlichen proaktiv am Erarbeiten von Lösungen.

Die Zusammenarbeit mit T.O.C. war professionell und sehr engagiert, viele Fragen wurden geduldig beantwortet. Besonders wichtig war für mich als Betriebsrat das aktive Einbinden der MitarbeiterInnen von Anfang an, damit hatte jede(r) Einzelne auch das Gefühl der Wertschätzung seitens der Firma und die Gerüchteküche war nicht am Brodeln.



Gabriele Grois
*Betriebsratsvorsitzende der
Johnson & Johnson Medical GmbH*

Foto: Beigestellt



MAG. SABINE ULLRICH
Geschäftsführung IC Projektentwicklung
Vermieter des BIZ ZWEI.

T.O.C. kann durch gut gesteuertes Projektmanagement potenzielle Schwierigkeiten früh erkennen und Lösungen gemeinsam mit dem Vermieter erarbeiten.

Mag. Sabine Ullrich

Zeit- und Kostenoptimierung

Die Bauherrenvertretung

ALS SACHWALTER DES AUFTRAGGEBERS IST ES DIE AUFGABE VON T.O.C., DAS BESTE ZUM BESTEN PREIS ZU BEKOMMEN! IN EINER STRATEGISCH GUTEN ZUSAMMENARBEIT MIT DEM VERMIETER SPART MAN DEM BAUHERREN UNGLAUBLICH VIEL ZEIT UND GELD, FINDET ABER BEI RECHTZEITIGER PLANUNG AUCH KOSTENSCHONENDE UMBAUMASSNAHMEN FÜR DEN VERMIETER.

Johnson & Johnson ist ein weiterer namhafter Mieter im VIERTEL ZWEI. Das VIERTEL ZWEI ist insgesamt betrachtet eines der erfolgreichsten Developments in Wien. Was sind aus Ihrer Sicht die Gründe für diesen großen Erfolg?

Ullrich: In erster Linie zeichnet sich das VIERTEL ZWEI durch die außergewöhnliche Lage aus. Wir sind einerseits ganz in der Nähe des Naherholungsgebiets des Grünen Praters und andererseits mit der U-Bahn direkt an das Stadtzentrum angebunden.

Der zweite Punkt ist sicherlich die architektonische Qualität. Es haben drei außergewöhnliche Architektenteams, nämlich Martin Kohlbauer, Henke Schreieck bzw. Zechner & Zechner, die Gebäude geplant. Die außen spürbare architektonische Qualität findet sich auch im Gebäudeinneren wieder, das darüber hinaus auch funktional, überdurchschnittlich flächenwirtschaftlich und flexibel gestaltet ist.

Der dritte Erfolgsfaktor ist auf jeden Fall der Außen- und Freiraum, der das VIERTEL

ZWEI einmalig macht. Es ist nicht selbstverständlich für einen Developer, den Außenraum in solch einer Dimension und Qualität zu planen und dann auch mit einem 5.000 Quadratmeter großen See als Herzstück zu verwirklichen.

Was muss aus Ihrer Sicht ein Vermieter einem internationalen Mieter bieten können? Was sind die häufigsten Leistungen bzw. Gebäudekriterien, die von internationalen Mietern nachgefragt werden?

Ullrich: Neben den wirtschaftlichen Parametern wie Miete schauen internationale Mieter von Konzernseite her sehr stark auf die Hardfacts wie Flächenwirtschaftlichkeit, haustechnische Ausstattung, Brandschutz (vor allem US-amerikanische Unternehmen), Zertifizierungen über die Nachhaltigkeit des Gebäudes sowie Betriebskosten.

Auf internationaler Seite werden solche Entscheidungen eher „zahlenlastig“ und nach Checklisten entschieden. Auf nationaler Ebene kommt dann oft noch der emotionale Faktor dazu, und es werden

ebenfalls die Softfacts der Immobilie und des Standorts als Entscheidungskriterien herangezogen: „Wie ist das Image der Location?“, „Fühle ich mich an diesem Standort wohl?“, „Was kann ich meinen Mitarbeitern bieten?“. Softfacts, die man nur schwer in Zahlen gießen kann, die aber durchaus ausschlaggebend sein können bei einer finalen Entscheidung. Mit den Softfacts im VIERTEL ZWEI unterscheiden wir uns klar vom Mitbewerb.

Gibt es so etwas wie einen allgemeinen Trend bei internationalen Büromietern? Was wird in Zukunft noch wichtiger, wenn man eine Büroimmobilie entwickelt?

Ullrich: Das Thema Nachhaltigkeit wird in Zukunft noch stärker nachgefragt werden. Das BIZ ZWEI ist nach ÖGNI Silber zertifiziert. Wir merken diesen Trend nicht nur bei den Mietern, sondern auch auf der Investorensseite. Es gibt zum Beispiel mittlerweile Fonds, die nur Gold zertifizierte Gebäude in ihr Portfolio aufnehmen. Ansonsten ist das Thema „Mitarbeiter und was kann ich meinen Mitarbeitern bieten“ bei internationalen

Konzernen immer wichtiger. Die Frage ist, wie realisiert man Arbeitsplatzqualität und Mitarbeiterbindung bei gleichzeitiger Funktionalität und Flächeneffizienz.

T.O.C. war als Bauherrenvertreter tätig und fungierte sozusagen in einer Schnittstellenfunktion zwischen Johnson & Johnson und IC Projektentwicklung als Vermieter. Damit war T.O.C. in Fragen der Planung und Ausführung erster Ansprechpartner für den Vermieter. Wo liegen aus Ihrer Sicht die Vorteile für den Mieter respektive die Vorteile für den Vermieter an dieser Konstellation?

Ullrich: Viele Mieter ziehen, wenn überhaupt, durchschnittlich alle sieben bis zehn Jahre um, und es ist normalerweise nicht das Core-Business eines Unternehmens, eine Büroplanung oder einen Büroausbau zu steuern und zu koordinieren. Von daher ist es für Mieter und Vermieter wertvoll, wenn man diese Schnittstelle professionell schaltet. Wir als Vermieter sind immer dankbar, wenn Mieter sich professionelle Unterstützung holen. Im Regelfall können durch die richtige Planung und Bedarfserhebung auch erhebliche Kosten und Frust eingespart bzw. minimiert werden.

Bei einem oft terminkritischen Mieterausbau gilt es Kosten, Termine, Qualitäten und Freigabeläufe einzuhalten. Ein Berater wie T.O.C. kann durch gut gesteuertes Projektmanagement potenzielle Schwierigkeiten früh erkennen, Lösungen gemeinsam mit dem Vermieter erarbeiten und auch die dafür notwendigen Entscheidungen auf Mieterseite rasch herbeiführen.

Die Belegungsplanung an und für sich ist außerdem nicht Kernkompetenz des Vermieters. Die funktionalen Abläufe eines Unternehmens zu hinterfragen, eventuell eine neue Bürostruktur gemeinsam mit dem Mieter zu erarbeiten und in einer Planung umzusetzen, ist eine oft unterschätzte Aufgabe. Ein neuer Bürostandort ist in den meisten Fällen auch ein Change-Management-Prozess hin zu einer optimierten Bürostruktur samt optimierten Unternehmensabläufen. Ich kann die Einbindung eines Beraters nur jedem Mieter empfehlen.

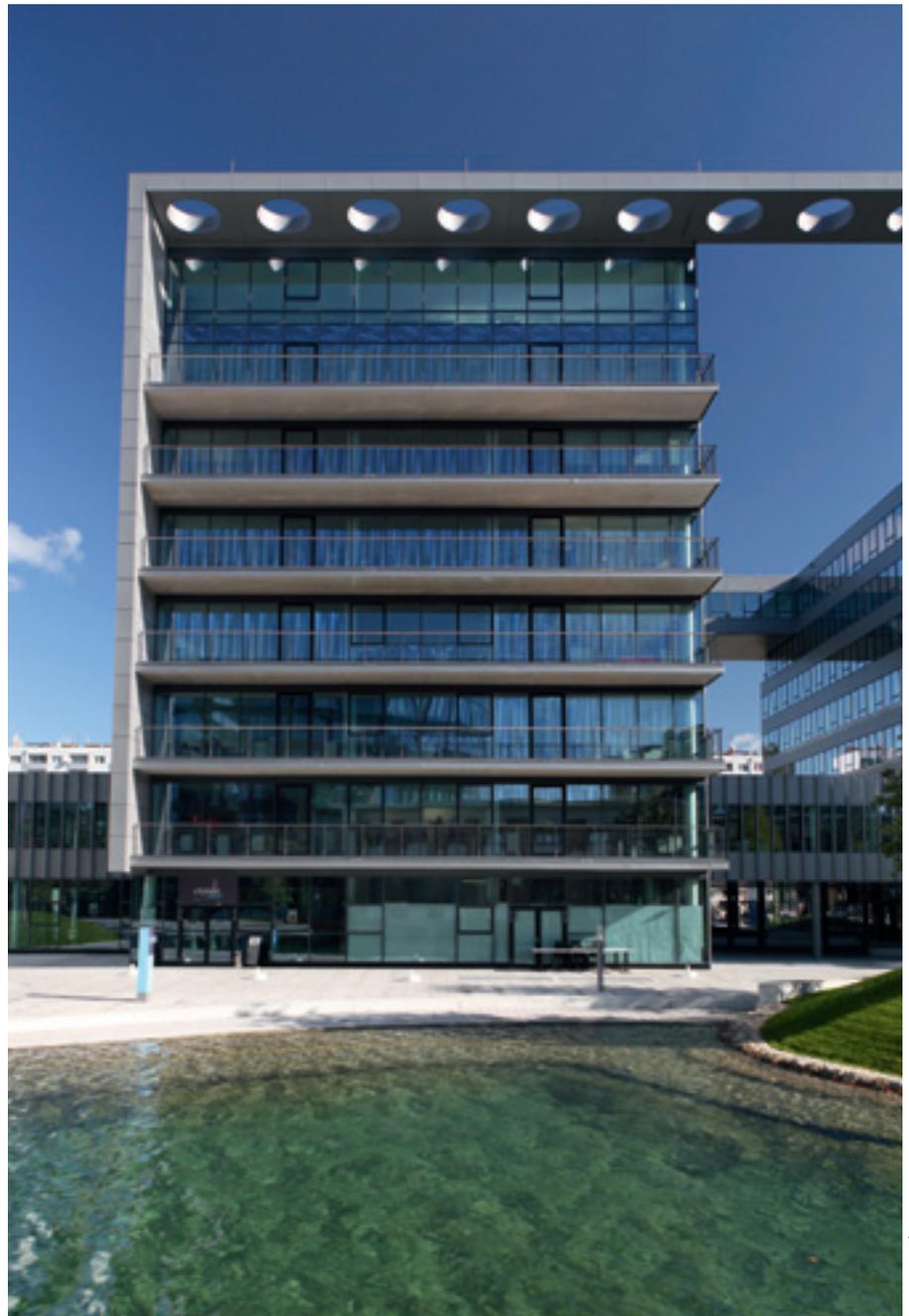


Foto: Nenad

T.O.C. hat mit Johnson & Johnson ein neues Bürokonzept mit vielen offenen und transparenten Bereichen verwirklicht. Wie sind Sie als Vermieter mit dem Ergebnis zufrieden?

Ullrich: Am wichtigsten ist natürlich, dass der Mieter mit dem Endergebnis zufrieden ist. Selbstverständlich freut es uns als Projektentwickler, wenn das Konzept des Hauses richtig verstanden wird, nach innen transportiert und sich in der mieterspezifischen Belegungsplanung wiederfindet.

Wenn der Belegungsplaner das Konzept des Hauses, die architektonische Sprache des Hauses versteht und sich die Anforderungen des Mieters an sein neues Büro wie selbstverständlich und schlüssig im Grundriss wiederfinden, dann harmoniert die Architektur des Hauses mit der Belegungsplanung des Mieters. Das ist aus meiner Sicht bei Johnson & Johnson sehr gut gelungen. Diese Offenheit und Transparenz passt gut zum Haus sowie zu Johnson & Johnson.

Vielen Dank für das Gespräch!

Impressionen



Foto: Nenad

Chill-out Area
auf den ONE
CAMPUS-
Etagen.

Die Firma Tecno Office Consult entwickelte gemeinsam mit der Projektgruppe ONE CAMPUS ein visionäres Einrichtungskonzept mit einer perfekt abgestimmten Corporate-Design- und Interior-Design-Philosophie, aufbauend auf dem aktuellen und zukünftigen Raumbedarf der Firmengruppe.

In einem sehr hohen Maß im Bereich Mitarbeitereinbindung und Mitarbeiterakzeptanz wurden die Bedürfnisse der einzelnen Abteilungen und Mitarbeiter erhoben, diskutiert und nach Auslobung im Planungsprozess berücksichtigt. Die Ergebnisse dieser Erhebungen finden sich auch im Interior-Design-Konzept wieder – Abbildung von Bedarf in Fläche = von innen nach außen planen!

Eine Baustellen-Party vor Umzug aller Firmen am neuen Standort, die Installation eines Musterbüros und Vorstellung des neuen Bürokonzeptes am neuen Standort sowie ein perfektes Mitarbeiter-Informationsmanagement während der einzelnen Projektschritte brachte

eine maximal Benchmark an Mitarbeiterzufriedenheit.

Das neue Bürokonzept ONE CAMPUS wurde vom Management nicht nur mitentwickelt, sondern wird auch in einem hohen Maß an Transparenz und persönlicher Präsenz vom Management gelebt. Alle Sonderbereiche wie Recreation Areas, Thinktanks, Flex Office, Canteen, Conference etc. werden von den Mitarbeitern wie auch vom Management gleichwertig genutzt.

Das Open Space Concept – Flex Office wird am Standort ONE CAMPUS nicht nur präsentiert, sondern von der Firmengruppe vorbildlich gelebt.



Fotos: Nenad + T.O.C.

Foto: Tecno Office Consult



MARKUS KORBELIK
Senior Consultant Tecno Office Consult
Projektleitung Projekt moonwalker.

Entscheidend ist, alle Umzugsparameter und Zeitparameter eines Unternehmens zu kennen & diese in Kategorien einzustufen, um frühzeitig potenzielle Risiken zu erkennen.

Markus Korblik

Management

Durch strikte Vorgaben zum reibungslosen Ablauf

MARKUS KORBELIK, SENIOR CONSULTANT DER TECNO OFFICE CONSULT, ZUR STANDORTVERLEGUNG VON JOHNSON & JOHNSON.

Sie waren Projektleiter für die Bereiche Multimedia, Möblierung, Ausschreibungssteuerung und Umzugsmanagement. Wo lagen für Sie die größten Herausforderungen in diesem Projekt?

Korblik: Aus meiner Sicht war die größte Herausforderung, alle Gewerke in der kurzen Ausbaizeit unter einen Hut zu bringen. Während in einigen Bereichen schon Bürobetrieb war, wurde anderenorts noch ausgebaut. Die fristgerechte Fertigstellung gelang uns durch einen sehr eng abgestimmten Anlieferungs- und Ausbauplan, an den sich die ausführenden Firmen auch strikt gehalten haben. Für diesen reibungslosen Ablauf möchte ich mich auch an dieser Stelle mal bei allen Unternehmen nochmals bedanken.

Johnson & Johnson verfügt über ein ausgeklügeltes Multimedia-Konzept. Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Fakto-

ren bzw. Bestandteile einer zeitgemäßen Multimedia-Ausstattung?

Korblik: Das Wichtigste ist den Nutzern die Scheu vor Multimedia zu nehmen. Entscheidend ist, die verschiedenen Medientypen so zu vereinheitlichen, dass in jedem Raum, egal ob Beamer oder Flatscreen, die Handhabung immer gleich ist. Der Nutzer soll in ein Besprechungszimmer kommen, sein Notebook anschließen und ohne Fernbedienung und andere Controller präsentationsbereit sein. Nur wenn Multimedia unkompliziert und einfach ist, wird sie wirklich angenommen.

Sie haben höchst erfolgreich den Umzug koordiniert. Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Faktoren eines erfolgreichen Umzuges?

Korblik: Entscheidend ist, alle Umzugsparameter und Zeitparameter eines Unternehmens zu kennen und diese in Kategorien einzustufen, um frühzeitig potenzielle Risiken zu erkennen. Das bedeutet eine intensive Auseinandersetzung mit dem Projekt im Vorfeld.

Bei einem Umzug dieser Größenordnung müssen die Mitarbeiter gut auf den Um-

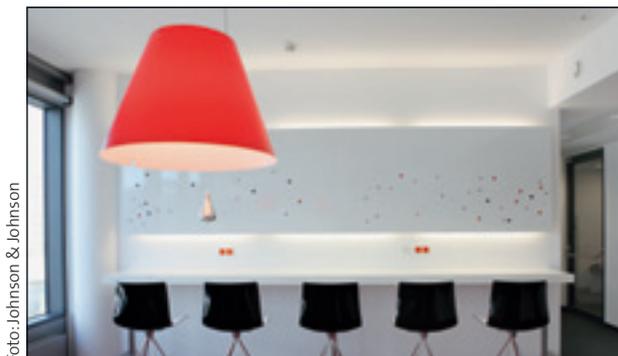
zug vorbereitet werden. Ein detailliertes Umzugshandbuch und Schulungen sind unerlässlich. Aus meiner langjährigen Erfahrung bei Umzügen kann ich jedem Unternehmen nur raten, sich für einen Umzug professionelle Unterstützung zu nehmen, da dies ein Fulltime-Job ist und etliche Gefahren birgt.

Eine gute Ausschreibung kann viel Geld für den Kunden sparen. Wie ist aus Ihrer Sicht dieser Prozess beim Projekt moonwalker gelaufen und was sind aus Ihrer Sicht die Bestandteile einer erfolgreichen Ausschreibung?

Korblik: Ausschreibung und Vergabe sind im Projekt moonwalker nahezu perfekt gelaufen. Wir haben alle Budget-Vorgaben eingehalten bzw. unterschritten. Durch die dynamisch strukturierte Ausschreibung nach Lösen und gutes Verhandeln konnten wir für Johnson & Johnson sehr gute Preise erzielen. Grundvoraussetzung für eine gute Ausschreibung ist jedoch, dass man auch wirklich weiß, welche Produkte man will und welche Produkte man sich leisten kann. Die Phase der Produktfindung und Produktdefinition erfordert viel Erfahrung und Know-how.

Vielen Dank für das Gespräch!





Der wichtigste Schritt bei der Entwicklung des Interior Designs war es, den Anspruch seitens Johnson & Johnsons an ihr neues Büro auf den Punkt zu bringen.

Dipl.-Ing. Architekt Christian Pistauer

Projektleitung

Souveräne Umsetzung trotz komplexer Entscheidungsprozesse

CHRISTIAN PISTAUER, SENIOR CONSULTANT DER TECNO OFFICE CONSULT, ZUR STANDORTVERLEGUNG VON JOHNSON & JOHNSON.



DIPL.-ING. CHRISTIAN PISTAUER
Senior Consultant Tecno Office Consult
Gesamtleiter Projekt moonwalker.

Sie waren als Projektleiter für die gesamte Projektabwicklung vom ersten Konzept bis zur Mängelabnahme für das Projekt verantwortlich. Wo lagen für Sie die größten Herausforderungen bei dem Projekt?

Pistauer: Aus meiner Sicht liegt die größte Herausforderung in einem Projekt dieser Größenordnung darin, stets den Gesamtüberblick gut im Auge zu haben. Speziell war beim Projekt moonwalker der Umstand, dass ein internationaler Konzern wie Johnson & Johnson teilweise sehr komplexe Entscheidungsprozesse hat. Wir waren da als externe Berater teilweise stark gefordert, die konzerninternen Richtlinien und Vorgaben effizient zu filtern und zeitgerecht in eine gebaute Realität umzusetzen.

Auf den Punkt gebracht kann man vielleicht sagen, dass die größte Herausforderung im Prozessmanagement der Entscheidungswege lag. Insgesamt war das Projekt ein großer Erfolg, wir hatten stets eine sehr gute Stimmung im Pro-

jektteam und das Projekt wurde schlussendlich gemeinsam souverän umgesetzt. Vielen Dank an dieser Stelle auch an alle Projektbeteiligte seitens Johnson & Johnson bzw. IC Projektentwicklung.

Ein gutes Bürokonzept ist der Grundstein für ein erfolgreiches Projekt. Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Bestandteile eines guten Bürokonzeptes und wie wurden diese beim Projekt moonwalker umgesetzt?

Pistauer: Der wichtigste Teil eines erfolgreichen Bürokonzeptes ist, dass das Top-Management zu 100 Prozent zu dem Projekt steht, das Projekt vorbildhaft mitträgt und dies den Kollegen vorlebt. Dabei ist entscheidend, dass man sich am Anfang eines Projektes prinzipiell mal auch gegenüber eher „unkonventionellen“ Konzepten aufgeschlossen zeigt, um so wirklich die gesamte Palette der Möglichkeiten auszuloten und so eventuell wirklich etwas revolutionär anderes und besseres zu bekommen. Wenn



Foto: Bene

dann am Ende ein „klassisches“ Büro herauskommt, ist dies dann die Wahl aus einer Fülle an Möglichkeiten und nicht das Ergebnis einer nur beschränkten Betrachtungsweise.

Eine intensive Beschäftigung mit dem Konzept ist auch die beste Basis für das Top-Management, sich mit dem neuen Bürokonzept zu identifizieren. Das beste Beispiel ist wohl Andreas Gerber, der Geschäftsführer Consumer-Sparte, der bewusst im Open Space sitzt und das neue Bürokonzept proaktiv seinen Mitarbeitern vorlebt. Diese prinzipielle Entschlossenheit und dieses Commitment gegenüber der Sache an sich macht ein Projekt zu einem guten Projekt.

Sie waren als Projektleiter auch für das Interior Design verantwortlich. Was ist die Grundidee bzw. der Leitgedanke beim ONE CAMPUS?

Pistauer: Der wichtigste Schritt bei der Entwicklung des Interior Designs war es,

den Anspruch seitens Johnson & Johnsons an ihr neues Büro auf den Punkt zu bringen. So wurden in einem Workshop die Ziele konkret definiert; nämlich ein funktionales, praktisches und flexibles Büro zum Wohlfühlen. Bei der Gestaltung war es mir besonders wichtig, klare Formen und Strukturen zu schaffen, die eine gewisse unkomplizierte Selbstverständlichkeit und Lässigkeit vermitteln.

Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Faktoren bei einer Standortverlegung dieser Größenordnung? Was ist besonders wichtig und welche Fehler sollte man auf keinen Fall machen?

Pistauer: Aus meiner Erfahrung, vor allem auch aus meinem Projekt bei der Volksbank in Rumänien, ist der Knackpunkt in solch einem Projekt das Projektmanagement und das Projektteam! Ein schlechtes oder unerfahrenes Projektmanagement bedeutet „Kosten, Kosten, Kosten“! Nur durch eine konsequente und intensive Projektbetreuung kann eine Standortverlegung termin- und kostengerecht umgesetzt werden. Dabei ist auch wichtig, dass das Projektteam mit umfassenden Kompetenzen ausgestattet ist, es gibt nichts Schlimmeres als einen Ansprechpartner, der in Wirklichkeit keine Entscheidungen treffen darf.

ortverlegung termin- und kostengerecht umgesetzt werden. Dabei ist auch wichtig, dass das Projektteam mit umfassenden Kompetenzen ausgestattet ist, es gibt nichts Schlimmeres als einen Ansprechpartner, der in Wirklichkeit keine Entscheidungen treffen darf.

Eine Standortverlegung ist eine „causa prima“ und das bedeutet, dass das Commitment seitens der Geschäftsführung gefragt ist. Bei Johnson & Johnson hat das hervorragend geklappt!

Welche Erfahrungen nehmen Sie persönlich aus diesem Projekt mit?

Pistauer: Persönlich hat mich die gute Zusammenarbeit mit dem gesamten Projektteam sehr gefreut. Wenn man am Ende eines solchen Projektes ein positives Feedback von einem zufriedenen Kunden bekommt, freut einen das persönlich natürlich besonders.

Vielen Dank für das Gespräch!



Fotos: Nenad



Standort:	Vorgartenstraße 206B 1020 Wien
Bürofläche (ONE CAMPUS)	ca. 5.000 m ²
Stockwerke:	4,5 Stockwerke
Conference Center:	8 Conference Rooms
Größter Conference Room:	26 Personen
Meetingräume (im Bürobereich)	9 Meetingräume
Thinktanks (2 bis 4 Personen)	19 Thinktanks im gesamten Büro
Arbeitsplätze:	ca. 200 + ca. 25 Flexdesks
Einzelbüros	ca. 6 %
Open Space	ca. 94 %

Zeitplan:



Beratungsinhalte T.O.C.:

Bedarfsermittlung Johnson & Johnson	Baucontrolling
Organisationsberatung	Massenermittlung & Ausschreibungserstellung
Change Management	Ausschreibungssteuerung
Unterstützung Flächenfunktionsprogramm	Entwicklung Medientechnikkonzept
Erarbeitung Raumbuch	Unterstützung IT-Planung
Unterstützung Standortsuche	Belegungs- und Layoutplanung
Unterstützung Standortvergleich/Standortentscheidung	Umzugsmanagement
Projektsteuerung & Projektkoordination	Mängelmanagement



Head Office:

Währinger Straße 48, A-1090 Wien
Tel.: +43 1 319 12 81, Fax: +43 1 319 12 07
office@tecno.at, www.tecno.at

