

ARBEITS-WELTEN

DIE BESTEN BÜROS FÜR IHR UNTERNEHMEN

DIE NEUESTEN OFFICE-TRENDS

SO VERHANDELN SIE DIE BÜROMIETE RICHTIG

© 2019 Walter De Gruyter GmbH

DAS BÜRO ALS VISITENKARTE

Das Büro als reiner Hort für Schreibtische, an denen Mitarbeiter ihrem Tagwerk nachgehen? Diese Zeiten sind vorbei. Das Büro wird zunehmend Teil der Corporate Identity des Unternehmens und soll auch Mitarbeiter binden. Doch wesentlich dafür ist die Einrichtung.

AUTOR: CHARLES STEINER

Die Schreibstube hat ausgedient. Bürozellen oder Großraumbüros, in denen Mitarbeiter entweder abgeschottet arbeiten oder unter zig anderen Mitarbeitern ihrem Tagwerk nachgehen müssen – das ist mittlerweile out. Und zwar sowohl bei Mitarbeitern als auch bei den Unternehmen selbst. Der Trend zu neuem Arbeiten hatte nämlich einen besonderen Effekt: Weil man, dank flächendeckender Abdeckung durch das Internet, nahezu überall arbeiten kann, müssen Unternehmen talentierte Mitarbeiter ins Büro locken können. Und das geht nur, wenn man eine entsprechende Unternehmenskultur pflegt und sich diese auch in der Einrichtung widerspiegelt. Wesentliche Herausforderung dabei ist aber: die Einrichtung. Wie plant man ein Büro? Welche Möbel werden benötigt? Mit diesen zentralen Fragen kom-

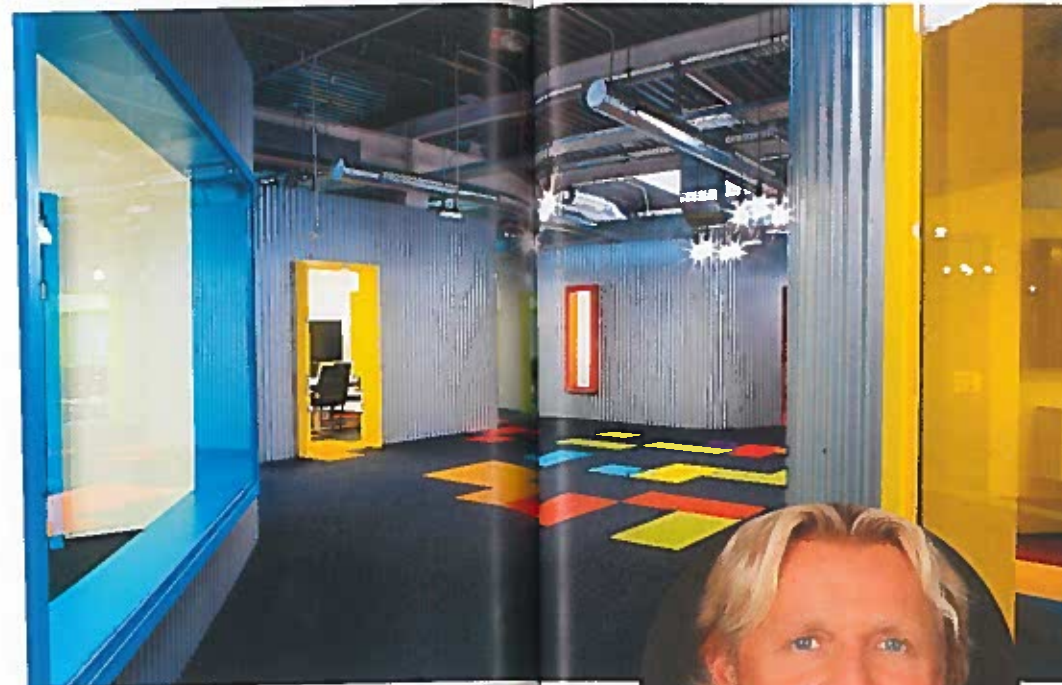
men aber noch jede Menge Folgefragen, die mit dem Unternehmen selbst zu tun haben.

Optimale Prozesse

Ewald Stückler, Geschäftsführer von Tecno Office Consult (T.O.C.), beschäftigt sich damit seit vielen Jahren. Und er weiß: „Die Einrichtung ist nur ein Teil, um ein Unternehmen zu repräsentieren. Vielmehr wird das Büro zur Visitenkarte nach innen und außen. Und dabei sollen auch die Arbeitsprozesse optimiert werden.“ Die zentrale Frage bei der Büroeinrichtung ist nämlich viel weniger die Einrichtung, sondern mehr, wie man sie nutzt: „Unternehmen, die ihr Büro einrichten wollen bzw. umziehen, sollten sich zuvor zu folgenden Themen Gedanken machen: Was will ich mit der neuen Einrichtung mit dem Unternehmen erreichen? Wel-

che Kultur will ich den Mitarbeitern und auch den Besuchern vermitteln? Wie will ich mich generell präsentieren?“, so Stückler. Es ist also zu wenig, einfach zu sagen, das Büro soll jetzt wie bei Google aussehen, und damit funktionieren dann die Arbeitsprozesse. Im Gegenteil: Jedes Unternehmen hat einen anderen Workflow, andere Tätigkeitsfelder und eine andere Profession bei den Mitarbeitern. Das soll alles über die Einrichtung abgebildet werden, weswegen dann die Ergebnisse mitunter sehr individuell ausfallen. Stückler: „In erster Linie müssen Unternehmen ihre Ziele formulieren können, bevor es dann an die Bürokonzeptionierung und dann in Folge zur Einrichtung kommt.“ Und da stellt sich die Frage: Wie sollen die Büros aussehen? Welche Teams arbeiten zusammen? Wie weit sind die Wege zwischen den Abteilungen, die

Ob verspielt oder konventionell: Das Büro muss zum Unternehmen passen.



DIE EINRICHTUNG IST NUR EIN TEIL, UM EIN UNTERNEHMEN ZU REPRÄSENTIEREN. VIELMEHR WIRD DAS BÜRO ZUR VISITENKARTE NACH INNEN UND AUSSEN.

EWALD STÜCKLER
T.O.C.



Wichtig ist, dass sich einerseits die Mitarbeiter wohlfühlen, andererseits gut repräsentiert wird.

WIE WIR MENSCHEN KOMMUNIZIEREN AUCH RÄUME IMMER MIT IHREM UMFELD. MITARBEITER KÖNNEN SICH IN EINEM BÜRO, IN DEM SIE SICH WOHLFÜHLEN UND ALS EINZELNE PERSON GEACHTET WERDEN, NOCH BESSER MIT DEM UNTERNEHMEN IDENTIFIZIEREN.

FRIEDRICH BLAHA
BLAHA BÜROMÖBEL

Checkliste

Mit fünf einfachen Fragen die richtigen Büroantworten finden:

1. Was will ich mit einer neuen Büro-einrichtung bezwecken?

Das neu gestaltete Büro soll eine Visitenkarte nach außen und vor allem nach innen sein. Denn es soll sich sowohl die Unternehmenskultur widerspiegeln als auch die Bedürfnisse der Mitarbeiter.

2. Was macht mein Unternehmen überhaupt?

Diese Frage ist zwar banal, allerdings entscheidend für die Büroeinrichtung. Ein Produktionsbetrieb hat andere Infrastrukturen als etwa eine Agentur oder ein Dienstleistungsunternehmen. Nicht jede Struktur ist für jedes Produkt möglich.

3. Welche Arbeitsprozesse hat mein Unternehmen?

Jedes Unternehmen hat eine andere Kultur und damit andere Arbeitsprozesse.

Die können mitunter auch optimiert werden, etwa mit kürzeren Kommunikationswegen zwischen Abteilungen, die eng miteinander arbeiten.

4. Wo soll Konzentration gefördert werden, wo Kommunikation?

Diese Frage ist wichtig, wenn es um Ruheräume oder Kommunikationsräume geht.

5. Sind meine Mitarbeiter mehr auf Außendienst oder arbeiten sie im Büro?

Damit lässt sich die Anzahl der Büroarbeitsplätze bemessen (und auch Flächen einsparen). Wenn es etwa Mitarbeiter gibt, die fast nur auf Außendienst sind, dann wären Shared Desks mit entsprechenden Anschlüssen praktischer als ein Festarbeitsplatz mit Stand-PC. Für sie ist das Büro dann ein Kommunikations-Hub.



Begegnungszonen lockern die Atmosphäre auf und dienen der Kommunikation.



Work-Cafés, soziale Räume: Rückzugsmöglichkeiten werden für Mitarbeiter immer wichtiger.

miteinander arbeiten? Friedrich Blaha, Geschäftsführer von Blaha Büromöbel, weiß: „Wie wir Menschen, kommunizieren auch Räume immer mit ihrem Umfeld. Partnerunternehmen, potenzielle MitarbeiterInnen und KundInnen erhalten einen ersten wichtigen Eindruck eines Unternehmens. Bestehende Mitarbeiter können sich in einem Büro, in dem sie sich wohlfühlen, noch besser mit dem Unternehmen identifizieren.“

Mitarbeiter mitnehmen

Um das neue oder neugestaltete Büro effizient betreiben zu können und die zuvor definierten Unternehmensziele zu erreichen, reicht es auch nicht, einfach einzurichten. Im Gegenteil: Will man ein Unternehmensziel erreichen, dann muss man die Mitarbeiter auch darin einbinden – logisch, denn sie sollen das Ziel ja schließlich umsetzen. Stückler: „Um einen Change Management-Prozess in Gang zu bringen und diesen auch in das Büro zu implementieren, muss man also zuerst erheben, was der zukünftige Bedarf des Unternehmens sein wird. Das neue Büro sollte ein klares Statement der Kultur sein

und zum Arbeitsalltag passen.“ Copy & Paste funktioniert nicht.

Generation Y will mehr

Und es geht ja auch darum, Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden. Dazu braucht es aber die Unternehmenskultur, denn die Generation Y betrachtet, so Stückler, ihr Büroumfeld als mindestens genauso wichtig wie das Gehalt. Auch Umweltfreundlichkeit ist im Büroumfeld ein Thema, sagt Blaha: „Das Thema umweltfreundliche Produktionsweisen und das Verwenden nachhaltiger Naturmaterialien wird für Kunden und Herstellerfirmen immer wichtiger.“ Denn letztendlich, so Blaha, gehe es beim Arbeiten darum: „Menschen wollen das Gefühl haben, mit der Arbeit etwas Sinnvolles, Positives zu Welt und Gesellschaft beizutragen. Sie möchten, dass ihre Stimme gehört wird, ebenso arbeiten Menschen gerne in ansprechender Umgebung. Mit den Veränderungen der Arbeitswelt hat sich die Vorstellung gewandelt, wie ein Büro aussehen soll. Das ist eine erfreuliche Entwicklung, die Platz für Neues schafft.“ ■