



Start-up-Gestaltung ins Große übersetzen: Campus von Erste in Wien.

Foto: Werner Hubtmacher

Das Büro als Spielwiese

Wie viel Kreativität verträgt das Office?

Spaß und Kreativität in der Gestaltung machen unsere Arbeitsplätze besser – aber muss es deshalb im Büro aussehen wie in Disneyland? Wie die inspirierende Spielwiese nicht zum Alptraum wird, erklärt Karim El-Ishmawi vom Designstudio Kinzo.

Es war das Jahr 1993, und Jay Chiat hatte die Schnauze voll von seinem Büro. Mit seiner in Los Angeles ansässigen Werbeagentur Chiat/Day hatte er die berühmten Energizer-Bunnies erfunden und mit dem 1984-Werbeclip für Apple eine wegweisende Arbeit abgeliefert. Dass die Atmosphäre seines Büros aber die einer Grundschule war, wo die Leute nur zum Pinkeln und Lunch ihren Platz verließen, passte so gar nicht zum Selbstverständnis eines Mannes, der sogar

Steve Jobs Ideen verkaufen konnte. Er träumte von einem Büro, das lebendig und offen wie der Campus einer Universität ist. Während eines Skiurlaubs entschied er sich, sein Büro grundlegend umzubauen. Er hatte keine Ahnung, was für eine Katastrophe er auslösen würde.

Gescheiterter Versuch

Man stelle sich die Gesichter seiner Mitarbeiter vor, als er Anfang der 90er vor versammelter Belegschaft ankündigte: Alle Einzelbüros bis auf die in der Chefetage werden aufgelöst und durch ein Open-Space-Konzept ersetzt. Ein Großraumbüro also – urgh, der Name schon. Solche Büros hatten den Ruf eines zu Innenarchitektur verkommenen Ausdrucks von Sinn- und Inhaltslosigkeit der Moderne. Dass die Mit-

Foto: Planmbel/Lichtblick-Fotografie/Voller Buelmann



Ein Büro sollte zur Unternehmensidentität passen. Hier das Beispiel Adidas.

arbeiter im Zuge von Desk-Sharing in einer Art Reise nach Jerusalem täglich um die Sitzplätze streiten durften, wird kaum für mehr Begeisterung gesorgt haben. Immerhin stellte Chiat es den Angestellten frei, ob sie von unterwegs, zu Hause oder im Büro arbeiteten, solange die Ergebnisse pünktlich auf seinem Tisch lagen. Wer trotzdem ins Büro kam, sperrte seine Habseligkeiten in Schließfächer und arbeitete mit den Laptops und Handys der Firma. Kreative, hier habt ihr eure Spielwiese – fresset oder sterbt!

Allein der ganze Papierkram, aus dem die Arbeit damals bestand, passte nie und nimmer in die Schließfächer. Angestellte benutzten ihre Autos daher als erweiterte Aktenablage. Die Option auf Home-Office wurde erstrangig als Einladung zum Schwänzen verstanden. Und nebenbei färbten die hohen Kosten der prä-historischen IT die Buchhaltung rot – ganz zu schweigen vom Frust, den die Arbeit mit den vorsintflutlichen Geräten verursachte. Kurz: Das Campus-Experiment förderte im Unternehmen so ziemlich alles außer Arbeitsleistung und Kreativität.

Tempores mutantur ...

Die Idee war gut, doch die Welt noch nicht bereit. Ein knappes Vierteljahrhundert später haben die Smartphone-Revolution, der Preissturz bei der Informationstechnik und der Einzug einer neuen Generation in die Chefetagen das Trennwand-Großraumbüro ganz von selbst gekillt. Inzwischen wird akzeptiert, dass sich die Arbeitsplatzgestaltung unmittelbar aufs Betriebsklima und die Leistungsbereitschaft auswirkt. Und viele der Konzepte, die heute in der Bürogestaltung en vogue sind, haben erstaunlich viel gemeinsam mit der Vision Chiat's.

Die theoretische Grundlage dafür bildet das vom Consultant Erik Veldhoen ausgedachte Konzept Activity Based Working (ABW). In den meisten Jobs bestehen etwa 54 Prozent des

Arbeitsalltags aus fokussiertem Arbeiten. Der Rest sind Socialising, Meetings und Kollaborieren. Ein Büro sollte deshalb nicht zu 100 Prozent mit Stühlen und Schreibtischen zugestellt sein, sondern Platz für echtes Leben zulassen. Richtig umgesetzt funktioniert ein Büro wie eine Stadt, es gibt ruhige und geschäftige Zonen, Spielplätze, Parks und Bibliotheken.

Büropioniere

Unternehmen, die das frühzeitig erkannt und die Arbeitswelt weitergedacht haben, wurden anfangs als Spielwiesen belächelt, die Digitalindustrie für ihre Schrägheit aufs Korn genommen. In der Zwischenzeit sind aus solchen Firmen die Player geworden, die den Ton angeben: Apple, Google oder Facebook haben aus unkonventionellen Räumen heraus die Welt neu erfunden, andere, wie SoundCloud in Berlin, tragen das Feuer weiter.

Der Rest der Wirtschaft rennt dem, was gerne verallgemeinernd Hipster- oder Start-up-Kultur genannt wird, nun hechelnd hinterher – und versteht häufig alles ganz falsch. Zu oft werden echte Innovation und Kreativität mit bloßem Kulissenbau verwechselt: Bei manchen Unternehmen sollen die Angestellten nun über Rutschen von Stockwerk zu Stockwerk schlittern, andernorts werden Rennbahnen in die Büros eingezogen, als ob deshalb die Arbeit schneller fertig würde. Das hat mehr mit einem Disney-Erlebnispark als mit Unternehmensidentität zu tun. Wie zu Chiat's Zeiten wird den Mitarbeitern viel Undurchdachtes aufgezwungen. Eine Atmosphäre, die echte Innovation und Atmosphäre zulässt, kann nur mit Rücksicht auf die Identität eines Unternehmens geschaffen werden. Die Büros von Start-ups sind kein Selbstzweck, sondern räumlicher Ausdruck von Identität und Unternehmenskultur: Kreativität ist Teil der DNA solcher Unternehmen. Viele Start-ups wurden an öffentlichen Orten wie Cafés oder in Coworking-Spaces gegründet, bevor sie in eigene Büros zogen. Und das greifen die Räume auf.



Locker-gemütlich: die Etsy Labs in Berlin-Kreuzberg.

Abkupfern klappt nicht

Wenn große Unternehmen nun also Kreativität entfachen wollen und nur plump in Kickertischen, Rutschen und Tischtennisplatten denken, wäre es besser, zunächst einen Schritt zurück zu machen. Es ist wichtig, dass zuerst herausgefunden wird, was die Identität der Firma ausmacht – und wie die Geschichte am besten räumlich erzählt wird. Wenn Bauherren und Innenarchitekten dann klug zusammenarbeiten, kann Großes entstehen. Was die Büros von Start-ups so gut macht, kann auch auf 65.000 m² funktionieren. Wenn es gründlich gemacht wird.

Start-up-Spirit übertragen

Beispielsweise kommen und gehen heute am Erste Campus in Wien, dem neuen Hauptsitz des Finanzdienstleisters Erste, rund 5.000 Mitarbeiter, wann sie wollen. Beim Einchecken verstauen sie Privates in Schließfächern. Anschließend arbeiten sie am Schreibtisch, unterhalten sich in einer der Loungezonen, schweifen auf der Suche nach Inspiration in einer abwechslungsreichen Bürolandschaft umher oder treffen sich an einem der Meetingpoints auf einen Kaffee. Damit ein solcher Paradigmenwechsel vom Ich zum Wir funktioniert, braucht es Entschlossenheit. Und Innenarchitekten, die die Bedürfnisse eines Unternehmens verstehen und die Arbeitswelt von Start-ups ins Große übersetzen können. Wo das gelingt, kommt die Kreativität von ganz allein. Hätte Chiat den Erste Campus noch erlebt, wäre er sicher begeistert gewesen, viele seiner Ideen in der Arbeitswelt einer Bank zu finden. Und dass all das funktioniert, ohne Disneyland nach Wien zu verlegen.



Karim El-Ishmawi,
Gründungsmitglied,
Kinzo.

www.kinzo-berlin.de