nomad AUSGABE NO 3/2017

MARKUS ALBERS
FRANK FISCHER
JOHANNES KLESKE
MICHAEL OBERT
BARBER & OSGERBY
NORBERT A. STREITZ
VITRA

THE-NOMAD-MAGAZINE.COM

[DEUTSCHE AUSGABE]

14 € | DE
15,40 € | A
25 SFR | CH
16 € | BENELUX

n° 3

The Magazine for New Design Culture, Business Affairs
& Contemporary Lifestyle

nomad

WHERE TO GO?

4 190736 714008 03

n° 3

TRANSVERSALITÄT ALS NEUER MASSSTAB?

Die Kunst seine eigene Zukunft immer wieder neu zu erfinden

Auf dem Vitra Campus in Weil am Rhein sprach nomad mit Eckart Maise, Chief Design Officer, sowie Raphael Gielgen, Head Research & Trend Scouting von Vitra, über die fundamentalen Veränderungen unserer Büro- und Arbeitswelt und mit welcher Haltung Vitra diesem grundlegenden Wandel begegnet.

Fotos *von ROBERT FISCHER*
Text *von OLIVER HERWIG*

Natürlich immer. Und überall. Arbeit ist inzwischen etwas, das uns umgibt wie Luft. Nur dass diese inzwischen etwas dünn geworden ist. Wo können wir noch die letzten Reserven unserer 24-Stunden-Gesellschaft herauskitzeln, wo können wir andererseits auch nur sein——und nicht kollaborieren, Mails senden und News austauschen? Eines jedenfalls steht fest: Die Zukunft der Arbeit nach dem Ende des klassischen Büros muss gestaltet werden. Player wie Vitra haben hier ihre Basis. Sie prägten das Bild der Arbeitsstätte mehr, als es Verordnungen und DIN-Vorschriften taten.

Doch wohin geht die Reise? Wie sieht unser künftiges Büro-Betriebssystem aus, das den Körper und seine Bedürfnisse miteinbezieht? Sind es Wohlfühllandschaften und Lounges? Oder doch knallhart optimierte Arbeitsplätze? Trennwände verschwinden und Gegensätze verschwimmen. Vieles scheint möglich.

Was sagen eigentlich Spezialisten dazu? Solche, die sich wirklich auskennen mit den Arbeitswelten der Zukunft? Deshalb führten wir auf dem Vitra Campus in Weil am Rhein ein Gespräch mit Eckart Maise, Chief Design Officer, und Raphael Gielgen, Head Research & Trend Scouting.

Es ist kein Zufall, dass die AMC-Erfolgsserie *Mad Men* zwischen Kugelkopfschreibmaschinen, Blaupapier, Fernschreibern und Bergen von Papier spielte. Die gute alte Arbeitswelt ist inzwischen so entrückt, dass sie schon wieder als Hintergrund einer nostalgischen Unterhaltungsserie taugt. Damals war der Schreibtisch noch ein Statussymbol mit Fächern und Schüben, Klappen und Einteilungen. Ein Abgrenzungsmittel zwischen Chef und Mannschaft. Heute ist er ein Portal in die Netzwelt. Konstantin Grcic hat daraus einen robusten Werkzeugkoffer geschaffen, der sich eben mal entfaltet und sofort wieder wegpacken lässt. *Hack* ist eine irritierende Collage aus Sperrholz und Mechanik. Das Möbel sollte *„etwas Unfertiges“* haben, sagt Grcic über das Modell, das wie der *Pacific Chair* der britischen Designer Barber & Osgerby den neuen Geist von Vitra verkörpert: nicht mehr alles zu wissen und flächendeckend Büros zu vermöbeln, sondern Fragen zu stellen und offen zu sein für Antworten der vielen Nutzer mit ihren ganz unterschiedlichen Anforderungen.

Wir sind in Weil am Rhein, auf jenem Campus, der Vitra zum Wallfahrtsort für Architektur-Aficionados gemacht hat, in einer riesigen Halle mit Produkten. Weil das Entwicklungsstudio tabu ist, sitzen auf dem Alcove Sofa Eckart Maise, Chief Design Officer von Vitra, und Raphael Gielgen, Head Research & Trend Scouting. Sie sind so etwas wie natürliche Gegenpole der Firma. Der korrekt gekleidete Maise formuliert präzise, als gelte es, Teile eines Algorithmus aneinanderzureihen: Gielgen hingegen schießt Bilder durch den Raum wie Konfetti. Er dient als Antenne des Unternehmens nach draußen. Allein letztes Jahr hat der agile Rheinländer 20 Länder bereist und zahllose Interviews geführt auf der Suche nach den *Bewegern unserer Zeit*.

Trotzdem sind sich Maise und Gielgen einig. Sie nennen es *Hybridisierung*: Arbeits- und Lebenswelten verschmelzen, es entstehen Mischformen, bei denen man nicht mehr sofort weiß: *„Ist es nun ein Büro, ein Hotel, ein öffentlicher Raum oder fast schon eine Wohnung?“*, grinst Gielgen. Diese Zwischenwelten verlangen mehr Aufwand: mehr Forschung, mehr Vision, mehr Wagnis. Es geht um nichts weniger als eine neue Philosophie der Arbeit. Die Möblierung folgt dem Menschen, nicht umgekehrt. Und alles ist im Fluss. *„Vor 20 Jahren wäre es unvorstellbar gewesen, ein Sofa zum Arbeitsort zu erklären“*, sagt der studierte Betriebswirt Maise. *„Das ist heute kein Thema mehr.“* Dann fügt er hinzu: *„Selbstverständlich arbeitet man da und macht kein Nickerchen.“* Nein, Maise hält keinen Mittagsschlaf. Das habe sich *„im Büro noch nicht durchgesetzt“* und sei eines jener Dinge, an denen sie *„immer wieder knabbern und Konzepte und Angebote machen“*.

Vitra, dessen Campus inzwischen 4,9 Punkte auf der Google-Skala sehenswerter Orte erreicht hat, ist auf der Suche. Auf der Suche nach dem nächsten Schritt. Und der könnte radikal sein. Warum nicht auf Schreibtische verzichten? Bürolandschaften verändern sich gerade stärker als in den 2000 Jahren zuvor. *„Unsere Vorstellungen sind stark vom Privatleben geprägt“*, sagt Gielgen. *„Die Arbeitswelten kommen in gestalterischer Hinsicht stark unter Druck. Wenn wir in der Vergangenheit in Funktionen und Prozessen dachten, denken wir morgen in Qualitäten und Beziehungen. Die Arbeitsstätte wird zur Erlebnisstätte.“* Haben nicht kalifornische Softwareschmieden das Büro in eine Kreuzung aus Jugendzimmer, Viersternehotel und Club Med verwandelt? Die Lala Library in Googles Londoner Dependance St Giles jedenfalls könnte mit ihren bunten Kissenbergen auf den halbrunden Megasofas glatt als Lounge durchgehen. Ihre unverhohlene Botschaft: Nine-to-five soll Spaß machen, und das Ambiente hat gefälligst mitzuspielen. Vitras Trend Scouting nimmt eine *„Suche nach dem Analogen“* wahr und damit verbunden *„die Frage, was übrig bleibt von den Dingen“*. Ihm schwebt eine Architektur vor, die elastisch genug ist, diese Veränderungen auszuhalten.

Ein Möbel wie ein Statement: Seid ein Start-up. Konstantin Grcic' „Hack" bietet ein robustes Arbeitswerkzeug mit höhenverstellbarer Platte, die man im Handumdrehen zusammenfalten und wegklappen kann.

Irritierende Räume

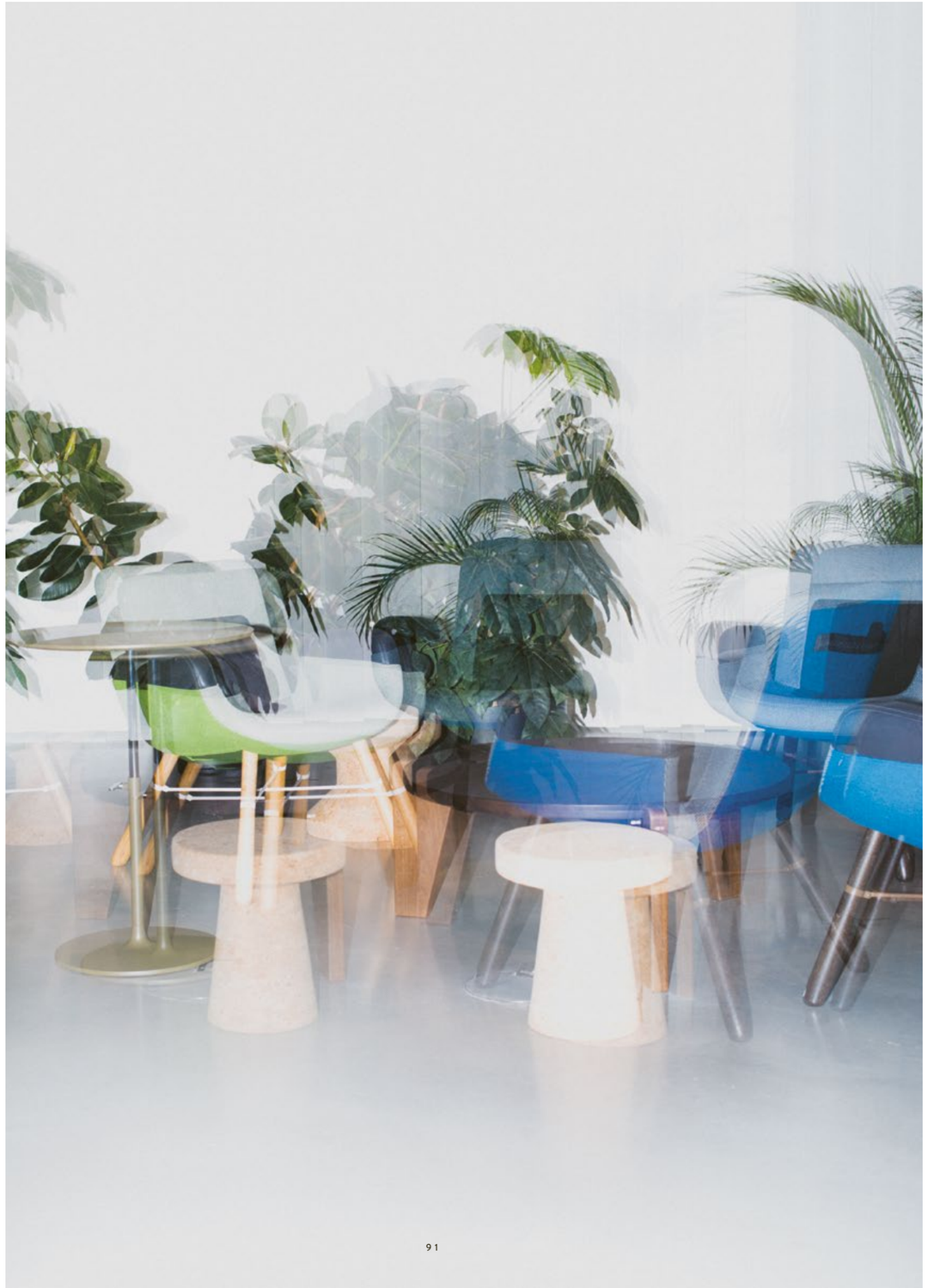
Plötzlich poppt ein zweites Wort auf: *Transversalität*. Räume, die irritierend nutzungsoffen gestaltet sind. Man betritt eine Lobby und kann sie nicht zuordnen. Ist das jetzt das Hotel? Oder schon das Office? Vor einem Vierteljahrhundert forderte der Philosoph Wolfgang Welsch in seinen *Perspektiven für das Design der Zukunft* genau diese Qualitäten: *„Das Design muss nicht nur soziale, nationale, lokale oder unternehmerische Identitäten berücksichtigen, sondern auch Kristallisationspunkte für neue, querlaufende (transversale) Identitäten schaffen.“* Seine Begründung war so aktuell wie nie: *„Da unser Leben zunehmend ——— extern wie intern ——— ein ‚Leben im Plural‘ sein wird, also: ein Leben innerhalb unterschiedlicher sozialer und kultureller Kontexte sowie ein Leben, das in sich mehrere Entwürfe durchläuft und verbindet, muss das Design nicht nur vorhandene Standards (lokaler, nationaler, sozialer usw. Art) berücksichtigen, sondern auch gemischte (überlagerte, multivalente) Gestaltungen erzeugen.“* Das ist passiert. Transversalität wird der neue Standard. *„Kunden erwarten von uns, dass wir Dinge infrage stellen“*, sagt Maise. *„Das kostet Energie, aber sie sind bereit, diese aufzubringen“.* Das fordert vielmehr spezielle Antworten auf ganz spezifische Fragestellungen in Rio, London, Singapur und Regensburg, wo Gielgen sein Homeoffice hat, *„fast romantisch, mit einer großen Bücherwand und Blick auf die Pferdekoppel“.*

Wenn also die Lösung mit der Gießkanne nicht mehr funktioniert, die generische Wiederholung des Bestehenden, müssen Designer und Unternehmer neue Wege beschreiten. *„Das eine Produkt gibt es nicht mehr“*, sagt Maise, nur noch Collagen und modifizierte Systeme. Dinge wie *Tip Ton* der britischen Designer Barber & Osgerby. Der Wackelstuhl bewies, dass es nicht immer ein Bürostuhl sein muss, sondern dass man mit *„sehr viel einfacheren, universelleren Produkten Flexibilität abbilden kann und ein gutes Sitzen“*, sagt Maise. Begonnen habe alles mit dem elf Jahre alten Alcove. Es habe das Büro stark geprägt, *„obwohl es eigentlich als Projekt fürs Wohnen anfing“*. Grcic' *Hack* habe schließlich *„geholfen, nicht in einem festen Muster zu denken“.*

Transversalität von Produkten bedeutet, dass sie in verschiedenen Feldern anwendbar sind. Genau hier liegt die Stärke von Vitra. Das Schweizer Unternehmen ist als Matrix aufgestellt. Office-, Home- und Retail-Segment sowie der Public-Bereich arbeiten eigenständig, lassen sich aber in alle Richtungen erweitern. So sind viele Klassiker aus dem Heim ins Büro gewandert und von dort wieder zurück. Beim Designprozess erhalten seine Gestalter jedenfalls kein Briefing von 60 Seiten, sondern das geschehe im Dialog, sagt Eckart Maise. Vielleicht ist das wirklich ein Schlüssel kreativer Arbeit: nichts abzuschneiden und viel zuzulassen auf einem Weg, der mehrere Schleifen nehmen kann und mitunter Umwege.

Ins Gehirn programmiert

Büro heißt heute: Die Stechuhr ist abgeschafft, und alle arbeiten länger. Zellenbüros sind uncool, dafür gibt es *nonterritoriale* Arbeitsplätze und Lounges, in denen im Schnitt viel mehr Mitarbeiter auf engerem Raum sitzen. Vielleicht sollte man das Wort auf der Zunge zergehen lassen: Arbeitsplatz. Wird es in Zukunft noch einen Platz für diese Tätigkeit geben? Oder doch nur zeitlich begrenzte und extrem wandelbare Situationen? Viele Prognosen der Vergangenheit jedenfalls haben sich überholt, weil sie mehr über sich und die jeweilige Gegenwart aussagten als über die Zukunft, in der wir heute leben. Im Jahre 2000 jedenfalls schrieb die Fachzeitschrift *Mensch und Büro*: *„Industrie- und Bürobau, so scheint es, rücken enger zusammen. Kosten werden gedrückt und offene Räume geschaffen.“* Die Prognose lautete: *„Bürobauten der Zukunft werden mehr denn je zu Aushängeschildern der jeweiligen Firmenkultur. Und die verlangt nach*



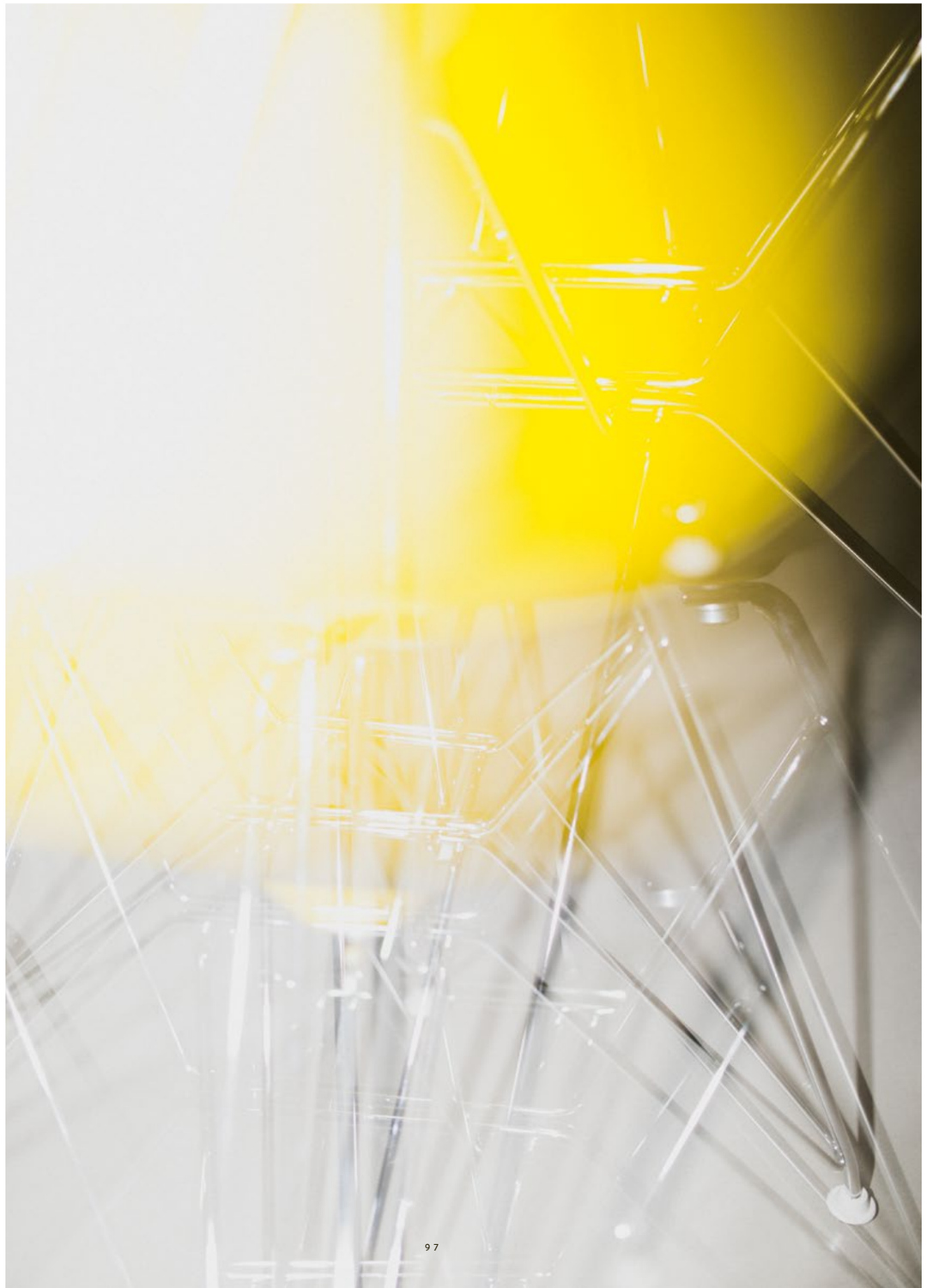
Arbeiten heißt fortan Veränderung, und zwar permanent. Die schöne neue Welt setzt auf flexible Mitarbeiter. Mit Umräumen ist es nicht mehr getan. Doch wer will sich schon ständig von Grund auf neu erfinden?

Der feste Arbeitsplatz löst sich tatsächlich auf in einer als Spielwiese getarnten Landschaft mit angeschlossener Kaffee-Lounge. Cappuccino, Fitnessprogramme und eine Auswahl aus einem halben Dutzend köstlicher Salate sind Teil einer auf höchste Effizienz getrimmten Firmenlogik. In ihrer preisgekrönten Dokumentation *Work Hard — Play Hard* von 2011 zeigte Carmen Losmann die neuen Arbeitswelten als Schreckensgebilde: *„In unserer modernen Dienstleistungsgesellschaft bedeutet die Optimierung eines Betriebs die Optimierung der Mitarbeiter."* Sie folgerte: *„Einen Chef bräuchten die modernen Mitarbeiter nicht mehr, den hat man ihnen schon längst ins Gehirn programmiert."*

Natürlich verfolgt Büroarchitektur das Ziel, Mitarbeiter zu motivieren. Nun sollen sie auch noch glücklicher werden. Dazu zählt natürlich die perfekte Möblierung. *„Zufriedenheit mit der Büroumgebung beeinflusst Wohlbefinden und Motivation stärker als Autonomie"*, sagt eine Studie des Fraunhofer Instituts, das sich seit über 20 Jahren mit der Zukunft des Büros befasst und zugleich einen Markt der Zukunft beschreibt: *„Allerdings gibt es bei rund 40 Prozent der Teilnehmer noch ein enormes Optimierungspotenzial bei der Gestaltung ihrer Arbeits- und Büroumgebungen."*

Inspirierende Umgebung hilft im Alltag wie im *War for talents*, dem Kampf um die weltweit besten Leute, die nicht selten direkt von der Uni kommen und das Arbeitsleben als Fortsetzung des Colleges mit anderen Mitteln sehen. Wenn es dabei einen Megatrend gibt, dann den: Es lebe die Vielfalt. Künftige Arbeitsarchitekturen bieten Optionen. Kein Wunder, dass Michele De Lucchi für eine der letzten Mailänder Möbelmessen ein fröhliches Bürokonzept skizzierte, das an einen Jahrmarkt erinnert, einen Umschlagplatz für Ideen, Wünsche und Vorstellungen, und meilenweit entfernt ist von Mittelflur, Zellenbüros, Vorzimmer und Zweireiher. Wie ein riesiges Kleeblatt entfalten sich vier Bereiche, verbunden durch eine spiralförmige Rampe, von der aus man in alle Bereiche lustwandeln kann. Es gibt Rückzugsecken und Kuscheloasen — wer genau hinschaut, erkannt sogar ein Bett mit drei Kollegen an Bord. Der Pavillon links vorne gleicht eher einem Karussell als einem Großraumbüro, während im Hintergrund Verkaufsstände für Süßigkeiten und Pommesbuden ein sehr fröhliches, unbeschwertes Durcheinander bilden.

Eckart Maise versprach dem *„Flüchtigen und Vagen Raum zu geben"*. Das ist keine abgefahrene fernöstliche Weisheit, das ist schlichte Notwendigkeit in einem Markt, der keine Erfolgsrezepte mehr kennt: *„Wir sind immer Fragende, Suchende, nicht die Firma, die alles weiß. Das geht auch nicht mehr heutzutage."* Die Zukunft des Arbeitens nach dem Ende des klassischen Büros verspricht viel. *„Unsere Sehnsucht nach starken Orten wächst"*, sagt sein Pendant Raphael Gielgen. *„Und die Menschen suchen nach etwas, das die Veränderung aushält."* Diese Veränderung, das ist das Netz, das uns zu einem großen Organismus zusammenschaltet, zu einem großen Mega-Termitenstaat, der sich über Kontinente und Zeitzonen erstreckt. Das Büro ist nur eine Zelle und die kann auch Heim heißen, Wohnung oder Kuschelzone.

flexiblen Strukturen, die nun auch Einzug ins Büro halten, nicht nur als bloßes Schlagwort, sondern greifbar in der Architektur selbst." Auch das ist eingetreten, nur anders als erwartet.

NOMAD