

Das gefühlte Büro

Räume messen, planen, nutzen – Architektur wird gerne unter funktionalen, aber zu selten unter „menschlichen“ Gesichtspunkten betrachtet.

Bevor Sie weiterlesen – sehen Sie sich doch mal in dem Raum um, in dem Sie gerade sind:

- Ist der Raum zu groß oder zu klein?
- Welche Farben sehen Sie und wie wirken diese auf Sie?
- Sind noch andere Personen da? Was machen sie?
- Welche Funktionen hat der Raum? Können Sie hier genau das tun, was Sie möchten?
- Fühlen Sie sich wohl hier oder möchten Sie den Raum anders gestalten?

Genau darum geht es in der Architekturpsychologie – um die individuelle Wahrnehmung. Gebäude müssen für Menschen gemacht sein. Immer kommt es darauf an, wie die Nutzer sich hier fühlen, wie sie die Räume erleben und wie sie sich darin verhalten wollen.

Die Architekturpsychologie ist eine noch recht junge Teildisziplin der wissenschaftlichen Psychologie. Sie erforscht, welche Bedürfnisse Bauherren und Architekten aus psychologischer Sicht berücksichtigen sollten. Zentrale Methode der Architekturpsychologie ist die Beteiligung der Nutzer, also des Unternehmens als Organisation und der Mitarbeiter in den Abteilungen und Teams.

In der Praxis führt das zur Entwicklung eines nutzerorientierten Programms, das die psychologischen Leistungen eines Gebäudes formuliert bzw. bewertet und die Raum- und Funktionsprogramme unter Beteiligung der Nutzer erarbeitet.



Worum geht es?

Architekten und ihre Gebäude beeinflussen durch die Gestaltung unser Verhalten und Empfinden. Deshalb müssen Gebäude und Büros nach den Bedürfnissen von Menschen geplant und gebaut werden.

Das wohl wichtigste psychologische Konzept der Mensch-Umwelt-Beziehungen ist das der Privatheit. Es geht dabei um die

- **Wahlfreiheit als Regulation sozialer Kontakte**
Also die freie Entscheidung einer Person zwischen Alleinsein und sozialem Kontakt, zwischen Ungestört-heit oder Kommunikation.
- **Territoriale Identität**
Jeder benötigt für die eigene Identifikation eine private Atmosphäre, ein persönlich zugeordnetes Territorium – auch am Arbeitsplatz.
- **Aneignung des Raums**
Sie wirkt bereits bei der Mitwirkung am Anforderungsprofil des neuen Gebäudes, bei der aktiven Einrichtungsplanung der Büroräume, bei der Gestaltung des eigenen Arbeitsplatzes und führt zur Identifikation mit dem Gebäude/Raum/Arbeitsplatz.
- **Zugangskontrolle zum eigenen Territorium**
Zum Beispiel eine Tür zum Schließen, um ungestört zu sein, zum Öffnen, um die Bereitschaft zum sozialen Kontakt zu signalisieren.

Was bringt das?

Die entscheidende Stärke der Architekturpsychologen ist die Wissensintegration von Architektur und Psychologie: Der Architekturpsychologe versteht die Verhaltens-, Erlebnis- und Wahrnehmungswelten der Nutzer. Zugleich berücksichtigt er die Erwartungen und unternehmerischen Anforderungen des Bauherrn.

Der Architekturpsychologe formuliert die für das Gebäude notwendigen Anforderungen und macht diese für den Entwurf des Architekten greifbarer. Er deckt auf, wo Architektur das Verhalten behindert. Im Unternehmen betrifft



dies sowohl die gesamte Organisation als auch die Abteilung und schließlich den einzelnen Mitarbeiter am Arbeitsplatz.

Der Blick fürs Ganze

Was nützt die atemberaubende Hülle, der aufregende Entwurf, wenn die Menschen sich bei der Arbeit in so einem Gebäude einfach unwohl fühlen? Erst im Dialog aller Beteiligten entstehen Büroräume, die den Unternehmensprozess abbilden und die Mitarbeiter optimal unterstützen. Ein Moderator, der die Methoden aus der Psychologie und das Wissen aus der Architektur anwendet, kann dafür sorgen, dass die Architektur zu den Bedürfnissen der Menschen passt.

Großen Einfluss auf die Qualität von Arbeitsprozessen hat die erlebte und realisierte Privatheit. Deshalb wirken sich die Anordnung von Büros und Abteilungen, das Layout und die Möblierung direkt auf die Arbeitsleistung der Mitarbeiter aus.

Mit dem Grad der eigenen Einflussnahme auf die Gestaltung steigt das persönliche Wohlbefinden der Mitarbeiter im Gebäude, im Büroraum und am Arbeitsplatz. Die Identifikation mit dem „eigenen“ Entwurf wird gestärkt, Innovation, Motivation und Leistung werden gefördert.

Architekturpsychologie

Der Performance-Tipp von DeTeImmobilien

Die Universität Jena untersuchte die Arbeitsbedingungen von 4.600 Mitarbeitern. Ergebnis: Beim Sick-Building-Syndrome überlagern psychosoziale Faktoren den Stellenwert des Raumklimas. So wirken sich die Art der ausgeübten Tätigkeit und die Arbeitszufriedenheit sehr viel stärker aus als beispielsweise die Art der Belüftung.

Step by Step

In Gesprächen und Workshops wird die Bedürfnislage des Unternehmens und seiner Mitarbeiter erforscht. Meist reichen ein bis zwei Workshoptage, um ein tragfähiges Raum- und Funktionsprogramm zu erstellen. Zuerst spricht man über theoretische Modelle und Praxisbeispiele, über Büroräume und Möbel. Dann wird das gemeinsame Feilen an der Gestaltung der eigenen Arbeitswelt in Gang gesetzt. Schritt für Schritt werden aus vagen Vorstellungen konkrete Einrichtungspläne.

Immer geht es um die Wahlfreiheit zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre am Arbeitsplatz. So wird ein kommunikativer Mitarbeiter eher auf Trennelemente zum Nachbarn verzichten als sein introvertierter Kollege. Am Bildschirm oder auf dem Papier lassen sich die Schreibtische, Schränke und Container so lange verschieben, bis sich der einzelne Mitarbeiter wohl fühlt. Voraussetzung dafür ist natürlich ein Möbelkonzept, mit dem sich alle Anforderungen berücksichtigen lassen.

Der Weg zur besseren Architektur

Die Arbeits- und Organisationsstrukturen werden immer flexibler. Team-Organisation ist gefragt. Die neuen Anforderungen in den vorhandenen Gebäuden zu realisieren ist nicht immer einfach. Das Ziel einer Strategieplanung ist die optimale Anpassung der Organisations- und Gebäudestrukturen. Hierfür müssen die Verbesserungspotenziale der Organisation und die



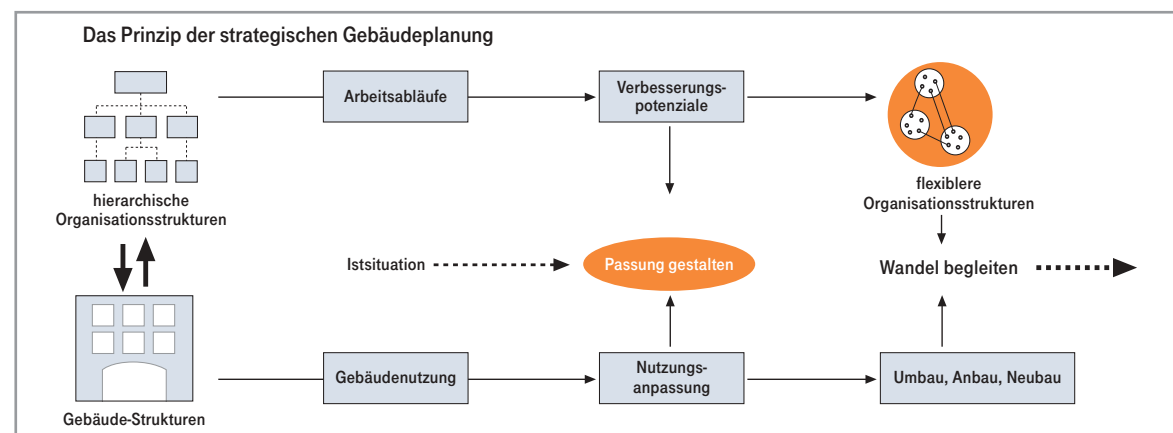
Das Gebäude als Ergebnis von Analyse, Strategie und Umsetzung.

zukünftigen (möglichen) Unternehmensentwicklungen erkannt und in der Gebäudeplanung umgesetzt werden.

So sieht's aus – die Analyse

Am Anfang steht die kritische Bestandsaufnahme der Bereiche Personal, Produkt und Organisation. Analysiert werden Organisationsstruktur, Arbeitsabläufe und Kommunikationsstruktur: Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen? Welche Arbeitsplätze sind die richtigen? Wer kommuniziert mit wem? Welche Abteilungen müssen wo angeordnet sein?

Bei den Produkten und Dienstleistungen werden die Chancen und Risiken im Markt abgewogen. Wichtig ist die Organisation: Handelt es sich noch um hierarchische Organisationsstrukturen oder geht die Firma zu flexibleren Organisationsstrukturen über?



Da wollen wir hin – die Strategie

Im Mittelpunkt steht die Frage: Wo will das Unternehmen langfristig hin? Dazu lassen sich Szenarien für mögliche Unternehmensentwicklungen erarbeiten. Auch hier geht es um die Organisation, das Personal und die Produkte. Das Management muss sich Gedanken über seine Führungskultur und die Geschäftsfelder machen. Unerlässlich ist auch der Blick nach außen: Wie verändert sich das Firmenumfeld, wie Kunden, Lieferanten und Mitbewerber?

So soll es sein – die Umsetzung

Auf der Grundlage der Analyse und der Strategie werden die architekturrelevanten Anforderungen formuliert.

- Wie soll sich das Unternehmen mit seiner Organisation im neuen Gebäude widerspiegeln?
- Welche Unternehmens-Persönlichkeit soll das Gebäude ausstrahlen? Welche Assoziationen soll das neue Gebäude vermitteln? Welche architektonischen Leitlinien (Corporate Architecture) sollen umgesetzt werden?
- Wie lassen sich die räumlichen Zuordnungen – orientiert am Unternehmensprozess – der einzelnen Bereiche und Teams optimieren? Welche Räume gehören zu einem Team und müssen deshalb unbedingt in räumlicher Nähe liegen?
- Benötigt das Unternehmen Zellenbüros, Teambüros, Kombibüros oder Raumlandschaften mit Projektbüros und Workshopräumen? Welches Büroraumkonzept ist für welches Team das richtige?
- Wie sollen die einzelnen Arbeitsplätze aussehen?

Mehr Sicherheit – das Ergebnis

Sind diese Fragen beantwortet, entsteht ein sehr klares Bild der räumlichen Anforderungen. Damit ist die nutzerorientierte Programmplanung eingeleitet, die mit dem Raum- und Funktionsprogramm als Grundlage für den Architektenentwurf abschließt. Dieser wird umso besser, je eindeutiger der Bauherr die Gebäudeanforderungen

für den Um-, An- oder Neubau formuliert hat. Mit einer strategischen Gebäudeplanung bekommt das Unternehmen ein hohes Maß an Sicherheit, dass die geplante Gebäudeinvestition tatsächlich von den Mitarbeitern angenommen wird und die strategische Entwicklung des Unternehmens unterstützt.

Einfache Selbsthilfe

Überprüfen Sie doch mal die Organisations- und Gebäudestrukturen Ihres Unternehmens in einer kleinen Projektgruppe. Die Aufgaben:

Soll-Modell erarbeiten

Wie sehen die neuen räumlichen Anforderungen auf Grundlage der neuen Unternehmensorganisation aus?

Bestand kritisch bewerten

Wer nutzt das aktuelle Gebäude wo, wie und wann? (Analysen/Diagnosen, räumliche Konsequenzen)?

Neues Bürokonzept definieren

Wie müssen Räume und Mobiliar optimal angeordnet sein?

Entwurf einer Nutzungsstudie

Welche neue Raum- und Flächenorganisation erfüllt die Anforderungen des Soll-Modells? Ihr Vorteil: Mitarbeiter, Organisations- und Gebäudestrukturen werden synergetisch aufeinander abgestimmt.

„Preiswerte“ Architektur

Nutzen Sie Architektenwettbewerbe. Sie entscheiden, welcher Entwurf von den Preisträgern gebaut wird. Das Preisgeld wird auf das Architektenhonorar angerechnet.

Tipp

Autor:

Günter Hertel, Adresse und Kontaktdaten auf Seite 49