

Bei den Neu- und Umbauten in Helmstedt (1, 2) und Stendal (3, 4) gab es eine erfolgreiche Kooperation zwischen der E.ON-Avacon AG, dem Institut für Architekturpsychologie GmbH und der pbr AG.

Bevor Sie zu lesen beginnen, lade ich Sie ein, sich einmal in dem Raum umzusehen, 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? Wie finden Sie den Raum? Fühlen Sie sich wohl oder möchten Sie ihn anders gestalten? Können Sie in dem Raum genau das tun, was Sie möchten? Genau hier beginnen die Disziplinen von Architektur und Psychologie Hand in Hand zu gehen – bei der individuellen Wahrnehmung!

Welche Bedürfnisse Bauherren aus psychologischer Sicht berücksichtigen sollten, darüber forscht und berät die Architekturpsychologie. Ein methodisch zentraler Kern dieser noch recht jungen Teildisziplin der wissenschaftlichen Psychologie ist die Beteiligung der Nutzer. Der Nutzer ist das Unternehmen als Organisation, es sind die Mitar-

Menschen und Gebäude

Ein Thema für Architekturpsychologen von Günter Hertel

Entwurf des Architekten greifbarer. Er deckt auf, wo Architektur das Verhalten der Mitarbeiter behindert bzw. keine optimale Entfaltung zulässt.

Herangehensweise

In einem prozesshaften Dialog aller Beteiligten entstehen Büroräume, die den Unternehmenszweck und die Mitarbeiter optimal unterstützen. Wichtig dabei ist die Rolle eines Moderators, der die Methoden aus der Psychologie und das Wissen aus der Architektur anwendet. Dabei muss es zu einer Passung zwischen den Bedürfnissen der Menschen und der Architektur kommen. Ziel ist ein zukunftsorientiertes Raum- und Flächenkonzept

die psychologischen Zielvorstellungen der Mitarbeiter realisieren lassen. Ganz entscheidend für den Prozess Erfolg ist die Wahlfreiheit zur Regulation der sozialen Kontakte. Der Mitarbeiter muss situativ wählen können, ob er in Ruhe arbeiten möchte oder im Team kommunizieren will. Wahlfreiheit und Privatsphäre am Arbeitsplatz sollten durch einen Bereich gegeben sein, der persönlich zugewiesen und gra-duell abgeschirmt ist.

Strategie bei Neubauten und Bestandsimmobilien

Bei den Vorbereitungen für einen Neubau ist es sinnvoll, bereits im Vorfeld der architektonischen Arbeit einen Analyse-, Strategie und

ihrer Organisations- und Führungskultur und Geschäftsfelder machen. Unerlässlich ist auch der Blick nach außen: Wie verändert sich das Firmenumfeld, wie Kunden, Lieferanten und Mitbewerber? Im Mittelpunkt steht immer die Frage, wo das Unternehmen langfristig hin will. Auf der Grundlage von Aussagen aus dem analytischen und strategischen Teil werden die architekturelevanten Anforderungen formuliert. Die räumliche Zuordnung von Bereichen und Teams orientiert sich am Unternehmensprozess, wird durchgespielt und festgelegt. Benötigt das Unternehmen Zellenbüros, Teambüros, Kombibüros oder Raumlanschaften mit Projektbüros und Workshopräumen? Welche Räume gehören zu einem Team und müssen deshalb unbedingt in räumlicher Nähe liegen? Wie soll die Gestaltung der einzelnen Arbeitsplätze aussehen? Welche Unternehmenspersönlichkeit (Corporate Identity) soll das Gebäude ausstrahlen? Welche architektonischen Leitlinien (Corporate Architecture) sollen umgesetzt werden? Wenn diese Fragen beantwortet sind, 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.

In vielen Unternehmen werden organisatorische Veränderungen erfolgreich umgesetzt. Aber häufig unterläuft bzw. verhindert die Architektur genau diese Prozesse, wenn die Ergebnisse der Organisationsentwicklung (OE) nicht auf die Architektur übertragen werden. Das trifft insbesondere auf Bestandsimmobilien zu. Hier gilt es zu prüfen, inwieweit die Architektur die Entwicklung der neuen Organisation behindert und ein Störfaktor für Kommunikation und Unternehmensprozess ist. Es ist zu prüfen, ob die tatsächliche Nutzung der Flächen in ihrer Aufteilung den zukünftigen organisatorischen Anforderungen entspricht. Damit die Architektur den

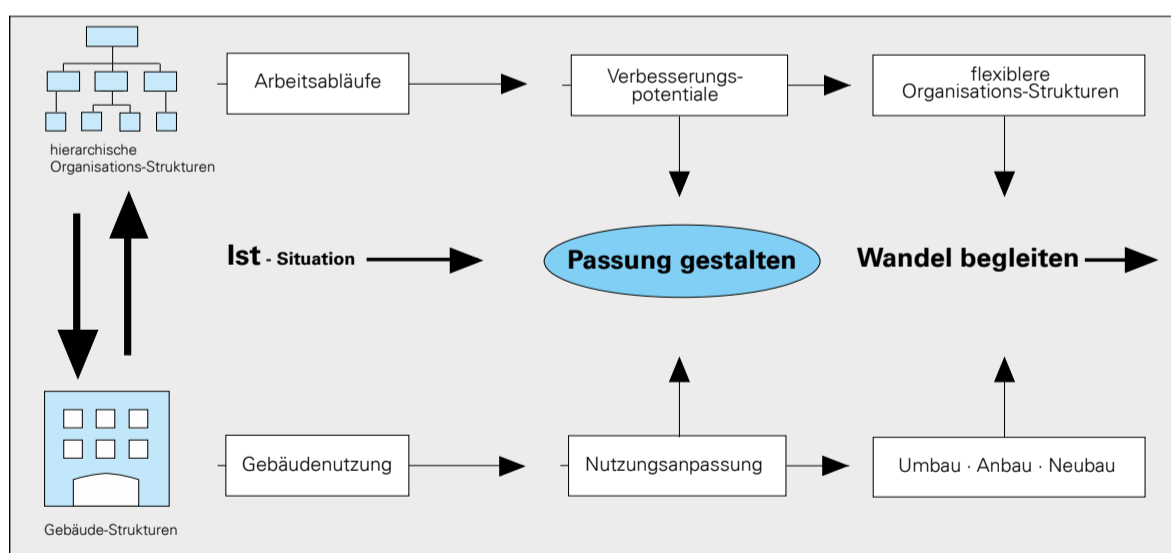


Kurzvorstellung

Günter Hertel ist geschäftsführender Gesellschafter und Gründer des Instituts für Architekturpsychologie GmbH mit Standorten in Hannover und Helmstedt. Das interdisziplinäre Team des Instituts für Architekturpsychologie berät u.a. in Fragen der strategischen Gebäudeplanung und nutzerorientierten Programm-entwicklung. Weitere Infos gibt es im Internet unter www.iap-netz.de

Prozess der Organisationsentwicklung fördert, erarbeiten Planungsteam und Mitarbeiter die neuen räumlichen Anforderungen auf Grundlage der neuen Unternehmensorganisation (Soll-Modell). Es folgt eine kritische Bestandsbewertung unter Berücksichtigung der aktuellen Nutzung in der Gebäudehülle sowie eine Definition des neuen Bürokonzeptes inkl. Einrichtungslayout. Anschließend wird ein Nutzungskonzept erstellt, das die Anforderungen an die neue Raum- und Flächenorganisation nach dem Soll-Modell erfüllt. Dabei kann deutlich werden, dass nicht grundsätzlich neu gebaut werden muss. Eine andere Raumplanung oder ein Umbau können sinnvolle und günstige Lösungen für bestehende Gebäude sein.

Mit einer strategischen Gebäudeplanung bekommen Unternehmen ein hohes Maß an Sicherheit, dass die geplante Gebäudeinvestition tatsächlich die strategische Entwicklung des Unternehmens unterstützt. Es darf nicht sein, dass Gebäude für Menschen geplant und gebaut werden, ohne dabei an die Nutzer zu denken, wie sie fühlen, wie sie erleben und wie sie sich in den Räumen verhalten wollen. Architektur soll beleben! Und dafür lohnt es sich einzusetzen.



Prinzip der strategischen Gebäudeplanung

beiter in den Abteilungen und Teams. Die entscheidende Stärke der Architekturpsychologen ist die Wissensintegration von Architektur und Psychologie: Der Architekturpsychologe versteht die Erlebnis-, Verhaltens- und Wahrnehmungswelten der Nutzer, er berücksichtigt die Erwartungen und unternehmerischen Anforderungen des Bauherrn, formuliert die für das Gebäude notwendigen Anforderungen und macht diese für den

für ein neues Gebäude oder für die Umgestaltung einer Bestandsimmobilie. Im ersten Schritt ist eine vage Vorstellung da, die immer mehr konkretisiert wird.

So wird z. B. in Einrichtungsworkshops das Layout von Schreibtischen, Schränken und Containern so lange getestet, bis sich der einzelne Mitarbeiter wohl zu fühlen glaubt. Voraussetzung ist ein systematisch erarbeitetes Einrichtungs- und Möbelkonzept, mit dem sich

Umsetzungsworkshop durchzuführen. Wichtige Grundlage bildet dabei die kritische Bestandsaufnahme der Bereiche Personal, Produkt und Organisation. Analysiert werden u. a. Organisationsstruktur, Arbeitsabläufe und Kommunikationsstrukturen. Anschließend folgt ein strategischer Blick in die Zukunft. Es werden Szenarien für mögliche Unternehmensentwicklungen erarbeitet. Die Führung muss sich Gedanken über die Entwicklung