



Architekturpsychologie: Damit Gebäude passen

Unternehmen unter der Lupe

Niedersächsische
Wirtschaft 6 / 2001

DAS REGIONALE WIRTSCHAFTSMAGAZIN DER IHK HANNOVER

[www. iap-netz.de](http://www.iap-netz.de)

Unternehmen unter der Lupe

Die Arbeitswelt im rasanten Wandel: Starre Hierarchien brechen auf und geben Raum für flexible Teamorganisation, der PC samt Monitor weicht dem Laptop, kleine Zellenbüros verschmelzen zu großzügigen Teambüros und Workshop-Flächen.

Eine durchaus sinnvolle Ergänzung ist deshalb ein Moderator, der das Bindeglied zwischen dem Bauherrn und dem Architekten sein kann. Er ersetzt keineswegs den Architekten und nimmt ihm auch nicht die gestalterische Freiheit im Entwurfsprozess, hat aber die Gelegenheit, das Unternehmen akribisch unter die Lupe zu nehmen, um den wirklichen Bedarf zu ermitteln.

Die Unternehmen müssen flexibler denn je auf die Bedürfnisse des Marktes reagieren, wenn sie gut gerüstet in die Zukunft marschieren wollen. Das trifft ganz besonders auf die Firmengebäude zu, denn auch sie müssen mit der Entwicklung und den Veränderungen in der Wirtschaft Schritt halten. Alten Gebäuden geht dabei schnell die Puste aus - in vorhandenen Bauwerken lassen sich neue Organisationsstrukturen oft nur noch schwer realisieren. Das Gebäude kann sich den aktuellen Anforderungen des Unternehmens nicht mehr anpassen. Und so entscheiden sich die Firmen häufig für einen Neubau. Bevor jedoch der Grundstein gelegt wird, ist der Bauherr mit einer detaillierten Analyse seiner Bedürfnisse und Erwartungen gefordert.

Je genauer die Anforderungen an das neue Gebäude formuliert werden, umso besser kann der Architekt, der mit dem Bauvorhaben beauftragt ist, planen. Hier kommt die strategische Gebäudeplanung ins Spiel. Im Vorfeld - also vor der ersten Phase der Architektenplanung - wird ganz konkret ermittelt, wo das Unternehmen langfristig hin will, wie sich die Firma zukünftig entwickeln soll und welche archi-

Stichwort Architekturpsychologie

■ In den USA war Architekturpsychologie - damals noch an die Umweltpsychologie gekoppelt - bereits in den 70-er Jahren ein Thema. Mittlerweile hat sich dieser Studienbereich auch an vielen deutschen Hochschulen etabliert. Beim Architekturstudium spielt Psychologie - die Bedürfnisse der Menschen und ihre Handlungen - natürlich auch immer eine Rolle. Aber Günter Hertel, Leiter des Instituts für Architekturpsychologie in Hannover, reichte dies während seines Studiums nicht. Und so setzte er seinem Diplom-Ingenieur noch den Diplom-Psychologen drauf. 1993 gründete er in Hannover das Institut für Architekturpsychologie (IAP) - eine „Plattform zwischen Theorie und Praxis“, so Hertel. Das IAP befasst sich mit der strategischen Gebäudeplanung, bietet aber auch viele Workshops für Architekten - beispielsweise zum Thema Gesprächsführung - und ebenso für Bauherren.

Kontakt: Institut für Architekturpsychologie, Stammestraße 14, 30459 Hannover, ☎ (0511) 2330883, E-Mail: iap.hannover@t-online.de.

tekturrelevanten Anforderungen sich hieraus ergeben.

Natürlich ist jeder Architekt bemüht, die Vorstellungen seiner Auftraggeber so konkret wie möglich umzusetzen, doch oft fehlen Zeit und Möglichkeiten, um sich ganz speziell mit dem Bedarf des Unternehmens, auch langfristig gesehen, zu beschäftigen.

In Hannover gehört der Diplom-Ingenieur und Diplom-Psychologe Günter Hertel zu diesen Experten, die Bauherren strategische Gebäudeplanung anbieten. Der Geschäftsführer des Instituts für Architekturpsychologie (IAP) beschäftigt sich schon viele Jahre mit diesem Zielfindungsprozess und hat jede Menge positive Erfahrungen gemacht: „Beide, Bauherr und Architekt, wollen die beste Lösung“, sagt Hertel, „nur sind die Bauherren nicht immer in der Lage, ihre Anforderungen klar und deutlich auf den Punkt zu bringen. Das kann dann für den Architekten durchaus mehrere Planungsänderungen mit sich bringen: Die Kosten steigen, der Terminplan gerät ins Wanken - damit ist keiner glücklich.“

Hat der Bauherr noch keinen Architekten beauftragt, hilft ein Architekturpsychologe zunächst beim Formulieren der Vorstellungen, wie das neue Gebäude aussehen soll. Dann gibt es durchaus die Möglichkeit, einen kleinen Wettbewerb auszuschreiben und sich zwischen drei oder vier Entwürfen zu entscheiden. Hat der Bauherr bereits

Analyse, Strategie, Umsetzung: Das sind Begriffe, die auf den ersten Blick wenig mit dem Thema Hallen- und Gewerbebau zu tun haben. Auch das Metier eines Psychologen scheint zunächst weit entfernt. Das Gegenteil ist er Fall – Architekturpsychologie, in den USA seit Jahrzehnten etabliert, bekommt in Deutschland nach und nach einen höheren Stellenwert. Hier lesen Sie, wie Bauherren von diesen Spezialisten profitieren können.

Die weiteren Themen dieses NW-Spezials:

Leichtbauhallen durchaus vergleichbar mit festen Bauten	Seite 74
Grünes Dach: Klimaanlage aus der Natur	Seite 75
Millionenschäden vermeiden: Brandschutz - aber wie?	Seite 78
Der moderne Arbeitsplatz: Neue Forderungen an die Immobilie	Seite 79
Schallschutz: Lärm richtig eindämmen	Seite 80
Das richtige Management macht: Wie am Schnürchen	Seite 81
Gebäude als Aushängeschild: Unverwechselbare Identität macht das Image aus	Seite 82
Immobilien-Leasing: Idee für Sparfüchse	Seite 83

den Architekten, so sieht sich Hertel als Diagnoseinstrument für den Kollegen. „Ich will die kreativen Impulse bewusst machen, die im Kopf des Bauherrn sind, ich will sie verständlich darstellen und weitergeben.“

Um diese Impulse noch vor der ersten Planungsphase konkret werden zu lassen, führt Hertel Analyse-Strategie- und Umsetzungsworkshops durch. Gemeinsam mit dem Quickborner Projekt-Forum, einer Beratungsgesellschaft für Unternehmensentwicklung, hat das IAP das Konzept der „Phase Null“ entwickelt. In der „Phase Null“ geht es zunächst darum, die Bereiche Personal, Produkte und Organisation kritisch zu analysieren. Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen, was machen sie, wie sind sie in ihrer Arbeit miteinander verknüpft? Bei den Produkten werden die Chancen und Risiken am Markt abgewogen. Wichtig ist insbesondere die Organisation. Handelt es sich noch um hierarchische Organisationsstrukturen oder ist die Firma bereits zu flexibleren Strukturen übergegangen? Der nächste Schritt der „Phase Null“ führt zur Strategie. Es werden Pläne und Szenarien über mögliche Unternehmensentwicklungen erarbeitet - auch hier geht es um das Personal, um die Produkte

und Dienstleistungen. Unerlässlich ist dabei der Blick nach außen. Wie verändert sich das Firmenumfeld, wie Kunden, Lieferanten und Mitbewerber? Die Unternehmensführung muss sich auch Gedanken über die Entwicklung ihrer Organisationsstruktur, Führungskultur und Geschäftsfelder machen. Im Mittelpunkt wird immer die Frage stehen: Wo will die Firma langfristig gesehen hin?

Auf der Grundlage von Aussagen aus diesem strategischen Teil der „Phase Null“ werden die architekturrelevanten Anforderungen formuliert. Wie soll sich das Unternehmen im neuen Gebäude widerspiegeln? Die räumliche Zuordnung der Bereiche, Abteilungen und schließlich der einzelnen Arbeitsplätze wird hier durchgespielt und festgelegt. Welche Räume gehören zu einem Team und müssen deshalb unbedingt in räumlicher Nähe liegen? Benötigt die Firma Zellenbüros, Teambüros, Kombi-Büros oder ganze Arbeitslandschaften mit Projektbüros und Workshopräumen? Wo sind kurze Wege erforderlich, welche Räume müssen bereichsübergreifend funktionieren?

Wenn dieser Berg von Fragen beantwortet ist, entsteht ein sehr klares Bild der Anforderungen. Das kann dann die Planungsprozesse erheblich beschleunigen und verringert natürlich die Planungsänderungen. Noch wichtiger allerdings: Das Gebäude ist fit für die Zukunft. Architekturpsychologe Hertel nennt es „Passung finden: Unternehmen und Gebäude müssen einander entsprechen“.

Natürlich kann auch geprüft werden, ob die Passung nicht doch mit einem „Facelifting“ der bestehenden Gebäude neuen Anforderungen gerecht werden kann. „Hier gilt es auch mit der vorhandenen Bausubstanz sensibel umzugehen“, erklärt Hertel.

Finanziell mache die „Phase Null“, so der Experte, nur einen Bruchteil der Baukosten aus. Es komme immer auf die Größe des Unternehmens an, aber meist reichen drei bis fünf Workshoptage, um anschließend das Raum- und Funktionsprogramm zu erstellen.

Das Honorar des Architekturpsychologen wird dann nach Tagessätzen abgerechnet. „Diese Mehrkosten sind sehr schnell wieder drin, weil beispielsweise zeitverzögernde Planungsänderungen wegfallen“, meint Hertel.

mc