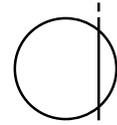


Zeitgemäße Arbeitswelten bieten mehr als nur den reinen Arbeitsplatz. Sie sind Raum für Inspiration und Konzentration, individuell und flexibel. Wie gelingt die Balance zwischen Basics und Upgrades, wie gelingt gute Gestaltung?

Das Werkbuch befasst sich mit Lösungsfindung und Herangehensweise, es behandelt die emotionalen Komponenten einer Büroplanung, zeigt Beispiele und gibt Anregungen zur individuellen, optisch ansprechenden Gestaltung des Lebens- und Arbeitsbereichs Büro mit Hilfe eines persönlichen, dem Konzept übergeordneten Gestaltungsthemas. Das Gestaltungsthema, dessen visuelle Komponenten eindeutig den Bezug zum Unternehmen herstellen, verleiht den Räumlichkeiten ein unverwechselbares Ambiente, verwandelt einen beliebigen Arbeitsplatz zu einem Arbeitsplatz der Firma XY.



Individuell und durchdacht gestaltete Räume bieten jedem Unternehmen ein hohes Wertschöpfungspotenzial. Sie kommunizieren die Unternehmensphilosophie. Gute Gestaltung ermöglicht ein positives Aufenthaltserlebnis und ein motivierendes Arbeitsumfeld, trägt zur Identifikation mit dem Unternehmen bei und ist – nach außen und innen – Markenbotschafter. Die Betonung liegt auf authentischer Gestaltung, abseits vom Standard und jenseits von Hochglanzbudgets. Die Idee bringt den Effekt, nicht allein das Kostenvolumen. Das Buch bietet formale, gestalterische Problemlösungen, auch im Umgang mit vorhandener Bausubstanz, diskutiert pro und kontra der verschiedenen Bürotypen: Open Office, Zellenbüro, Hybridversionen und benennt Entscheidungskriterien. Das Werkbuch kann und will keine professionelle Planung ersetzen, es zeigt gestaltungsrelevante Faktoren, setzt die Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben voraus. Vielmehr soll es dazu beitragen, den Dialog zwischen Bauherr und Planer zu erleichtern. Ein praxisorientiertes Arbeitshandbuch, das der Planungsphase vorgeschaltet und planungsbegleitend eingesetzt werden kann, ein Ideengeber für spürbare unternehmenstypische Akzente. Checklisten unterstützen die Lösungsfindung.

Das Werkbuch wurde im Rahmen meiner Büroprojekte entwickelt und „getestet“. Es baut auf langjähriger Praxiserfahrung und theoretischer Ausbildung in den Studienfächern Architektur, Innenarchitektur und Architekturpsychologie auf.

Aus dem Inhalt:

First Step - Gesamtkonzept

Gesamtkonzept: Philosophie, Image, Botschaft, Milieugestaltung, Standort, Funktion

Gestaltungsfaktoren: Der rote Faden, Empfinden+Reaktion, Gestaltfindung

Arbeitsplätze + Arbeitsmöglichkeiten: Arbeitswelten, Bürotypen, Storytelling-Logo in 3D

Must Have . Emotionale Faktoren: für die Augen, für die Ohren, für die Gesundheit

Identifikationsmerkmale: Akzente setzen

Identifikationselemente: Beispiele individualisierbar, Beispiele historisch

Corporate Design: Die Identität des Unternehmens, Corporate Design, Fragebogen

Farbgestaltung: Firmenfarben+Botschaft, Farbe+Raumfunktion, Materialfarbigkeit

Gestaltungsthema Büro: Beispiele für Arbeitswelten in Grösse S, M, L

Lichtplanung: Lichtwirkung+Raumfunktion, Lichtlenkung+Orientierung

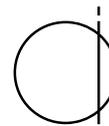
Planungskomponenten

Checklisten: Grundrissplanung, Raumplanung, Einrichtungsplanung, Grafikdesign

Persönliche Notizen: Platz für Ideen + Skizzen,

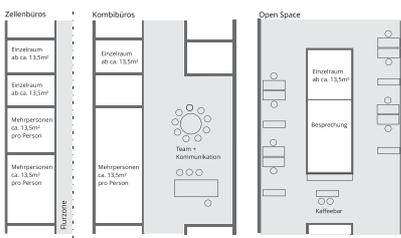
Auflage 03.2023, ISBN 9 783 748 117315, Spiralbindung DIN A4,
166 Seiten, 79 Abb., 36 Planskizzen, 4 Organigramme/Schaubilder

Das Werkbuch erscheint in KW 12, es ist im Verlags-Shop - BoD, im deutschsprachigen Buchhandel und in onlineshops (z. B. amazon, buch, thalia, bol) erhältlich.



ARBEITSWELTEN / LOGO IN 3D . STORYTELLING...

ARBEITSWELTEN . BÜROTYPEN



Worin unterscheidet sich Firma X von Firma Y? Vor allem, wenn die Branche die Gleiche ist? Exakt die Differenzierung ist es, die eine Marke charakterisiert. Gute Gestaltung bedeutet, es muss spürbar sein, in welchem Unternehmen man sich befindet. Den Unterschied machen aber nicht lediglich andere Farben, andere Möbel, andere Beleuchtung, den Unterschied macht das persönliche, typische Gestaltungsthema.

LOGO IN 3D . STORYTELLING

Das persönliche Gestaltungsthema ist das entscheidende Element. Es macht unabhängig von aktuellen visuellen Trends, es ermöglicht eine eindeutige Zuordnung von Raum und Inhaber. Das persönliche Thema wird bleiben, es ist die Aussage, die auch über längere Zeiträume Gültigkeit hat. Gute Gestaltung ist unabhängig von den Herstellungskosten! Die Idee bringt den Effekt, nicht allein das Budget. Das typische, persönliche Thema behält seine Wertigkeit und seine Aussagekraft unabhängig von der Größe des Objektes, unabhängig von aktuellen Trends. Ein Gesamtkonzept auf dieser Grundlage zieht sich wie ein roter Faden durch alle Räume.

Je nach Raumfunktion werden sachliche und emotionale Anteile gewichtet. Ein Thema bietet Spielraum für mögliche Anpassungsmaßnahmen, ohne die übergeordnete Aussage zu verlieren. In jedem Unternehmen ist die psychologische Wirkung der räumlichen Umgebung ein qualitätsgebender Faktor für den Chef, für das Team und für die Kunden. Gute Gestaltung ermöglicht ein positives Aufenthalts Erlebnis und ein motivierendes Arbeitsumfeld. Und nicht zuletzt sind individuell gestaltete Geschäfte Räume wohl eine der diskretesten Marketingmaßnahmen.

Alle visuellen Elemente, Raum, Beschilderung, Druckwaren und Website, das gesamte optische Erscheinungsbild kann auf das typische Gestaltungsthema zurückgreifen. Die intensive Auseinandersetzung mit dem persönlichen Gestaltungsthema geht dem Planungsprozess voran. Im Prinzip bedeutet das ein Filtern aller Eigenheiten eines Unternehmens mit dem Ziel, das jeweilige Alleinstellungsmerkmal zu definieren. Das Filterspektrum umfasst Standort, Produkt, Philosophie, Assoziationen, Historie, Innovationen und Ziele. Zu Beginn jedes Planungsprozesses steht das Hinterfragen der Bedürfnisse der Menschen, welche die Räume nutzen werden. Für die Gestaltung bedeutet dies unabhängig die inhaltliche Auseinandersetzung mit Arbeitsweise und Arbeitsprozess, mit dem Standort (City oder Land), mit der Philosophie und Zielvorstellung des Nutzers.

Die grundlegende Berücksichtigung von funktionellen Anforderungen, technische Vorgaben und rechtlicher Belange wird zu einem Konzept führen, das dem Büroalltag gerecht wird. Eine personenbezogene Milieugestaltung mit emotionaler Aussage erfordert das Einbringen typischer Faktoren mit Alleinstellungsmerkmal. Authentische Gestaltung verbindet die Schaffung funktioneller Arbeitsräume mit allen emotionalen Aspekten. Funktionelle Aspekte, bauliche Vorgaben und Vorschriften sind eindeutig definiert und allgemeingültig. Allein emotional-persönliche Faktoren führen zu einem unverwechselbaren Erscheinungsbild, zu einem ganzheitlich authentischen Erscheinungsbild, mit dem sich Inhaber und Teammitglieder identifizieren, das gleichzeitig Wertschätzung ausdrückt, gegenüber den Menschen, die dort arbeiten oder empfangen werden. Das persönliche Thema kann als nachhaltiges Gestaltungselement gelten, unabhängig von Trends und Mainstream. Das persönliche Thema ist nichts anders als die Geschichte hinter dem Inhaber, hinter dem Unternehmen. Umgesetzt in räumliche Strukturen und Elemente wird diese Story zum Logo - in 3D.

IDENTIFIKATIONSELEMENTE ...

INDUSTRIE

Flurbereich mit Aufenthalts-, Pausen- und Wartezone „we place“

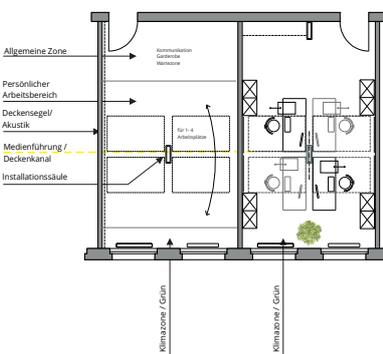


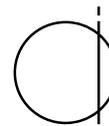
RAUMZONIERUNG ...

VERWALTUNG

Die Maßnahme erspart eine kostenintensive Neuinstallation über Wand, Boden, Decke. Für die Versorgungsleitungen ist lediglich ein Wanddurchbruch pro Büro notwendig. Damit wird ein formales, exklusives Element geschaffen, die Räume erhalten ganz speziellen Charakter und bieten ein zeitgemäßes Arbeitsumfeld.

Raumzonierung - durchgängiges Prinzip





FARBGESTALTUNG

FARBGESTALTUNG

FIRMENFARBEN + IMAGEFAKTOR

Farbe ist definitiv ein wesentlicher Imagefaktor und Informationsträger. Farbgestaltung spielt eine maßgebliche Rolle in jedem Gestaltungskonzept. Studien* veranschaulichen das 40 - 80% aller Informationen, die das menschliche Gehirn aufnimmt, visuelle Informationen sind. Visuelle Informationen sind immer Farbinformationen, d. h. Formen werden nur durch die Farbunterschiede kenntlich. In den sensiblen Raumbereichen bzw. Räumen einer kreativen Arbeitsumgebung kommt der Farbgestaltung besondere Bedeutung zu. Dem Mitarbeiter zu sein, nicht eigene Räume zu betreten, mit allen Erwartungen, Stimmungen und Ängsten ist eine Ausnahmezustand, keine Situation der gewohnten privaten Umgebung. Um so wünschender ist es, von Räumlichkeiten empfangen zu werden, die willkommen heißen, Vertrauen vermitteln und einen angenehmen Aufenthalt bieten. Für jeden Menschen, gleich ob Chef oder Mitarbeiter sind die Büroräume Arbeitsumgebung, es leichter die Erfordernisse Räume zu schaffen, die motivieren und konzentriertes Arbeiten ermöglichen. Das Wissen um dieses unbewusste Wahrnehmen und die Auswirkung auf Menschen, die Räume als ständiges Umfeld erleben oder auch nur temporär als Besucher erfahren, erfordert eine gestalterische Balance. Auch für das Gestaltungsinstrument Farbe gilt es, die unterschiedlich genutzten Räumlichkeiten eines Unternehmens übergeordnet, in Bereiche gliedern:

In den **Kommunikationsbereich** mit Empfang, Lounge, Bar, Kantine, Besprechungsräumen, den **Arbeitsbereich** mit persönlichen Arbeitsplätzen oder konzentrationsintensiven Bereichen und den **Funktionsbereich** mit Sanitäräumen, Archiven, Technikräumen etc.

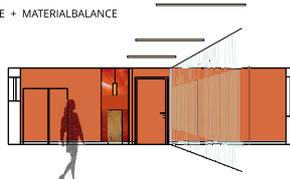
FARBE + RAUMFUNKTION

Diese in ihrer Funktion und in ihrer Aufenthaltsqualität konträren Zonen sind zu einem gestalterischen Ganzen zu binden, ohne dabei die funktionellen Anforderungen außer Acht zu lassen.

Welche Anforderungen stellen Firmenleitung und Team an ein optimales Arbeitsumfeld? Was erwartet ein Mitarbeiter von seinem Arbeitsplatz?

Neben oder eingebunden in die Gestaltungsbestandteile Form, Material und Lichtführung kann Farbe die unterschiedlichen Ansprüche an die Räumlichkeiten integrieren. Farbe nur um der Farbigkeit willen, also ohne einen gestalterischen oder thematischen Bezug einzusetzen, würde eine Rückstufung ihrer Wirkungsmöglichkeit zu oberflächlichem Dekor bedeuten.

FARBE + MATERIALBALANCE



Farb + Materialspur Anteiligkeit im Raum



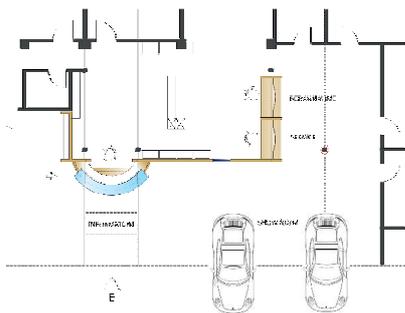
Farbe kann viel mehr sein als Dekor. Farbe kann durch eine warme, lichte Farbgebung im kommunikativen Bereich eine entspannende, beruhigende und freundliche Atmosphäre prägen, frische, helle, klare Töne bewirken ein konzentriertes, sachliches, cleanes, professionelles Klima im Arbeitsbereich. Mit welcher Intensität Farbe eingesetzt wird, ist unmittelbar abhängig von weiteren raumbildenden Faktoren. Hier ist die Ausleuchtung der Raumzonen mit natürlichem und ergänzend künstlichem Licht von grundlegender Bedeutung. Gleiches gilt für die Ausbaumaterialien, die Farbträger, Haptik, Oberflächenart, Reflexionsgrad, helle und dunkle, harte und weiche Flächenanteile sind im Hinblick auf ihre Gesamtwirkung zu kombinieren.



BEISPIEL ... SERVICEPOINT AUTOHAUS

SERVICEPOINT AUTOHAUS

Grundriss - o.M.



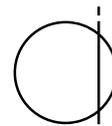
Informationstheke: Identelement „Autoreifen“

Materialmix: Glas, Aluminium, Kautschuk, gesägte Fichte.



Die angegliederten Serviceplätze für Reparaturaufnahme schließen die Thekenanlage





MUSTHAVE EMOTIONALE FAKTOREN ...

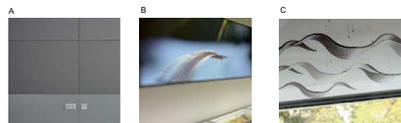
MUST HAVE . EMOTIONALE FAKTOREN

...FÜR DIE OHREN

... meint die Qualität der Raumakustik als adaptives Gestaltungselement. Raumakustik funktioniert vor allem in telefonaktiven Teams als ein entscheidendes Gestaltungskriterium. Akustisch ausgeglichene Räume werden als konzentrationsfördernd immer wichtiger, schalltechnisch harmonische Räume wirken stressmindernd. Der Geräuschpegel am Arbeitsplatz ist ein emotionaler Faktor, der mit einfachen Mitteln gestaltet und gesteuert werden kann. Wandabsorber mit textiler Bespannung, Stellwände mit Absorberfunktion zwischen den Schreibtischen, Flächen und Abhängelemente für die Raumdecke wirken nicht nur akustisch, sie setzen gleichzeitig Form- und Farbakzente. Alle diese Elemente sind auch nachträglich einbringbar, ohne bauliche Eingriffe.

Beispiel 1: Wandabsorber mit textiler Bespannung

Als Farbfäche, Pinnwand und Absorber (A) ... oder als Wandbild mit Motiven aus dem Unternehmensarchiv (B). Die Materialpalette reicht von Wollstoff, Wollfilz bis zu hinterleuchteten transluzenten Druckgründen.



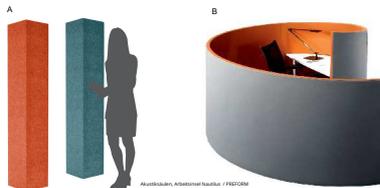
Beispiel 2: Deckensegel aus Wollfilz

... gibt es in zahlreichen Formen, Farben und Größen, rund, quadratisch, zylinderförmig, in Wolkenform oder wellenförmig (C). Dies erlaubt eine perfekte Abstimmung auf Raumtyp, Raumgröße und Gestaltungssprache.

22

Beispiel 3: mobile Absorberelemente

... sind akustisch wirksame, frei stehende Raumelemente. Sie bieten neben einem hohen Wirkungsgrad zudem den Vorteil, variabel einsetzbar zu sein. Die Elemente können passend zum Arbeitsplatz angeordnet werden. Die Formen reichen von frei stehenden Solitär-Säulen (A) bis zur Arbeitsplatz-Einhausung (B). Mobiler Schallschutz kann so zielgenau eingerichtet und je nach Bedarf auch wieder verändert werden. Die breite Palette an Oberflächenmaterialien und -farben ermöglicht die optimale Abstimmung auf das unternehmenstypische Corporate Design.



Beispiel 4: Modulelemente aus Naturkork

Kork ist wohl mit eines der umweltfreundlichsten Materialien, die im Interior Design zur Anwendung kommen. Das Material wird aus der Rinde der Korkbäume gewonnen, ist erneuerungsfähig und wiederverwertbar. Die einzigartige zelluläre Konstruktion wirkt undurchlässig für Flüssigkeiten und Gase. Kork wehrt Feuchtigkeit ab und verhindert die Bildung von Schimmel und Mehltau. Im Innenbereich wird das Material zur Wärmedämmung und zur Schalldämmung verwendet. Wandgestaltungen, bestehend aus arrangierten Einzelelementen sind sowohl funktionelle als auch optische

23

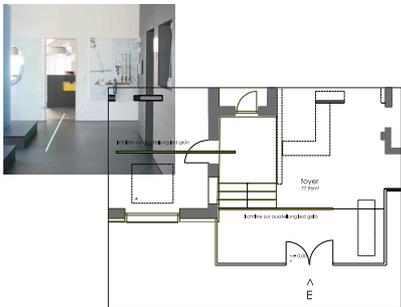
LICHTPLANUNG ...

LICHTLENKUNG + ORIENTIERUNG

Für Arbeitsräume gelten - je nach Größenordnung - gesetzliche Vorgaben im Hinblick auf Ausleuchtung und Orientierung von Flucht- und Rettungswegen. Über diese funktionell-formaten Vorgaben einer Sicherheitsbeleuchtung hinaus kann Beleuchtung welche der Orientierung dient, auch konkret in die Gestaltungskonzeption einbezogen werden, indem auf besondere Elemente oder Raumfunktionen hingewiesen wird oder auch die Wegeführungen und Umlenkungen betont werden.

Beispiel 1: Lichtspuren im Bodenbelag

Ausgehend vom Empfangsbereich des Gebäudes verweisen im Bodenbelag verlegte LED - Profile auf besondere Raumfunktionen. Im gezeigten Beispiel die Raumfolgen des Ausstellungsbereichs. Damit wird eine gezielte Aufmerksamkeitssteuerung erreicht und gleichzeitig der Funktionswechsel betont.



68

CHECKLISTE BEISPIEL...

EINRICHTUNGSPLANUNG

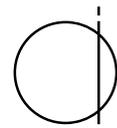
RAUMBUCH ARBEITSBEREICH / ZELLENBÜRO

Festlegung der einzelnen Gegenstände für die jeweiligen Funktionsbereiche bzw. Einzelräume

Raumbezeichnung: Einzelbüro ohne Besprechungstisch

| Element | Anzahl | Material | Farbe | Abmessungen |
|---------------------------------------|--------|----------|-------|-------------|
| Möblierung | | | | |
| Schreibtisch mit PC-Tisch | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Garderobe, montiert | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Drehstuhl | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Sideboard | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Garderobenschrank, S/W | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Teeküche/Minibarelement | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Rollcontainer | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Stehpult | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Aktenschrank | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Regale | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Accessoires | | | | |
| Vorhänge | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Garderobe/Abfage | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Papierkorb | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Uhr/Kalender | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Pflanzen | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Bilder | _____ | _____ | _____ | _____ |
| TV/Video | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Abfagekörbe | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Heizkörperverkleidung | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Elektroinstallation, allgemein | | | | |
| Deckenleuchte | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Stehleuchte | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Tischleuchte | _____ | _____ | _____ | _____ |

120



DAS STUDIO

arcidee ist das Designstudio der Architektin, Innenarchitektin + Designerin Ute Sölch. Projekte werden ganzheitlich und interdisziplinär geplant, Interior Design + Grafikdesign aus einer Hand, Basis dafür sind die Studienabschlüsse in den Fachbereichen Architektur + Innenarchitektur, ergänzt durch Weiterbildung im Fachgebiet Architekturpsychologie. Das Studio wurde nationalen + internationalen Designpreisen ausgezeichnet, zudem kann auf eine erfolgreiche Teilnahme am ZWP Design-Preis Deutsche Zahnarztpraxen verwiesen werden.



COPYRIGHT

Der Inhalt des Werkbuches einschließlich aller seiner Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung - auch in Auszügen - vorbehalten. Die kommerzielle Nutzung des Werkbuches, einschließlich aller Inhalte und Abbildungen, gesamt oder in Auszügen, bedarf der schriftlichen Genehmigung der Autorin.

All rights reserved 03.2023 © by arcidee – ute sölch architektin + innenarchitektin DWB