

Lifting

Innere Werte Intrinsic Values

Office Lifting – Mehr als Umgestaltung bestehender Büroräume
Office Lifting – More than merely re-designing existing offices
Entwurf Design raum:team92, Berlin/München

Schönheitskorrekturen für verstaubte Büroräume ohne eigene Identität sind häufig mehr als notwendig. Dabei reicht oft schon ein kleines Budget, um große Veränderungen zu schaffen, wie raum:team92 eindrucksvoll zeigt. Cosmetic corrections for old-fashioned offices without an identity of their own are sometimes more than necessary. A small budget is often sufficient, as raum:team92 impressively shows.



Angelika Zwingel und Brigitte Feuerer von raum:team 92

„Office Lifting“ – was ist das? Auch wenn der leicht ironisch gemeinte Begriff tatsächlich in Anlehnung an die Schönheitschirurgie gewählt wurde, hat er dennoch wenig mit schmerzhaften Eingriffen zu tun. Vielmehr umschreibt „Office Lifting“ eine integrative Designstrategie, die mit zurückhaltenden Mitteln gleichzeitig auf die Gestaltung der räumlichen Firmenidentität und auf strukturelle Verbesserungen im konkreten Arbeitsumfeld abzielt. Ein grundsätzlicher Aspekt hierbei ist es, die Formulierung eines nach außen gerichteten Firmen-Brandings mit der internen Authentizität und Arbeitsfunktionalität gestalterisch in Einklang zu bringen.

Was kann Office Lifting bewirken?

Die in München und Berlin selbstständig tätige Architektin Angelika Zwingel sieht gerade in der Konzeption von kleinstmaßstäblichen Eingriffen die Möglichkeit, eine Antwort auf die Bedürfnisse von kreativen und jungen Firmen zu finden, die um das kapazitätssteigernde Potenzial konzeptionell durchdachter Räumlichkeiten wissen, deren Budget allerdings keine Kompletterneuerung zulässt. Zusammen mit ihrer Berliner Partnerin Brigitte Feuerer arbeitet sie seit 2004 in der Kooperationsgemeinschaft raum:team92, die sich gerne Aufgabenstellungen im Bestand annimmt. Ihre Arbeitsweise siedeln sie dabei mutwillig irgendwo zwischen Architektur und Interieur-Dekoration an, um ganz undogmatisch aus dem gesamten Repertoire raumbildender Disziplinen schöpfen zu können. Als eine erfolgreiche Projektreihe hat sich dabei die behutsame Neugestaltung von bestehenden Büros entwickelt. Um diese Art der funktional-symbolischen Rauminszenierung besser fassen zu können, schien eine Begriffsfindung bald unumgänglich und wurde mit dem Begriff „Office Lifting“ auch schnell gewählt. Dringend wird ein Eingriff spätestens dann, wenn das bestehende Konzept anfängt, Defizite aufzuweisen, die Möbel abgenutzt sind und viele kleine Veränderungen den



Lichte Arbeitsatmosphäre in der Agentur Schröder+Schömb's. Bright working atmosphere in the Schröder+Schömb's agency.

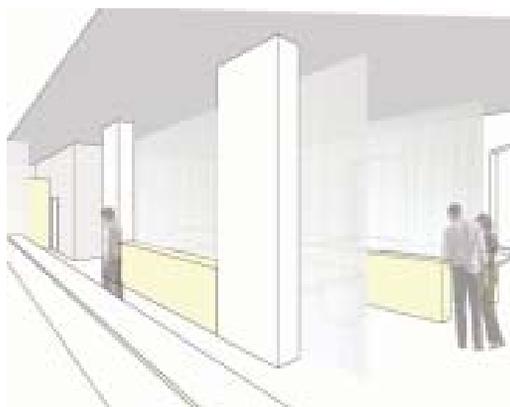
Fotos: Stefan Meyer, Berlin

Ort über die Jahre indifferent werden ließen. Eine Situation, die man nicht selten findet, denn das Potenzial einer sinnvollen Raumkonzeption in Bezug auf interne und externe Identitätsstiftung wird gerne unterschätzt. Die meisten Arbeitsumgebungen bleiben weit hinter ihren funktionalen und räumlichen Möglichkeiten zurück. Gerade bei kleinmaßstäblichen Projekten ist der Kommunikationsaufwand realistisch einzuschätzen, denn der Kernpunkt der Arbeit mit dem Bauherrn ist das Gespräch. Im Dialog muss sehr klar herausgefiltert werden, was gewünscht und was wirklich gebraucht wird. Praktische Bedürfnisse der Nutzer sind die Maßgabe für die Gestaltung. Für den Erfolg des Projektes sind gerade im Hinblick auf das Budget die Entwicklung eines kohärenten Prioritätenkatalogs sowie die Reduktion der Entwurfsstrategie auf wenige tragende Elemente unumgänglich.

Textile Raumteiler bei Schröder+Schömbbs

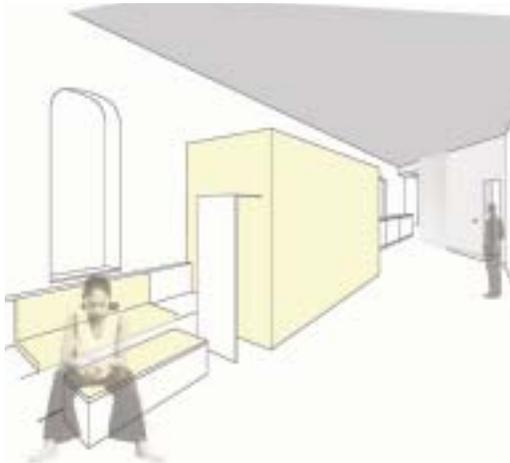
Gerald Schömbbs, Mitbegründer der Event- und PR-Agentur Schröder+Schömbbs, kam diese Herangehensweise sehr entgegen. Die Architektinnen und der Bauherr kannten sich von einem früheren Projekt und im gemeinsamen Gespräch stellte sich heraus, dass er seinen Firmenräumen sehr gerne „einen neuen Twist“ geben würde. Zudem war ihm durchaus bewusst, dass es einige ernsthafte Knackpunkte zu lösen galt. So entstand ein Office Lifting für ein überaus agiles Team, dessen Tagesablauf eine Reihe ganz unterschiedlicher Anforderungen an die Räumlichkeiten stellt.

Die Büroräume gruppieren sich im dritten Stock um einen Innenhof eines alten Berliner Stadthauses. Die bestehende Grundrisseaufteilung hatte sich für die Zwecke der Agentur soweit als anpassungsfähig erwiesen, jedoch hatten sich über die Zeit funktionale Mängel eingeschlichen. Darüber hinaus wurde die Ausstrahlung der Räume nicht mehr adäquat für das Selbstverständnis des Teams empfunden. Die Aufgabe bestand darin, für die bestehenden Büroräume eine räumliche Corporate Identity zu entwerfen, die die Arbeit der Agentur und ihr Image widerspiegelt. Auch sollte die Möglichkeit entstehen, bestimmte Arbeitsbereiche von Aufenthalts- und Bewegungsflächen klarer abzugrenzen, gleichzeitig aber die Flexibilität der Räume zu verstärken. Die Eingriffe wurden dementsprechend sehr strategisch angesetzt. Angelika Zwingel entwarf ein Konzept, das ein paar einfache Eingriffe vorsah und ein wenig zielgerichtetes Neugliedern und Ordnen erforderte, um das Interieur in eine neu organisierte Einheit mit individuellem Charakter zu verwandeln. Textile Wandteiler beschreiben jetzt Raumabschnitte, können aber trotzdem flexibel gehandhabt werden. Durch diese Maßnahme wird die Tiefe der Räume akzentuiert und mit deren Lichtqualität gespielt. Drei Kuben sind als Raum im Raum zum Zwecke der Maximierung von Aufbewahrungsmöglichkeiten eingestellt. Mit Kunstleder bezogen, verstärkt die ungewöhnlich haptische Oberfläche die Ausstrahlung des Büros. Der neue Empfang wurde zu einem informellen Besprechungsort und Mittagstisch für Mitarbeiter und Kunden umgestaltet. Hier findet sich auch ein Bereich, in dem die Arbeit der Firma in Form von Publikationen ausgestellt wird. Alle neuen Elemente, Überzüge und Oberflächen



Erste Renderings First Renderings

Am Anfang war die Idee In the beginning was the idea



Zone für Entspannung und Lektüre Zone for relaxing and reading

Das ist keine Cafeteria

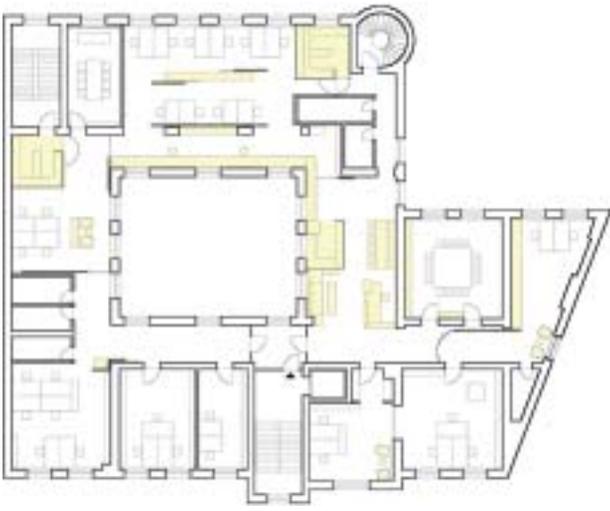


Steelcase möchte, dass Sie noch erfolgreicher sind. Deshalb haben wir **neue Ideen** entwickelt, Ihre Cafeteria zu nutzen, auch wenn die Küche geschlossen ist. Normalerweise sind das nämlich die **besten Bereiche** in einem **Gebäude**, aber einen Großteil des Tages stehen sie leer. Nutzen Sie sie doch für informelle Meetings, für Gespräche mit Kunden und Besuchern! Mit **flexiblen Raum- und Technologie-Lösungen** unterstützen wir Sie bei der Aktivierung dieser Bereiche. So können Sie Ihren Raum besser nutzen – natürlich bei einer Tasse Kaffee...

Steelcase®



www.steelcase.de



Grundriss der Event- und PR-Agentur Schröder+Schömbbs Floor plan of the event and PR agency

Knallige Grafik markiert den Empfangs- und Aufenthaltsbereich. Flashy graphics accentuate the reception and the lounge.



Transluzente Vorhänge ermöglichen Flexibilität und gleichzeitig Intimität. Translucent curtains create flexibility and intimacy.



sind in Weiß gehalten, um der sehr lebendigen Arbeitsumgebung eine ruhige Grundausstrahlung zu verleihen. Die Identität des Teams wird mit Sprüchen und Zitaten, die von den Mitarbeitern ausgewählt wurden, nach innen und außen reflektiert. An den Wänden arrangiert, ergänzen sie die ruhige Grundstimmung mit ein wenig Farbe und Eigenwilligkeit.

Echtes und unechtes Grün bei Zucker PR

Ein weiteres Office Lifting wurde in der PR-Agentur Zucker vorgenommen. Die in Berlin-Mitte ansässige Agentur fand sich 2006 in einer Situation wieder, in der für frischen Wind in den Büroräumen gesorgt werden musste. Die beiden Geschäftsführer hatten auch schon ein paar Ideen: ein neues Möbel für ihren Konferenzraum, ein „roter Faden“ als das besondere Etwas fürs Büro und etwas „Erfrischendes“ – vorzugsweise Pflanzen. Um alle Bedürfnisse bedienen zu können, war eine Gesamtlösung für die unterschiedlichen Wünsche gefragt, gleichzeitig war das angesetzte minimale Budget einzuhalten.

Raum:team92 legte deshalb das Hauptaugenmerk auf den Kundenwunsch nach mehr Grün im Büro. Das Motiv der Blumenkästen von „Omas Fensterbank“ als ein altbekanntes, häusliches Gestaltungselement wurde aufgegriffen, in einen anderen Kontext gestellt und das Thema insgesamt etwas aufgefrischt. In diesem Fall hängen die Blumenkästen an unorthodoxen Stellen an den Wänden im Inneren und die echten Grünpflanzen wurden mit abstraktem Grün kombiniert – grafische Pflanzenmotive, die als visueller Leitfaden dienen. Als echtes Grün wurde der unverwüstliche und pflegeleichte, als Standardbüro-pflanze bekannte Bogenhanf gewählt. Assoziationen an die Hydrokulturzeit der 1980er im Büro und zu Hause waren gleichermaßen einfach herzustellen, allerdings wertet die lineare Pflanzung an ungewöhnlichen Platzierungen den Bogenhanf hier zu einer eleganten Erscheinung deutlich auf. Außerdem hat sich der Bogenhanf mittlerweile so prächtig entwickelt, dass die als wohlszenierte Akzente gesetzten Pflanzenkästen sich langsam in begrünte Wandflächen verwandeln. Das neue Möbel für den Konferenzraum sollte vorrangig die notwendige Medienausstattung beherbergen – „ein Schränkchen für alles...“, so der Bauherr. Das nun installierte Möbel mäandert um die Ecke an der Wand entlang und bietet verschiedenen Funktionen Platz. Es dient als Magazinablage, als Schrank für das Medienequipment und als Sideboard für Gläser und andere kleine Notwendigkeiten. Schwarz eingefärbtes MDF transformiert in seiner samtigen Materialität den eher kleinen, einfachen Raum in einen definierten Bereich für Treffen, Gespräche und Diskussionen.

Ideen wichtiger als großes Budget

Die beiden von raum:team92 umgestalteten Büroräumlichkeiten stellen nachdrücklich unter Beweis, dass es oft nur einer klaren Konzeption, einer witzigen Idee und kleinerer Schönheitskorrekturen bedarf, um neuen Glanz gepaart mit einer frischen Brise in die abgenutzten Räume zu bekommen. Dafür muss in der Regel kein großes Budget zur Verfügung stehen – individuelle und identitätsstiftende Ideen sind hier gefragt.

arch/ms

"Office lifting" - what exactly does this mean? Even though the slightly ironic term was in fact borrowed from cosmetic surgery, it has little to do with it. Rather "office lifting" is used for an integrative design strategy which, with careful means, is aimed simultaneously at designing the spatial company identity and at structural improvements in the actual work environment. A fundamental aspect in this is the use of design to harmonize the formulation of external company branding with internal authenticity.

The architect Angelika Zwingel, working independently in Munich and in Berlin, sees precisely in the concept for smallest-scale interventions the potential to find an answer to the needs of creative and young companies aware of the capacity-increasing influence of conceptually thought-out premises, even when the budget does not allow a complete renovation. Together with her Berlin Partner Brigitte Feuerer, she has since 2004 been working in the co-operative office raum:team92, which welcomes tasks involving already existing buildings. The team's working method is deliberately positioned somewhere between architecture and interior design so as to be able to make full non-dogmatic use of the whole repertoire of space-creating disciplines. The careful conversion of existing offices has developed into a successful series of projects. In order to better grasp this functional-symbolic spatial production, it soon became inevitable to find a label, and the choice was quickly made in favour of "office lifting". An intervention becomes urgent at the latest when the existing concept starts to show deficits, when the furniture looks used and numerous small changes over the years have made the place look indifferent. This is a situation not infrequently encountered since the potential of a meaningful spatial concept tends to be underestimated with regard to the external and internal establishing of an identity. Most of the work environments lag far behind their functional and spatial potentials. Particularly with small-scale projects, the amount of communication has to be judged realistically since the core of working with the building client is communication. Through dialogue, it has to be very clearly filtered out what is wanted and what is really needed. Practical needs of the users are the parameter for the design. Especially considering the budget, the development of



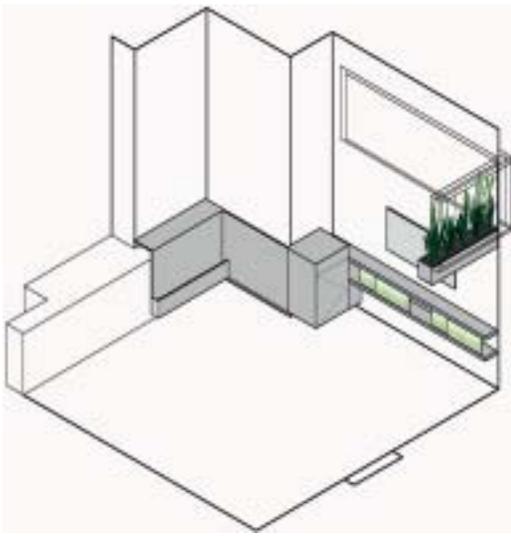
Grundriss der PR-Agentur Zucker Floor plan of the Zucker PR agency



Echtes Grün findet sich an den ungewöhnlichsten Stellen in der Agentur Zucker. Real greenery can be found in the most unusual places.

Make yourself comfortable.





Isometrie des Medienmöbels Isometrics of the media item of furniture

Grünpflanzen kokettieren mit Pflanzenmotiven. Non-flowering plants flirt with plant motifs.



Das „Schränkchen für alles“ beherbergt die Medienaussattung. The "place to put everything" houses the media equipment.

a coherent catalogue of priorities as well as the reduction of the design strategy to a few supporting elements is inevitable.

This approach very much suited Gerald Schömb, co-founder of the Schröder+Schömb event and PR agency. The architects and the client knew each other from an earlier joint project and in conversation it was found that he would very much like to give his company premises a "new twist"; he was also well aware that there were a few crucial problems to solve. Thus an office lifting was created for an extremely agile team whose daily routine includes a series of very different requirements concerning their premises.

The offices are grouped together on the third floor around an inner courtyard of an old Berlin town house. The existing floor plan had proved to be adaptable to the purposes of the agency so far, but in the course of time, functional flaws had crept up. Furthermore, the appearance of the rooms was not longer felt to be adequate to the team's self-image. The task consisted of designing a spatial corporate identity for the existing offices which was to reflect the work of the agency and its image. It should also become possible to more clearly separate specific work areas from zones for breaks and moving around, yet, at the same time, the flexibility of the rooms should be improved. The interventions were strategically planned accordingly. Angelika Zwingel designed a concept for a few simple interventions which required a bit of targeted re-structuring and ordering to turn the interior into a newly organized whole with an individual character. Textile partition walls now define sections of rooms yet can be handled flexibly. This measure accentuates the depth of the rooms and plays with their quality of light. Three cubes have been positioned as room-in-room to maximize the storage possibilities. Covered with artificial leather, the haptic surface intensifies the look of the office. The new reception was turned into an informal meeting place and a lunch table for employees and clients. Here is also an area where the work of the company is displayed in the form of publications. All the new elements, covers and surfaces are white in order to give the very lively work environment a calm basic look. The team's identity team is reflected towards the inside and the outside with sayings and quotes chosen by the employees and arranged on the walls. They complement the calm basic mood with a bit of colour and originality. A further office lifting was planned for the Zucker PR agency. In 2006, the agency, located in Berlin Mitte, found itself at a point where a fresh look for the office had become necessary. The two managers already had a few ideas: a new item of furniture for their conference room, representing a recurrent theme and something special for the office, as well as something "refreshing" - preferably plants. To satisfy all the needs, an overall solution for the variety of wishes was required, and, at the same time, the calculated minimal budget had to be considered. Thus the raum:team92 put the main emphasis on the clients' wish for more greenery in the office. The motif of the flower-boxes from "granny's windowsill" was chosen as a well-known domestic design element, put into a different context and the theme altogether freshened up a bit. In this case, the flower-boxes are hanging in unorthodox places on the walls inside and the real non-flowering plants were combined with abstract greenery - graphic plant motifs on the wall which serve as a visual guideline.