

Der wahre Wert von Design

Von Martin van der Linden, van der Architects Japan K.K.

VOR 15 JAHREN STANDEN DIE UNTERNEHMEN IM PREISWETTBEWERB. HEUTE DIFFERENZIEREN SIE SICH DURCH QUALITÄT. MORGEN WIRD ES DESIGN SEIN.

Bob Hayes, Harvard Business School

Tokyo hat den weltweit größten Bestand an Bürofläche: 82,8 Millionen Quadratmeter im Vergleich zu 37,7 Millionen in New York und 16,4 Millionen in Berlin. Tokyo hat auch eine der weltweit höchsten Büromieten und deshalb — vielleicht nicht überraschend — ist auch die Bürodichte höher. In Tokyo stehen jedem Büroarbeiter im Durchschnitt nur zehn Quadratmeter zur Verfügung, in New York sind es immerhin 14,8 und in Berlin 30. Ist es vor diesem Hintergrund sinnvoll, oder besser lohnt es sich, Geld für das Design eines Arbeitsumfeldes auszugeben? Reicht bei einer derart hohen finanziellen Belastung, die Büroausstattung in Tokyo darstellt, ein Grundinventar an Tischen und Stühlen nicht aus, um ein Büro einzurichten? Hat es wirklich einen Sinn, sowohl Zeit als auch Geld dafür aufzuwenden, ein Büro tatsächlich zu gestalten? Wenn ja, welche Sachverhalte müssen dabei berücksichtigt werden?

Um die komplexen Probleme zu verstehen, die bei der Gestaltung von Geschäftsräumen vorliegen, könnte es interessant sein, erstens einmal hundert Jahre in der Geschichte zurückzugehen und die Faktoren zu betrachten, die das Aussehen des Büros, wie wir es heute



▲ Bürotürme in Tokyo

kennen, geprägt haben. Zweitens: wenn wir an Werte denken, sollten wir die Probleme verstehen, die sowohl wirtschaftlich als auch sozialpsychologisch die Basis bei der Schaffung eines Arbeitsumfeldes darstellen. Darüber hinaus müssen wir betrachten, welchen Stellenwert und finanziellen Nutzen Design in diesem Prozess ausmacht.

1. Bürosituation in großen Städten 2004

	Berlin	New York	Tokyo
Durchschnittliche Bürofläche pro Person in m ²	30	14,81	10
Monatsmiete pro m ²	27,68 US-\$	39,36 US-\$	75,29 US-\$
Gesamtbürofläche in Mio. m ²	16,4	37,7	82,9
Leerstand	10,4%	8,9%	6%

Quelle: Jones Lang LaSalle

Wirtschaftliche Motivation

Der amerikanische Architekt Louis Sullivan prägte den allgemein bekannten Designgrundsatz „Form folgt Funktion“ (FFF). Sullivans Meisterwerk, das Guaranty Building in Buffalo (1895) kann als die Formulierung eines architektonischen Vokabulars für Bürohochhäuser verstanden werden. Sullivan würdigte in seinen Schriften die technischen Erfindungen, die dem Büroturm, den er geschaffen hat, den Weg geebnet hatten. 1859 installierte Elisha Otis den ersten Personenaufzug im Haughwout Building in New York. Der Personenaufzug ermöglichte es, die nutzbare Höhe von Gebäuden zu verdoppeln. Die Entwicklung des feuerfesten Stahlrahmens durch Jenney 1890 machte es möglich, die Höhe noch einmal zu verdoppeln. Diese Erfindungen, der Bau mit leichten Materialien und die Zugänglichkeit des Gebäudes in seiner vollen Höhe schufen das archetypische Büro, so wie wir es heute kennen: ein identischer Grundriss, der in große Höhen übertragen wird. Das

gegenwärtig höchste Gebäude ist der 101 Tower in Taipei mit 508 Metern.

Sullivans Leitspruch „Form folgt Funktion“ war eine Reaktion auf den Beaux-Arts-Stil, der die Architektur sowohl in den USA als auch in Europa zur Wende des 20. Jahrhunderts dominierte. In einer Zeit, in der die Architektur ihre erste Phase der Industrialisierung durchlief, dachte Sullivan, dass es angebracht wäre, für einen Zeitraum von einigen Jahren „komplett auf die Verwendung von Verzierung zu verzichten, um sich ausschließlich auf die Produktion von wohlgeformten Gebäuden zu konzentrieren.“ Sullivan glaubte, dass durch die Fokussierung auf die „harten“ Elemente der Architektur und durch die Eliminierung der Verzierung ein neuer Architekturstil entwickelt werden könne, der seine Schönheit in einer „reinen“ Form suchen würde, einer Form, die allein durch ihre Funktion geschaffen wird.

Äußere Verzierung mag in der ein oder anderen Form an Bürogebäuden wieder aufgetaucht sein, doch das Büroinnere gibt immer noch Sullivans Aphorismus wieder. Büros werden so gestaltet, dass sie so rational und funktional wie möglich sind.

Persönliche Motivation

1954 veröffentlichte der Psychologe Abraham Maslow das einflussreiche Buch „Motivation und Persönlichkeit“, in dem er seine Theorie der Selbstverwirklichung vorstellte. Nach Maslow haben alle menschlichen Wesen Bedürfnisse, die erfüllt werden müssen. In seinem Buch beschreibt Maslow eine Hierarchie persönlicher Bedürfnisse, eine Leiter (oder Pyramide) unbefriedigter Bedürfnisse, in

2. Hierarchie der Bedürfnisse nach Maslow

Grundbedürfnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Sauerstoff • Wasser • Nahrung • Schlaf
Sicherheitsbedürfnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Familie • Zuhause • Stabilität • Schutz
Soziale Bedürfnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Freunde • Bars • Sportvereinsmitgliedschaft
Identitäts- und Egoedürfnisse	<ul style="list-style-type: none"> • Status • Anerkennung • Ansehen
Selbsterfüllung und Selbstverwirklichung	<ul style="list-style-type: none"> • Wissenssuche • Ästhetische Erfahrungen

keit, Schmerz oder Unbehagen.

Sobald wir einmal einen bestimmten Grad an Befriedigung der überlebenswichtigen Grundbedürfnisse erreicht haben, wollen wir schützen, was wir erreicht haben, zum Beispiel die Sicherheit einer Familie und eines Zuhauses. Erwachsene sind sich dieses Bedürfnisses in sehr geringem Maße bewusst, außer in Notzeiten. Soziale und Besitzbedürfnisse sind auf halber Höhe der Leiter zu finden. Menschen sind Gemeinschaftswesen und versammeln sich in Organisationen, Bars, Sport- und Arbeitsgruppen – alles aus dem Bedürfnis heraus, Gefühle der Einsamkeit und Entfremdung zu überwinden. Das Identitäts- oder Ich-Bedürfnis ist das Bedürfnis nach Selbstachtung und

lichen Bedürfnisse niemals vollkommen erfüllt, deshalb setzen wir uns immer neue Ziele. Das letzte, als Selbsterfüllung oder Selbstverwirklichung bezeichnete Bedürfnis ist der Gewinn eines Gefühls der Bestätigung und das Erreichen des höchsten Potentials eines Individuums. Maslow bezeichnete dies als das Verlangen, „mehr und mehr das zu werden, was man ist oder zu all dem zu werden, wozu man fähig ist.“

Büromotivation

Diese Motivationsbedürfnisse und ihre hierarchischen Beziehungen sind in einem Arbeitsumfeld ebenso relevant (siehe Tabelle 3). Auch wenn der Grundbedarf wie Tische, Stühle und Klimaanlage

MANCHMAL FÜHLTE ICH MICH WIE EINE MASCHINE, EIN DING, DAS SEINE TÄGLICHE PORTION PRODUZIERT, MECHANISCH BLÄTTER MIT KALTEN, SCHMUTZIGEN FINGERN UMBLÄTTERND, SCHREIBEND, AUSWERFEND, ÜBERTRAGEND... DIE ARBEIT WAR STUMPF, UNAUFHÖRLICH.

S. F. Bullock: Robert Thorne: the story of a London clerk, 1907

der niedrigere Bedürfnisse vor den höheren befriedigt werden müssen (siehe Tabelle 2). Am unteren Ende der Leiter befinden sich die Grund- oder psychologischen Bedürfnisse, also die elementarsten biologischen Bedürfnisse wie Sauerstoff, Schlaf und Wasser. Wenn diese Bedürfnisse nicht erfüllt werden, fühlen wir Übel-

schließt Status, Anerkennung, Beachtung, Ansehen, Vertrauen, Unabhängigkeit, Freiheit und den Respekt anderer ein. Sind diese Bedürfnisse erfüllt, wird die Person sich selbstbewusst fühlen, sofern sie nicht unter einem niedrigen Selbstwertgefühl oder einem Minderwertigkeitskomplex leidet. Nach Maslow werden die persön-

ge als selbstverständlich angesehen werden, bemerken Büroarbeiter es sofort, wenn etwas Ungewöhnliches passiert, so zum Beispiel, wenn das Licht ausfällt oder jemandem ein neuer Schreibtisch zugeordnet wird, der kleiner oder größer ist. Die Veränderung wird eine psychologische Wirkung auf den Einzelnen haben.