

# Wer braucht noch ein Büro?

**Unternehmen.** In Zeiten zunehmender Flexibilität stellt die Arbeitsumgebung ein wirksames Identifikationsangebot für Unternehmen und Mitarbeiter dar. Eine identitätsstiftende Umgebung kann zum erfolgreichen Employer Branding beitragen.



Eine identitätsstiftende Arbeitsumgebung bei der Caritas Österreich

**D**as Image eines Unternehmens ist maßgeblich für die angestrebte Attraktivität als Arbeitgeber. Es ist das Ergebnis von Versprechen, Auftritt und Haltung. Arbeitgeber bekennen Farbe, positionieren sich und werden als Marke greifbar. Hier spielt auch die Qualität der Arbeitsumgebung eine wesentliche Rolle. Trotz – oder auch gerade wegen – der zunehmenden zeitlichen und räumlichen Unabhängigkeit der Büroarbeit rückt die Arbeitsumgebung in den Fokus der Aufmerksamkeit strategischer Überlegungen.

Irgendwo zwischen den bunten Arbeitswelten der Internetfirmen, die Vergnügungsparks für Erwachsene anbieten, und der alten mausgrauen Standardbürowelt gilt es, sich als Arbeitgeber einzureihen. Hier tut sich augenscheinlich ein besonders wirkungsvolles Handlungsfeld des Employer Brandings auf. Wer möchte nicht stolz von seinem attraktiven Arbeitsplatz erzählen? Schließlich verbringen wir mehr Zeit mit Arbeit als mit Freun-

den. Dennoch – die Schlussfolgerung, es reiche aus, eine trendige, bunte und konsequent gebrandete Arbeitsumgebung herzustellen, ist irreführend. Im Gegenteil: Nicht selten fällt die Umsetzung der Corporate-Design-Guidelines, die auf dem Papier und im Web bestens funktionieren, im Raum seltsam unbefriedigend und oberflächlich, manchmal sogar befremdend aus. Woran liegt das?

## Was passt zu meinem Unternehmen?

Die Entwicklung einer Corporate-Design-Strategie nimmt ihren Ausgang bei den definierten Werten und dem daraus abgeleiteten Leitbild, gleiches gilt für die Employer Brand. Das Arbeiten in einem Bad von bunten Bällen kann unmöglich zu allen Unternehmen passen und die gut gemeinte Rutsche als schnelle Verbindung zwischen den Geschossen verändert nicht die Dynamik im Unternehmen.

Vielmehr ist es ratsam, mit Hilfe von bisweilen ungewöhnlichen, kreativen Ideen für den Transfer der Unternehmenswerte in eine dreidimensionale Arbeitsumgebung zu sorgen.

## Potenziale des Arbeitsraums nutzen

Die Aufgabe bei der Gestaltung einer identitätsstiftenden Arbeitsumgebung ist es, Räume zu schaffen, die lustvolles, erfülltes Arbeiten fördern. Raum wirkt – funktional, symbolisch und emotional – und das nicht nur an der Oberfläche. Dimensionierung, Komposition, Formgebung, Materialien, Farben und Lichtführung können in ein sensationelles oder in ein durchschnittliches Raumerlebnis münden. Das Besondere an begehbarem Raum ist jedenfalls, dass man sich seiner Wirkung unmöglich willentlich entziehen kann. Aus der Sicht von Bewerbern und Kunden betrachtet: Raum hinterlässt nicht nur Bilder im Kopf, sondern wird mit Emotionen verknüpft. Augenblicklich nehmen die Betrachter Zeichen der Wertschätzung, oder aber auch Hinweise auf Protzerei wahr.



Kommunikation fördern UND Konzentrationszonen schaffen



Die M.O.O.CON home.base in Wien, ein Heimathafen für MitarbeiterInnen

## Warum noch ins Büro?

Im Zusammenhang mit gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen sehen sich Arbeitgeber mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Arbeiten wird zunehmend unabhängig von Ort und Zeit, die Auseinandersetzung mit flexiblen Arbeitszeitmodellen, Homeoffice und damit in Zusammenhang stehenden Themen ist nahezu zwingend erforderlich. Kaum ein Unternehmen kann es sich leisten, die veränderten Erwartungshaltungen der Arbeitssuchenden zu ignorieren.

Warum jedoch sollten Mitarbeiter den Weg ins Büro noch zurücklegen, wenn sie doch zu Hause oder im Café nebenan Bedingungen vorfinden, die ihnen eher zusagen? Das Büro konkurriert mit vielen möglichen Arbeitsorten. Daher sollte es zu einem Ort werden, an dem Menschen sein möchten, weil sie dort ideale Arbeitsbedingungen und eine kulturelle Heimat vorfinden. Die wichtigste Aufgabe von Employer Branding im Hinblick auf die räumliche Umgebung ist es daher, ein Identifikationsangebot zu leisten und emotionale Bindung zu ermöglichen.

Das Büro signalisiert im Idealfall, dass die Arbeitenden hier zu Hause sind. Ist das gegeben, steigt der Zufriedenheitsgrad. Motivation wird befeuert, indem Mitarbeiter spüren, dass sie Teil eines großen Ganzen sind.

## Wirksamkeit durch Glaubwürdigkeit

Zusammenfassend sei festgehalten, dass die Arbeitsumgebung – gerade in Zeiten zunehmender Flexibilität – ein äußerst wirksames Identifikationsangebot für die besten Köpfe darstellen kann. Jede Investition in den Arbeitsraum wird von innen und außen als deutliches Zeichensetzen eines Unternehmens als Arbeitgeber rezipiert. Die konsequente und ehrliche Ableitung von der gelebten Unternehmenskultur verspricht Glaubwürdigkeit und Authentizität. Das Ergebnis ist eine identitäts-

stiftende Arbeitsumgebung, die ihr volles Potenzial im Sinne und im Auftrag des Employer Brandings entfalten kann.

Alexandra Wattie und Sabine Zinke, M.O.O.CON

CAREER

&

MASTER

Competence

LOUNGE

DIE KARRIEREmesse

für Studierende, Absolventen, (Young) Professionals

Am Vorabend von West-Österreichs größter  
Karrieremesse findet das traditionelle  
pre-opening statt. 2019 mit dem Titel:

Brave New Work.  
Zukunftsvisionen jenseits  
des eigenen Schreibtisches.

Stefanie Fischer, Expertin für neue Arbeitswelten und  
Senior Consultant bei M.O.O.CON.

*M.O.O.CON ist die führende Unternehmensberatung für  
identitätsstiftende und nachhaltige Gebäude, Prozesse und  
Arbeitswelten.*

Weitere Infos unter:  
[www.career-competence.at/unternehmen/  
pre-opening](http://www.career-competence.at/unternehmen/pre-opening)