

Campers & Dens: Für noch mehr Privatsphäre in offenen Büroumgebungen

Offen, geschlossen und alles dazwischen: Wie Campingmobile Inspiration für mehr Privatsphäre in offenen Büroumgebungen lieferten.

🕒 Lesen 5 minutes

Campingmobile sind seit der Pandemie gefragter denn je, da die Menschen während der Lockdowns und der damit einhergehenden sozialen Isolation die Nähe zur Natur suchten. Der Wunsch, mehr Zeit in der Natur zu verbringen, inspirierte gleichzeitig einen Designer bei Orangebox, einer Steelcase-Marke, dazu, mehr Privatsphäre und Flexibilität an den Arbeitsplatz zu bringen. Er entwickelte Produkte, die dem Camping entlehnt sind. Eine neue weltweite Mitarbeiterstudie zeigt, dass sich die Menschen nach Privatsphäre sehnen: 75 % haben zu Hause einen eigenen Arbeitsbereich. Im Gegensatz dazu arbeiten 55 % der Menschen im Büro in offenen Arbeitsumgebungen. Die Menschen wünschen sich mehr Mitspracherecht in Bezug auf Ihre Umgebung. Und Untersuchungen zeigen, dass sie häufiger ins Büro kommen würden, wenn sie dort mehr Einfluss auf ihre Privatsphäre hätten.

Work Better sprach mit Orangebox-Designer Mark Partridge, um zu erfahren, wie die von Campingmobilen inspirierten Produkte – u.a. gehören Pods, Kabinen und sogenannte Awnings (Markisen) – den Wunsch nach Selbstbestimmung und Privatsphäre am modernen hybriden Arbeitsplatz erfüllen.

WB: Wie passt Campers & Dens in dieses neue Zeitalter der Arbeit?

MP: Heute wird überall gearbeitet – zu Hause, im Büro oder an völlig anderen Orten. Manch einer möchte z.B. im Park unter einem Baum arbeiten. Und das Büro sollte in der Lage sein, ein ähnliches Erlebnis zu bieten. Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, ihre Arbeitsräume in attraktive Destinationen zu verwandeln, an denen sich die Mitarbeitenden auch wirklich aufhalten wollen, und nicht nur deshalb, weil sie dorthin gehen müssen. Und sie sollten im Büro so arbeiten können, wie es ihnen am liebsten ist.

WB: Wie entstand die Idee zu Campers & Dens?

MP: Die heute üblichen offenen Arbeitsumgebungen können chaotisch sein, weil es keine wirklichen Regeln dazu gibt, wie man dort miteinander umgehen und in Kontakt treten soll. Etwas fehlt. Und es ist unsere Aufgabe als Designer, in solchen Fällen eine Lösung zu finden. Viele Bereiche in den heutigen Büros sind entweder komplett abgeschlossen oder völlig offen – dazwischen gibt es nur wenige Optionen. Mein Ziel war es, eine ganze Palette an Möglichkeiten für den Innenraum zu schaffen, die genau das ‚dazwischen‘ adressieren.

Mir fiel das Bild eines Camper Vans mit Markise, der auf einem Feld steht, in die Hände. Es brachte mich auf die Idee, Parallelen zum Camping in Betracht zu ziehen. Und mir wurde klar, dass der Zusammenhang sofort verstanden werden würde. Auch auf einem Campingplatz versteht man intuitiv, wie man sich verhalten soll. Und das Konzept macht Spaß und bringt mehr Lebendigkeit an den Arbeitsplatz, gerade jetzt, wo sich in der Arbeitswelt so viel tut.



WB: Wie unterstützt das Design dabei, sich im Raum zurechtzufinden?

MP: Campers & Dens besitzt subtile integrierte Elemente, die den Nutzer*innen ermöglichen, den für sie richtigen Grad an Privatsphäre zu wählen. Die abgeschlossenen Einheiten bieten vollständige Abschirmung und akustische Privatsphäre für Fokussarbeit, hybride Meetings oder um sich kurz auszuspannen. Durch die Eckverglasung fühlt es sich dennoch so an, als sei man mit der Umgebung verbunden. Der schräg verlaufende Eingang schafft eine persönliche Note und wirkt freundlich. Man hat das Gefühl, eine hübsche kleine Hütte zu betreten.

Die Awnings und Cabins bieten abgeschirmte, semi-private Bereiche für Gespräche zu zweit. Ein Awning schafft in Kombination mit einem Teppich sofort eine visuelle Abgrenzung, die signalisiert, dass man sich bemerkbar machen sollte, bevor man den Bereich betritt.

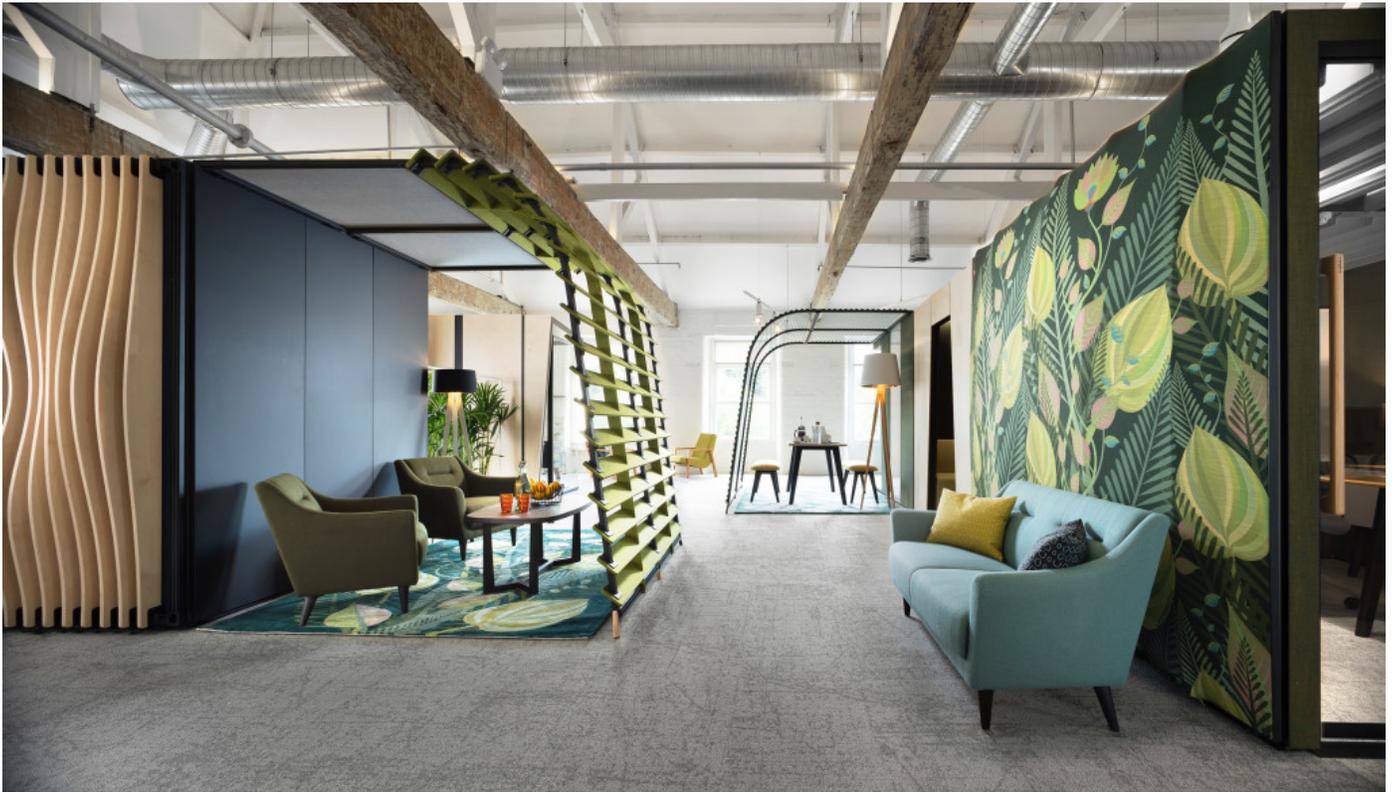
All diese sorgfältig gestalteten Aspekte dieser Rückzugsbereiche erleichtern es den Menschen, sich intuitiv am Arbeitsplatz zurechtzufinden und diesen ganz nach Bedarf zu nutzen.



WB: Warum ist es wichtig, dass Campers & Dens anpassbar sind?

MP: Da es keine festen Wände gibt, können wir so Architekten, Designer*innen und Kunden mehr Freiheit bieten, ihre Campers & Dens entsprechend der einzigartigen Markenbotschaft und Marke anzupassen. Man kann mit Materialien, Oberflächen und Farben experimentieren. Und da Campers & Dens nicht fest installiert werden, lassen sich auch die Wände und Paneele bei Bedarf neu konfigurieren.

Holzlamellen, bunte Stretch-Stoffe, neutrale Farben in Ombre-Qualität oder minimalistische Baumwollschnüre verleihen dem Raum ein einzigartiges Ambiente. Jede Option sorgt für einen unterschiedlichen Lichteinfall und bietet einen unterschiedlichen Grad an Sichtschutz, wodurch eine völlig verschiedene Atmosphären entstehen.



WB: Wie haben Sie die Idee realisiert?

MP: Als Designer sollten wir verstehen, wie Menschen leben und arbeiten. Ab und zu verschwinden wir ein Weilchen und beschäftigen uns mit großen, verrückten Ideen, um Lösungen für die Herausforderungen der Menschen am Arbeitsplatz zu finden.

Im nächsten Schritt geht es darum, das Projekt realisierbar zu machen. Die Entwicklungsphase kann fordernd sein, da es durchaus Diskrepanzen zwischen dem Konzept und der Umsetzung in der realen Welt geben kann. Aber wenn alle von einem neuen Produkt begeistert sind, dann werden Probleme als Herausforderungen betrachtet und nicht als Hindernisse. Wir tun alles, um das Konzept zu realisieren, damit es in der echten Welt funktioniert und die Bedürfnisse der Menschen erfüllt. Das Endergebnis bei Campers & Dens liegt immer noch sehr nah an der ursprünglichen Idee, die dem Projekt zugrundelag.

WB: Was kommt als nächstes in Sachen Campers & Dens?

MP: Niemand weiß, in welche Richtung wir uns in den nächsten Jahren in diesem neuen Zeitalter der Arbeit bewegen. Was wir anbieten können, ist ein überaus anpassbares Instrumentarium wie Campers & Dens, das ermöglicht, den Arbeitsplatz im Laufe der Zeit anzupassen. Das ist erst der Anfang von Campers & Dens.

Erfahren Sie [hier](#) mehr über Campers & Dens.



Mark Partridge, Design Manager, Innenarchitekt, Orangebox

Mark führte flexible akustische Arbeitsbereiche auf dem Markt ein.

Er hat die Airea2 & Air3 Pods, die „Why Build Walls“-Kampagne & die Campers & Dens Interior Architecture Plattform konzipiert und entwickelt.

Mark Partridge blickt auf eine 35jährige Karriere als Designer zurück. Seine Leidenschaft für Design wurde bereits als Teenager geweckt. Nach seinem Universitätsabschluss im Bereich Produkt/Industrie-Design an der North Essex School of Art, erhielt Mark eine renommierte Auszeichnung der Royal Society of Arts. Er zog nach London, um Leuchten zu entwickeln. Eine Zeitlang arbeitete er freiberuflich, bevor er für dreieinhalb Jahre am namhaften Jubilee Line Extension Project mitarbeitete, für das er die gesamte Produktpalette gestaltete – von den Leuchten über die Kartenschalter, Beschilderungen und Fahrkartenschranken. Das Projekt wurde vom angesehenen italienischen Designer Roland Paoletti geleitet. Nachdem er akustische, tragbare Bürokabinen entwickelt hatte – eine seiner erstaunlichsten Erfahrungen – gründete Mark seinen eigenen Produktionsbetrieb. Schließlich konnte Orangebox ihn von sich überzeugen. Heute leitet er für Orangebox den Innenarchitekturbereich des Unternehmens. Mark liebt es, Lösungen für Probleme zu finden, von denen die Kunden noch gar nicht wussten, dass sie existieren. Und er erzählt leidenschaftlich gern fesselnde Geschichten zu seinen Entwürfen.
