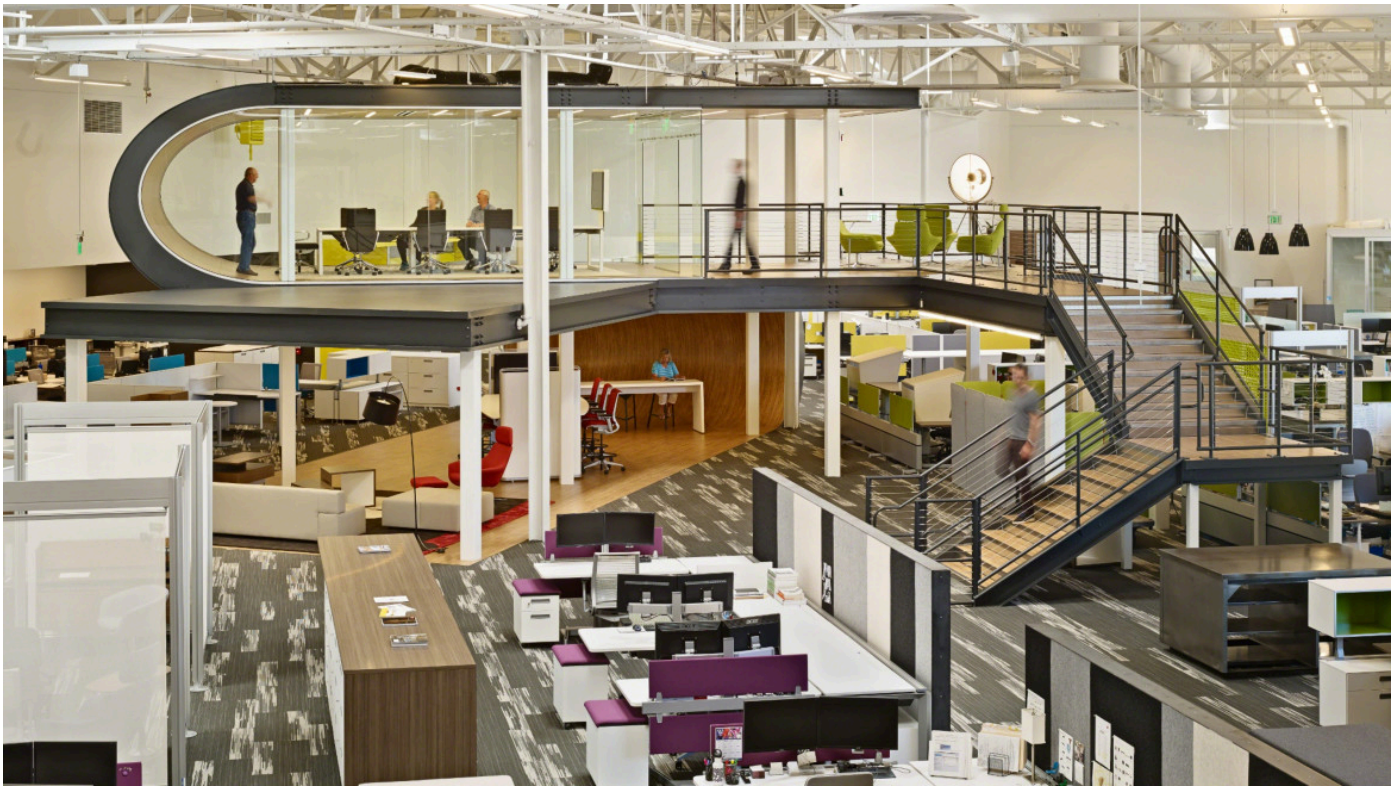
Kultur + Talent

Erkenntnisse und Daten revolutionieren die Kultur am Arbeitsplatz

Wie das Unternehmen „One Workplace“ Daten und Erkenntnisse nutzt, um sein wachsendes Team besser zu unterstützen.

Lesen 4 Minuten



ONE WORKPLACE, SANTA CLARA, CA

One Workplace blickt auf eine lange Geschichte zurück, wenn es um die Gestaltung großartiger Arbeitsumgebungen für einige der weltweit innovativsten Unternehmen geht. Genau genommen wird die Bezeichnung Büro dem Hauptsitz von One Workplace in Santa Clara mit seinem rund 3500 Quadratmeter großen Showroom, der nicht nur Ausstellungszwecken dient, sondern vom Unternehmen aktiv genutzt wird, nicht gerecht. Der Hauptsitz spiegelt die Mission des Unternehmens wider, die darin besteht, Arbeitsumgebungen zu entwickeln, die Mitarbeiter inspirieren und Unternehmen revolutionieren. Für One Workplace gilt: Durch ein reibungsloses Ineinandergreifen von Mitarbeitern, Arbeitsumgebungen und Technologie sollen die Unternehmenskultur und die Produktivität gestärkt werden.

Kürzlich stand One Workplace jedoch selbst vor einigen der Probleme, die es sonst für seine Kunden zu lösen sucht. Nachdem die Mitarbeiterschaft um mehr als ein Viertel angewachsen war, war es in den derzeitigen Büroräumen schlichtweg zu beengt. Der Glanz war verflogen und die Büroräume schienen einfach nicht mehr so zu funktionieren wie früher.

Um mehr darüber zu erfahren, wie die Mitarbeiter die Büroräume nutzten und wie eine Büroerweiterung aussehen könnte, hat sich One Workplace für Workplace Advisor Studie entschieden.

Workplace Advisor Studie ist ein Tool von Steelcase zur Messung von Arbeitsumgebungen. Im Rahmen einer zeitlich begrenzten Studie kommen Sensoren und weitere Bewertungstools zum Einsatz, um Unternehmen dabei zu helfen, größere Investitionen zu legitimieren und das Nutzererlebnis in seiner Gesamtheit zu verbessern. One Workplace wollte anhand von Daten ermitteln, ob der verfügbare Raum tatsächlich so genutzt wurde wie angenommen. Workplace Advisor Studie stellt jedoch nicht nur objektive Daten zur Raumbelegung bereit; es werden auch qualitative Daten erhoben. Im Rahmen von Umfragen haben Mitarbeiter die Möglichkeit, sich zu ihren Lieblingsarbeitsplätzen und bevorzugten Arbeitsplatzmerkmalen zu äußern. Dadurch soll ermittelt werden, warum manche Bereiche genutzt werden, andere wiederum nicht.

„Daten sind wichtig. Aber sie sind nur dann von Nutzen, wenn wir mit ihnen den Arbeitsalltag unserer Mitarbeiter und Kunden verbessern können“, so Mark Baker, COO bei One Workplace. „Büroräume haben einen kulturellen Wert, den wir mit den Sensoren allein nicht ermitteln könnten. Durch die Kombination der Daten mit ehrlichem, qualitativem Feedback konnten wir uns ein umfassenderes Bild davon machen, wie wir unsere Mitarbeiter am besten unterstützen können.“

„Durch die Kombination der Daten mit ehrlichem, qualitativem Feedback konnten wir uns ein umfassenderes Bild davon machen, wie wir unsere Mitarbeiter am besten unterstützen können.“

Die Ergebnisse der Workplace Advisor Studie waren überraschend. Obwohl am Hauptsitz in Santa Clara 260 Mitarbeiter beschäftigt sind, wurden im Durchschnitt nur 36 Prozent der verfügbaren Fläche tatsächlich genutzt. Die qualitativen Daten geben Aufschluss darüber, warum dem so ist. Obwohl die Fläche mit rund 3500 Quadratmetern mehr als ausreichend war, wurde das Design der zu verrichtenden Arbeit bzw. der Unternehmenskultur von One Workplace schlichtweg nicht gerecht.

„Es war nicht so, dass die Quadratmeterfläche nicht ausreichte. Es fehlte schlichtweg an den richtigen Arbeitsbereichen.“

„Es war nicht so, dass die Quadratmeterfläche nicht ausreichte. Es fehlte schlichtweg an den richtigen Arbeitsbereichen“, so Creative Director, Chris Good. „Einzelbüros und Besprechungsbereiche sind einfach nicht dasselbe. Uns ist bewusst, dass sich das Mitarbeiterverhalten durch die Arbeitsumgebung beeinflussen lässt. Wir möchten mithilfe unserer Unternehmenskultur ein bestimmtes Verhalten fördern und das Design unserer Arbeitsumgebungen darauf abstimmen.“

Beispielsweise wurde mit Workplace Advisor Studie ermittelt, dass bei One Workplace zwanzig Bereiche für private Einzelarbeit oder die Arbeit im Zweierteam zeitgleich benötigt werden. Es standen aber nur neun Bereiche für derartige Interaktionen zur Verfügung. Hierbei handelt es sich um Situationen, in denen Mitarbeiter Anrufe tätigen, hohe Konzentration erforderlich ist oder eine Projektbesprechung zwischen zwei Kollegen stattfindet.

One Workplace hat außerdem herausgefunden, dass die Mitarbeiter auch für individuelle Arbeiten Konferenzräume ihren eigenen Arbeitsplätzen vorzogen. Es wurde auch ein starker Trend hin zum Arbeiten abseits des Büros deutlich. Im Großen und Ganzen hatten die Mitarbeiter das Gefühl, dass ihre Arbeitsumgebung die von ihnen gewünschten unterschiedlichen Arbeitsformen nicht wirklich unterstützt. Auch setzte One Workplace keine technischen Hilfsmittel ein, die es Mitarbeitern ermöglichen, die von ihnen genutzten Räume vorab zu reservieren.

„Büroraumgestaltung kann Wandel bewirken, aber nur, wenn man die Mitarbeiter dabei unterstützt, diesen Wandel auch anzunehmen. Letztendlich geht es uns nicht nur um Zahlen, sondern um das Nutzererlebnis“, so Good.

Was für One Workplace als interner Blick auf die eigenen Büroräume begann, entwickelte sich letztendlich zu etwas sehr Praktischem: einer Möglichkeit, Büroräume zu entwickeln, die demonstrieren, was alles möglich ist, wenn Daten und Unternehmenskultur zusammenkommen. Es war auch eine Möglichkeit, die Grundüberzeugung des Unternehmens zu bekräftigen: dass die Unternehmenskultur nicht einfach sich selbst überlassen werden sollte. Das Verhalten und die Unternehmenskultur in den Fokus von Gestaltungskonzepten zu rücken, führt letztendlich zu einem besseren, produktiveren Arbeitsalltag.

„Nicht nur unsere Arbeitsumgebungen verändern sich rasend schnell“, so Good weiter, „die Art und Weise, wie wir darin arbeiten, wandelt sich ebenso schnell. Und auch wenn die Gestaltung von Arbeitsumgebungen unser täglich Brot ist, so unterliegen wir doch denselben Kräften wie unsere Kunden. Es war für uns eine unglaubliche Chance, uns genauer anzuschauen, wie sich Gestaltungskonzepte auf das Verhalten und die Unternehmenskultur abstimmen lassen.“

One Workplace wird im kommenden Jahr mit der Umsetzung beginnen. Im 360° Magazin werden wir die neuen Unternehmensräume nach Fertigstellung vorstellen.