

Zerplatzt ein Bürotraum?

Die Generation Z und ihr Problem mit Open Spaces

Obwohl Mainstream in der Architektur und speziell im Bürodiesign verpönt ist, gibt es ein klares und einheitliches Bild davon, wie eine moderne Bürolandschaft aussieht: offen, transparent, flexibel und kommunikationsfördernd.

Ist das das Nonplusultra? Professor Christian Scholz hat Zweifel.

dabei ebenso zu einer positiven Empfindung der alltäglichen Arbeitsumgebung bei wie ein auf Wohlfühlen ausgerichtetes Farb- und Lichtkonzept. Auch wenn puristische Architekturkonzepte modern sind: Manche Designs lösen eher negative Assoziationen wie Bunker, Fabrikhalle oder Gefängnis aus. Sie sind damit exakt das Gegenteil von dem, was die Generation Z sucht und was sie in einer originellen Kreuzung aus Ikea und Biedermeier zu finden hofft.

Chance, es besser zu machen

Unternehmen können natürlich weiter den Traum der wunderschön-offenen Bürolandschaften mit ihrer grenzenlosen Kommunikation und ihrer angeblich so beeindruckenden Kostenkalkulation träumen. Zumindest all diejenigen, die jetzt in der Planungsphase sind, sollten sich aber ganz rasch fragen, ob sie nicht die Rechnung ohne die Betroffenen machen: Denn die Generation Z ist anders und will auch anders arbeiten. Gerade, weil gegenwärtig nahezu alle Unternehmen wie Lemminge den architektonischen Konzepten von Adidas bis Unilever nachlaufen, gibt es eine strategische Chance, durch eine alternativ-innovative Büroarchitektur bei der Generation Z (und bei anderen Mitarbeitern) zu punkten, also etwas für personalwirtschaftliche Akquisition, Motivation und Retention zu tun.



ZUM AUTOR

Univ. Prof. Dr. Christian Scholz,
Lehrstuhl für Organisation,
Personal- und Informations-
management, Universität
des Saarlandes.

www.orga.uni-sb.de



DAS BUCH ZUM BEITRAG

Christian Scholz: „Generation Z. Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt“, Wiley 2014, 220 S., 19,99 €.

Egal, ob Unilever-Haus in der Hamburger HafenCity oder neues Bürogebäude von Adidas in Herzogenaurach: Die Mitarbeiter sollen mehr kommunizieren und in der offenen Fläche jeden Tag ihren Arbeitsplatz so suchen, dass sie trotz der scheinbar räumlichen Großzügigkeit möglichst wenige Quadratmeter Bürofläche beanspruchen. Das spart Geld und gibt durch die architektonische Transparenz weitreichende Kontrollmöglichkeiten für Kollegen und Führungskräfte. In dieser schönen neuen Arbeitswelt der kompromisslosen Offenheit soll es zu permanenter Interaktion, explosionsartiger Innovation und spontaner Selbstorganisation kommen. Individuelles Territorium, früher symbolisiert durch den eigenen Schreibtisch, soll dagegen verschwinden. Wer glaubt, seinen Rollcontainer öfters an die gleiche Stelle rollen zu dürfen, findet am Morgen ein Warndreieck mit der Aufschrift „Camping verboten“ vor.

Böses Erwachen

Das Ganze mag vielleicht noch der Generation Y Spaß machen, also den (hoffentlich) hochdynamischen Leistungsträgern (geboren in etwa zwischen 1980 und dem Anfang

der 1990er Jahre) – jedoch wohlgemerkt auch nur vielleicht. Es wird aber definitiv ein böses Erwachen für Unternehmen geben, die potenziellen Mitarbeitern aus der Generation Z (geboren ab Anfang der 1990er Jahre) stolz ihre innovativen Bürokonzepte präsentieren. Denn die Generation Z liebt klare Strukturen und Ordnung und eine überschaubare Konstanz. Sich wohlfühlen, ist für sie die Bedingung dafür, Leistung zu erbringen. Deshalb möchte die Generation Z ihr Büro auch selbst gestalten – streng nach dem Pippi-Langstrumpf-Leitsatz „Ich mach’ mir die Welt, wie sie mir gefällt“. Dass man in einer Großraumstruktur mit Geräuschbelästigung und permanenter Ablenkung nur begrenzt Leistung erbringt, erkennen im Übrigen nicht nur die Vertreter der Generation Z, wengleich von dieser Gruppe die erste deutliche Ablehnung für die offenen Strukturen zu erwarten ist.

Eigener Wohlfühlort

Die Generation Z will eine wohnliche Zweitwohnung. Sie will einen eigenen, frei gestaltbaren Bereich, einen eigenen Schreibtisch mit Bild von Freund oder Freundin und vielleicht sogar mit einem kleinen Kaktus. Aphorismen wie „I feel good today“ tragen