



GWPR-KOLUMNE

# Kein Auslaufmodell

Die Investition in eine **Konzernzentrale** kann durchaus gut investiertes Geld sein, meint **Anke Schmidt** von Global Women in PR (GWPR) Deutschland.

**I**n diesen Tagen räume ich mein Büro – für den Umzug in eine neue Konzernzentrale.

„Trotz leerer Flächen scheinen Bürotürme als Prestigeobjekte von Konzernen noch nicht ausgedient zu haben“, kommentierte kürzlich ein Journalist. Prestige? Geschenkt. Aber was spricht für gemeinsame Büros? In welchem Umfeld entstehen am besten neue Ideen, der Treibstoff für Innovationen, das Lebenselixier vieler Unternehmen? Offensichtlich geht es dabei auch um die adäquate Architektur. Eins der bekanntesten Beispiele: das „Building 20“ auf dem Campus des Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Cambridge. Dieses unscheinbare Gebäude, das nur als Übergangslösung gedacht war, gilt noch 25 Jahre nach seinem Abriss als einer der kreativsten Orte.

**Was war sein Erfolgsrezept?** Es brachte Menschen unterschiedlicher Funktionen, Kompetenzen und Erfahrungen zusammen. Die Büros waren relativ klein. Die Menschen hielten sich daher gern in den Fluren auf und teilten dort ihre Ideen. Ein Schmelztiegel der Kreativität. Gruppendynamik

stellt sich also von selbst ein, wenn genügend Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven auf unvorhersehbare Weise zusammenkommen.

**So wie auf der 4.000 Quadratmeter großen, flexiblen Kollaborationsfläche, die im zweiten Stock des neuen Beiersdorf-Campus entstanden ist. Hier gibt es größere Event-Flächen und kleinere Räumlichkeiten**

zum gemeinsamen kreativen Arbeiten. Flexibilität ist ein zentraler Aspekt. Wünsche und Anforderungen sind sehr unterschiedlich und variieren von Tag zu Tag. Statt in Schreibtischen zu denken, gilt es, Arbeitsgelegenheiten zu schaffen. Flächen sind daher viel variabler nutzbar. Dynamische Arbeitsplätze fördern dynamisches Denken.

Die klassische Kantine ist passé, der Raum bietet jetzt je nach Tageszeit Platz zum Essen oder Platz zum Arbeiten. Die besten Partys finden in der Küche statt, oder? Es ist die menschliche Reibung, die die kreativen Funken sprühen lässt. ◀



**Anke Schmidt**  
Vice President  
Corporate  
Communications &  
Government  
Relations  
Beiersdorf

<https://globalwpr.de>

