POSITIVE RÄUME SCHAFFEN

MIT EINEM GEMEINSCHAFTSORIENTIERTEN DESIGN

Ein Leitfaden Architekten und Planer zum Einsatz von Biophilic Design und dessen Inspiration zur Stärkung von Gemeinschaften.

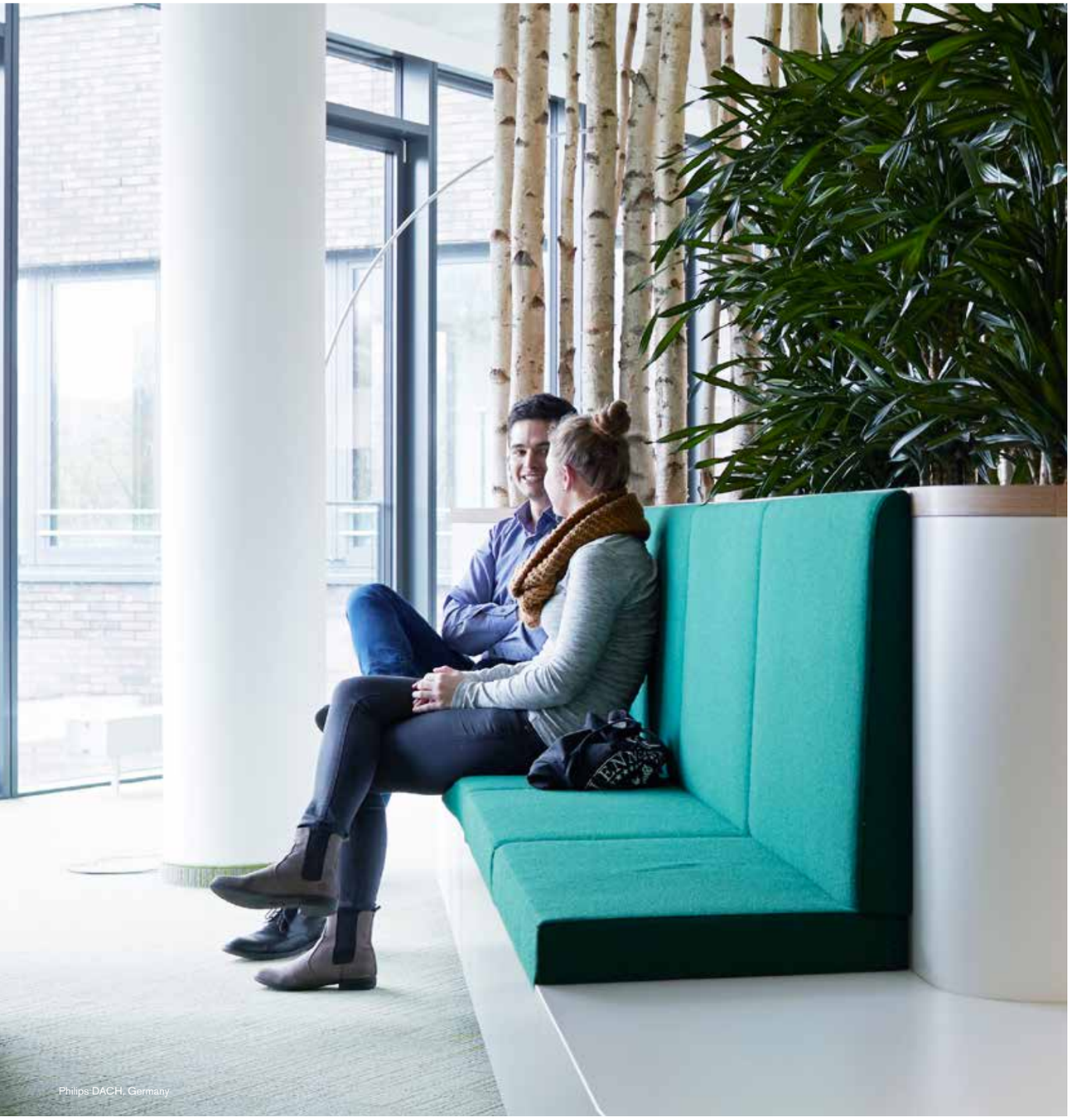
Für den Menschen und seine Entwicklung im Laufe der Evolution hat der Gemeinschaftssinn schon immer eine fundamentale Rolle eingenommen. Doch angesichts unseres heutigen digitalen Umfelds sind Gemeinschaften mehr als je zuvor ein essenzieller Bestandteil unseres Lebens – denn sie helfen uns, eine Verbindung zu anderen Menschen aufzubauen.

Als Planer bin ich fasziniert von der Raumgestaltung und begeistere mich für Möglichkeiten, Räume mithilfe unserer gemeinsamen Verbundenheit mit der Natur zu verbessern, um Menschen zusammenzubringen. Für viele von uns kann ein gemeinsam erlebter besonderer Augenblick in einer natürlichen Umgebung Auslöser für ein Gespräch sein – sei es der erste Schneefall im Winter, Kirschblüten an einem Baum oder gemeinsam um ein Lagerfeuer herum zu sitzen. Wenn wir uns unterhalten, können erstaunliche Dinge geschehen. Wir tauschen unsere Ideen, unser Wissen, unsere Fähigkeiten, unsere Erfahrungen und unsere Werke aus. Und wir befassen uns sogar mit Neuerungen. Für sehr viele der Räume, in denen wir leben und arbeiten, kann das von großem Vorteil sein.

Wir wünschen uns, dass dieser Design-Leitfaden zur Gestaltung von Räumen anregt, die Menschen zum gegenseitigen Austausch einladen.“

– OLIVER HEATH, Leiter von Oliver Heath Design und Autor dieses Design-Leitfadens

OLIVER HEATH
DESIGN



Philips DACH, Germany

WARUM UNTERSTÜTZT INTERFACE DIESES THEMA?

Um Positive Spaces an Orten zu schaffen, an denen wir leben und arbeiten benötigen wir ein Design, das optische Attraktivität, Zweck, nachhaltige Elemente und ein Verständnis des menschlichen Verhaltens miteinbezieht. Wenn wir die Bedürfnisse einzelner Personen berücksichtigen und gleichzeitig regulatorische Vorgaben einhalten wollen, ohne dabei Kompromisse bezüglich der ästhetischen Gestaltung einzugehen, dann ist kühnes Denken erforderlich.

Die Baubranche stellt zunehmend fest, dass immer mehr Unternehmen großen Wert auf das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter legen. Zertifizierungssysteme wie der **WELL Building Standard™** gewinnen immer mehr an Bedeutung, und das wachsende Interesse an solchen Zertifizierungssystemen zeigt, dass die Gestaltung von positiven Räumen eingehender erforscht werden sollte.
Um Erkenntnisse von Branchenführern und Vordenkern zu gewinnen, hat Interface zusammen mit weiteren Autoren eine Reihe von Abhandlungen verfasst. Diese dienen dazu, den Wert von Designlösungen zu untersuchen, bei denen der Mensch im Mittelpunkt steht; ein Verständnis dessen zu gewinnen, wie sich in der Natur Inspiration für die Gestaltung von Positive Spaces finden lässt; und die Zukunft von nachhaltigen Gebäuden zu betrachten.

Interface®

EIN LEITFADEN FÜR GEMEINSCHAFTSORIENTIERTES DESIGN – WELCHE VORTEILE WARTEN AUF SIE?

Interface hat einige der überzeugendsten Forschungsergebnisse über die Vorteile, die ein Gemeinschaftssinn auf das Wohlbefinden von Menschen und auf den geschäftlichen Erfolg haben kann, zusammengetragen. Der Schwerpunkt dieses Design-Leitfadens liegt auf der Gestaltung von Positive Spaces am Arbeitsplatz. Wir stellen Ihnen praktische Vorgehensweisen und Konzepte vor, mit denen Sie in den Räumen, die Sie gestalten, die gemeinschaftliche Verbundenheit steigern können. Zudem bietet Ihnen dieser Leitfaden auch Inspiration von Fachleuten, die diese Vorgehensweisen und Konzepte bereits anwenden.

In diesem Leitfaden befassen wir uns mit folgenden Themen:

- Was sind Gemeinschaften? Und was kann dazu beitragen, Gemeinschaften in unserem digitalen Zeitalter zu stärken?
- Warum sind Gemeinschaften wichtig für unser Wohlbefinden? Und welche Vorteile bieten Gemeinschaften im Hinblick auf die Geschäftsergebnisse?
- Wie kann ein Design, mit dem wir unseren gemeinsamen Wunsch – uns mit der Natur oder natürlichen Abläufen zu verbinden – erfüllen, Gemeinschaften stärken und erhalten?
- Wegweisende Projekte und Initiativen, die uns als Beispiele für gemeinschaftsorientiertes Design dienen
- Wie können Sie das gemeinschaftsorientierte Design in Ihrer Geschäftstätigkeit oder in Ihrem Unternehmen voranbringen?

Wir stellen Ihnen die Arbeit von Professor Stephen Kellert vor. Der „Godfather“ des biophilen Designs[1] hat darüber geschrieben, welche positiven Auswirkungen ein biophiles Design auf die Verbindung zwischen Menschen, Orten und der Natur als Teil eines Designkonzepts haben kann, bei dem der Mensch im Mittelpunkt steht.[2] Wir bauen auf den Ideen von Kellert auf und erweitern sie, indem wir untersuchen, wie und warum das biophile Design strategisch genutzt werden kann, um Gemeinschaften zu stärken und Positive Spaces zu gestalten.

Wir hoffen, Ihnen mithilfe dieses Leitfadens Folgendes zu vermitteln:

- Einblicke in die Vorteile, die die Stärkung von Gemeinschaften durch Design bietet – sowie die Fähigkeit, diese Vorteile zu erläutern.
- Inspiration und Verständnis, um Strategien für ein biophiles Design einsetzen zu können und so die Verbundenheit von Gemeinschaften am Arbeitsplatz zu verbessern.

INHALTE

Friends of the Earth, UK

KAPITEL 1 WAS GENAU BEZEICHNEN WIR ALS „GEMEINSCHAFT“? *Seite 08*

- Definition Gemeinschaft: Die Grundlagen
- Elemente einer Gemeinschaft
- Warum brauchen wir Gemeinschaften?

KAPITEL 2 GEMEINSCHAFT: VERGANGENHEIT, GEGENWART UND ZUKUNFT *Seite 12*

- Aus evolutionärer Sicht
- Vergangenheit
- Gegenwart
- Zukunft

KAPITEL 3 GEMEINSCHAFT: GUT FÜR UNS, GUT FÜR DAS GESCHÄFT *Seite 16*

- Der Business Case
- Menschen mittels Design wieder zusammenbringen
- Den Weg weisen

KAPITEL 4 EINFÜHRUNG IN DAS BIOPHILIC DESIGN *Seite 22*

- Biophiles Design trifft auf die Gemeinschaft

KAPITEL 5 7 BIOPHILE FEATURES ZUR STEIGERUNG DES GEMEINSCHAFTSSINNS *Seite 26*

- Räumliche Vielfalt
- In Zonen unterteilte Bereiche
- Weiche Grenzen
- Räume für Begegnung
- Räume für Wachstum
- Sensorische Räume
- Triangulation

KAPITEL 6 GEMEINSCHAFTSORIENTIERTES DESIGN: INSPIRATIONEN *Seite 42*

- Städte für Menschen gestalten
- Parklets
- Co-working Spaces (WeWork)
- Zentrale von Patagonia in Amsterdam

KAPITEL 7 TEIL DER GEMEINSCHAFT WERDEN *Seite 56*

- Gemeinschaft kalkulieren
- Gemeinschaft zertifizieren
- Machen Sie mit

KAPITEL 1 : WAS GENAU BEZEICHNEN WIR ALS „GEMEINSCHAFT“?

Der Gemeinschaftssinn ist das Zugehörigkeitsgefühl, das Mitglieder einer Gemeinschaft empfinden; das Gefühl, dass die einzelnen Mitglieder füreinander und für die Gruppe wichtig sind, und der gemeinsame Glaube, dass die Bedürfnisse der Mitglieder durch die Verpflichtung, zusammen zu sein, erfüllt werden.“

– Dr. David McMillan, Psychologist, (1976) [3]

DIE GRUNDLAGEN

Als erstes stellen wir uns die Frage, warum wir den Begriff „Gemeinschaft“ überhaupt definieren sollten. Nun, das liegt daran, dass unser Verständnis von Gemeinschaft sich im Laufe unserer Evolution deutlich verändert hat. In der heutigen Zeit mit digitalen Technologioen haben Menschen die Möglichkeit, Teil einer globalen Gemeinschaft zu sein. Darüber hinaus wird der Begriff Gemeinschaft in verschiedensten Aspekten des Lebens verwendet, wo er für jeden eine andere Bedeutung hat. Außerdem kann der Begriff Gemeinschaft auch sehr missverständlich sein. Daher möchten wir im Rahmen dieses Leitfadens zunächst definieren, was wir unter dem Begriff Gemeinschaft verstehen, bevor wir uns der Bedeutung von Gemeinschaft für Architekten und Planer widmen. Beginnen wir also mit den beiden gängigsten Definitionen des Begriffs Gemeinschaft:

- Relationale Gemeinschaften – Die **zwischenmenschlichen Beziehungen** zwischen Menschen innerhalb eines Unternehmens, eines Teams, eines Netzwerks oder innerhalb der Familie sowie andere **soziale Beziehungen**, die nicht von bestimmten Standorten abhängen (dazu gehören auch Online-/ digitale Gemeinschaften).
- Geographische Gemeinschaften – Die **physische Verbindung** zwischen Menschen innerhalb eines Landes, einer Stadt, eines Ortes, eines Stadtteils oder eines Gebäudes, die sich **konkret auf den jeweiligen Standort bezieht**.[4] In der Design-Forschung und -Literatur wird sie manchmal auch als **„gutnachbarliches Verhalten“** bezeichnet.

Darüber hinaus befassen wir uns aber auch mit der Frage, wie das biophile Design eine dritte Form von Gemeinschaften stärken kann:

- Ökologische Gemeinschaften – Die ökologische **Verbindung zwischen Menschen, Orten und der natürlichen Welt** (allen lebenden Organismen, mit denen wir die Erde teilen).

Sie sehen also: Es gibt verschiedene Arten von Gemeinschaften, denen wir im Laufe unseres Lebens angehören können. Die meisten von uns gehören zur gleichen Zeit mehreren dieser Gemeinschaften an. So könnten wir beispielsweise mit Freunden (relationale Beziehung), in deren Nähe wir wohnen (geografische Beziehung), in unserem örtlichen Park entspannen (ökologische Beziehung).

ELEMENTE EINER GEMEINSCHAFT

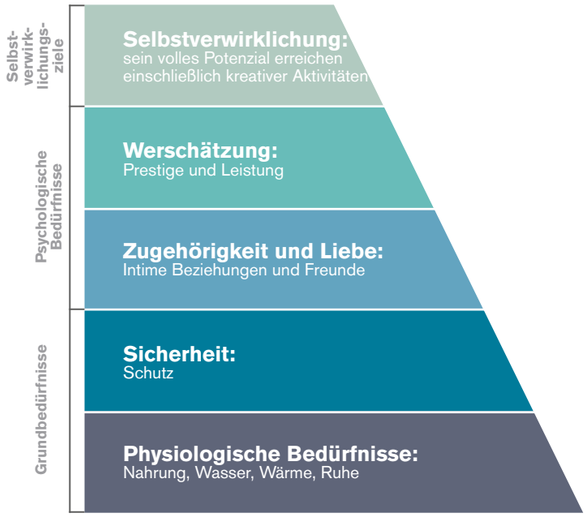
Laut McMillan und Chavis[5] müssen die folgenden vier psychologischen Elemente vorhanden sein, damit ein Gemeinschaftsgefühl entstehen kann.[6]

1. **Mitgliedschaft -** das Gefühl von Bezogenheit und Zugehörigkeit. (Grenzen, emotionale Sicherheit, Zugehörigkeitsgefühl, persönliche Investition).
2. **Einfluss -** das Gefühl, ein Mitspracherecht zu haben und den Menschen innerhalb der Gruppe etwas zu bedeuten
3. **Verstärkung: Integration und Erfüllung von Bedürfnissen -** das Gefühl, dass unsere Bedürfnisse aufgrund unserer Mitgliedschaft in der Gruppe berücksichtigt und erfüllt werden.
4. **Gemeinsame emotionale Verbindungen -** gemeinsame emotionale Verbindungen und Erfahrungen aufgrund von Historie, Ort und Zeit.

Avans University of Applied Sciences, The Netherlands

Menschen brauchen Menschen. Menschen brauchen das Gefühl, zusammen und verbunden zu sein. Das Gleiche gilt auch für andere Spezies in der Natur. Es gibt nur wenige Spezies, die alleine leben – die allermeisten leben zusammen.“

– David Oakey, Gründer von David Oakey Designs



WARUM BRAUCHEN WIR GEMEINSCHAFTEN?

Als Schlüsselfaktoren für die Gesundheit eines Menschen gelten: die Lebensweise, **die Gemeinschaft**, die lokale Wirtschaft, Aktivitäten sowie die **gebaute und natürliche Umgebung**.[7]

Aus psychologischer Sicht betrachtet besagt die Maslowsche Bedürfnishierarchie:[8] Wenn unsere Grundbedürfnisse zum Überleben gesichert sind (dazu gehören Luft, Nahrung, Wärme, Wasser, Schlaf und Sicherheit), müssen wir unsere **psychologischen Bedürfnisse,** wie etwa ein **Gemeinschaftsgefühl** und das Gefühl von **Liebe**, erfüllen, um unser gesamtes Potenzial ausschöpfen zu können. Diese psychologischen Bedürfnisse werden erfüllt, wenn man **Teil einer Gemeinschaft ist.**

Diese Theorie findet auch im Gesundheitswesen Anwendung. Der Nationale Gesundheitsdienst des Vereinigten Königreichs (NHS) hat „5 Faktoren für das seelische Wohlbefinden“ festgestellt. An der Spitze dieser Liste stehen die **Beziehungen zu den Menschen in unserem direkten Umfeld**. Auch Bewegung, Weiterbildung, Hilfsbereitschaft und Achtsamkeit sind wichtige Maßnahmen.[9] Andere internationale medizinische Fachgesellschaften, wie etwa das kanadische Gesundheitsministerium Health Canada, haben anerkannt, dass nicht-medizinische Faktoren einen positiven Beitrag zur Erhaltung der Gesundheit leisten. Sie werden als **soziale Gesundheitsfaktoren bezeichnet.** Dazu gehören der soziale Status, soziale Unterstützungsnetzwerke sowie soziale und physische Umgebungen, um nur einige zu nennen.[10]

Die mit Harvard-Absolventen durchgeführte Grant-Studie hat gezeigt, dass der absolute Schlüssel zum menschlichen Glück in der Bildung von engen Beziehungen mit anderen liegt.[11] Und das wirkt sich in beide Richtungen positiv aus: Die Gemeinschaft kann das Wohlbefinden des Einzelnen steigern, und das Wohlbefinden wiederum stärkt die Gemeinschaft. Wir sind hilfsbereiter anderen gegenüber, wenn wir uns „gut fühlen“.[12] Alltägliche Interaktionen, und wenn sie noch so kurz sind, können dazu beitragen, eine angenehme Umgebung zu schaffen, in der Menschen Hilfe anbieten und um Hilfe bitten können. So bilden sich solidere Beziehungen, die emotionale Unterstützung bieten.[13]

KAPITEL 2: GEMEINSCHAFT: VERGANGENHEIT, GEGENWART UND ZUKUNFT

AUS EVOLUTIONÄRER SICHT

Unter evolutionären Gesichtspunkten gab es drei einschneidende Veränderungen:

10.000 v. Chr.: Im Verlauf der **landwirtschaftlichen Revolution** ließen sich die bestehenden kleineren Gemeinschaften aus nomadisch lebenden Jägern und Sammlern an einem Ort nieder und bestellten das Land. Dies führte zur Entstehung von größeren **standortgebundenen Gemeinschaften.**

1760–1840: Während der **industriellen Revolution** zogen die Menschen von ihrer ländlichen Heimat in die Städte. Dabei ließen sie alte **Gemeinschaften** zurück und gründeten neue, noch größere Gemeinschaften.

Mitte des 20. Jahrhunderts bis heute: Dank der **digitalen Revolution** sind wir heute global besser vernetzt als je zuvor. Ganz gleich, wo auf der Welt wir uns befinden: Wir können virtuellen **Gemeinschaften** angehören, mit denen wir die gleiche Vision oder Leidenschaft teilen. Wir sind nicht länger durch räumliche Nähe eingeschränkt.

VERGANGENHEIT

Wir haben uns also von den Jägern und Sammlern, für die eine starke Gemeinschaft überlebenswichtig war, weiterentwickelt. In dieser Gemeinschaft hatte jedes Mitglied eine maßgebliche Rolle, um das Überleben der ganzen Gruppe zu sichern. Als wir unsere Lebensweise als Jäger und Sammler aufgaben und uns niederließen, bildeten sich größere Gemeinschaften. Auch in diesen Gemeinschaften arbeiteten alle weiterhin zusammen, um die Bedürfnisse zu erfüllen, die wir zum Überleben als Spezies hatten. Bis vor kurzer Zeit lebten menschliche Gemeinschaften in natürlichen Umgebungen. Es ist daher wichtig zu berücksichtigen, dass wir im Laufe der menschlichen Evolution eine tiefe Verbundenheit mit der Natur aufgebaut haben. Wenn wir also gesündere Räume zum Leben und Arbeiten schaffen wollen, sollten wir einen wichtigen Faktor beachten: die Verbindung mit natürlichen Elementen.

GEGENWART

Was hat sich seither verändert? Nun, im Hinblick auf unser Gemeinschaftsgefühl nicht allzu viel. Die Gemeinschaft hat damals eine wichtige Rolle gespielt und tut dies auch heute noch – vielleicht sogar noch mehr als früher. Wir brauchen Gemeinschaften heute nicht mehr zwingend zum Überleben. Aber unsere Gesellschaft ist vielschichtiger geworden und jede Person spezialisiert sich mehr auf individuelle Tätigkeiten. Daher sind wir heutzutage stärker auf die Fähigkeiten anderer Menschen angewiesen als je zuvor. Wir alle bilden zusammen ein großes Ganzes, zu dem jeder seine individuellen Kompetenzen beiträgt.

In unserer modernen Welt können wir sehr leicht getrennt von anderen leben. Unsere Grundbedürfnisse sind erfüllt: Wir können einfach den Wasserhahn aufdrehen, unsere Einkäufe online tätigen oder die Heizung einschalten. Trotzdem haben wir weiterhin das Bedürfnis nach **physischen Gemeinschaften**. Aus **evolutionärer Sicht** sorgt unser Überlebensinstinkt, den wir von unseren Vorfahren, den Jägern und Sammlern, geerbt haben, dafür, dass wir uns als Teil einer Gemeinschaft sicherer und glücklicher fühlen und dass wir weniger gestresst und widerstandsfähiger sind.

Aufgrund der **digitalen Netzwerke** sind unsere Gemeinschaften größer geworden. Es eröffnen sich uns fantastische neue Möglichkeiten im Internet, um Erfahrungen und Wissen auszutauschen, ohne dass wir uns persönlich treffen müssen. Ein gutes Beispiel dafür ist die WikiHouse-Community *(https://wikihouse.cc/)*. Diese internationale innovationsfreudige Gemeinschaft lädt ihre Mitglieder aus allen Ländern der Erde dazu ein, ihre Fähigkeiten beizusteuern, und unterstützt so die Bildung von florierenden **lokalen Gemeinschaften**. WikiHouse ist nur eine von vielen außergewöhnlichen **digitalen Gemeinschaften**. Sie alle verfügen über ein riesiges globales Netzwerk, das Technologie einsetzt, um die **Kommunikation und Zusammenarbeit** für einen guten Zweck zu unterstützen.

Wir müssen uns also nicht am gleichen Ort aufhalten, um Teil einer Gemeinschaft zu sein. Online können wir rund um die Uhr bestens vernetzt und verbunden sein. Das ist ein Fortschritt, der viele Vorteile für unser soziales Leben und unser Arbeitsleben bietet. Trotzdem fragen wir uns, ob wir für diese flexible Lebensweise nicht **einen Preis zahlen**. Studien zeigen, dass „das auf Zugehörigkeit beruhende Wohlbefinden“ bei jungen Menschen im Alter von 20-29 Jahren zwischen 2005 und 2015 um 32 % gesunken ist[14]. Manche Technologieexperten tendieren zu der Auffassung, dass unser Bedürfnis für persönliche Interaktionen aufgrund der Ausweitung unserer Online-Communitys gesunken ist. Infolgedessen haben wir uns von unseren lokalen Gemeinschaften entfernt.[15] Aber dazu später mehr …

ZUKUNFT

Ausgehend von gemeinsamen Visionen (von denen einige möglicherweise durch die digitale Vernetzung angestoßen wurden) gibt es die Möglichkeit, Positive Spaces zu gestalten, die lokale Gemeinschaften und ein **gutnachbarliches Verhalten stärken.**

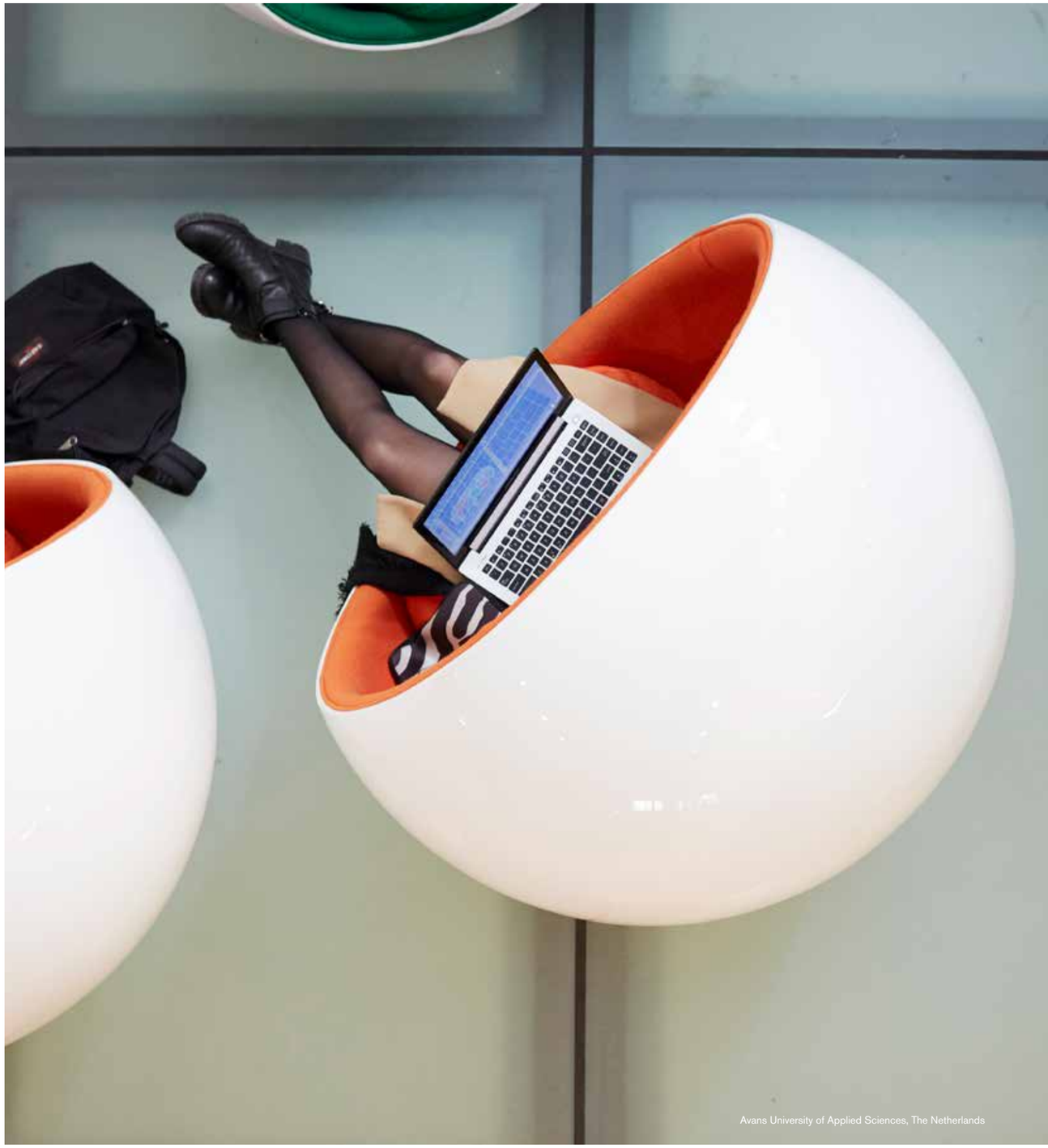
Der „Young Foundation Report“ zum Thema gutnachbarliches Verhalten und Zugehörigkeit zeigt eine Formel für glückliche Gemeinschaften auf:

Gutnachbarliches Verhalten + Befähigung = Wohlbefinden[16]

Ein gutnachbarliches Verhalten auf einem Niveau, mit dem wir uns wohl fühlen, kann laut dem Bericht viele Vorteile bieten. So kann ein gutnachbarliches Verhalten beispielsweise:

1. Das Wohlbefinden steigern
2. Gegenseitige Unterstützung und Hilfe zwischen Menschen ermöglichen
3. Informelle soziale Kontrolle unterstützen und die Kriminalität senken
4. Lebenschancen verbessern

Wenn wir also Positive Spaces gestalten, um das gutnachbarliche Verhalten zu vertiefen, **verbessern wir die persönliche Kommunikation**, was wiederum zahlreiche Vorteile bietet. Wie in Kapitel 1 erwähnt, ist ein Gemeinschaftsgefühl für unser Wohlbefinden unverzichtbar. Der Gemeinschaftssinn ist außerdem ein Schlüsselelement für eine **effektive Zusammenarbeit** am Arbeitsplatz. Mit diesem Aspekt befassen wir uns eingehender in unserem **„Business Case“** im nächsten Kapitel. In den Kapiteln 4 und 5 werden wir dann auf dieser Vorstellung aufbauen und Ihnen zeigen, wie es unserer Meinung nach funktionieren könnte und wie andere bereits damit begonnen haben.



Avans University of Applied Sciences, The Netherlands

KAPITEL 3: GEMEINSCHAFT: GUT FÜR UNS, GUT FÜR DAS GESCHÄFT

Philips DACH, Germany

Der Erfolg eines Unternehmens hat deutlich mehr mit einem klar kommunizierten gemeinsamen Ziel, gemeinsamen Grundsätzen und einem starken Glauben an diese Grundsätze zu tun als mit Assets, Know-how, Betriebsfähigkeit oder Managementkompetenz – ganz gleich, wie wichtig diese Aspekte auch sein mögen.“[17]

– Dee Hock, Organisational Consultant, Gründer und ehemaliger CEO von Visa International.

Ganz gleich, in welcher Branche Sie tätig sind: Wir alle sind im People Business. Und unabhängig davon, wie technisch versiert Sie auch sein mögen: Persönliche Meetings sind nach wie vor die effektivste Art, um die Aufmerksamkeit von Teilnehmern zu wecken, sie in das Gespräch zu verwickeln und eine produktive Zusammenarbeit anzuregen.“[4]

– Michael Massari, Senior Vice President of National Meetings and Events bei Caesars Entertainment Corp.

DER BUSINESS CASE

Nun wissen wir also, dass ein Gemeinschaftsgeist gefördert werden muss, um eine gut entwickelte Umgebung zu schaffen, die Inklusion fördert und in der Unterschiede respektiert werden.[18] Aber wie steigert die Etablierung eines Gemeinschaftssinns am Arbeitsplatz den Geschäftserfolg?

- Organisationen mit einem hohen sozialen Kapital (Beziehungsnetze, die es der Gesellschaft ermöglichen, gut zu funktionieren) haben eine **niedrigere Mitarbeiterfluktuation, höhere wirtschaftliche Erträge und effektivere virtuelle Kommunikationsfähigkeiten**.[19]
- Die Förderung des Gemeinschaftsgefühls am Arbeitsplatz ist ein sehr kraftvolles Instrument, um **Engagement, Zielstrebigkeit** und ein gemeinsames **Erfolgsziel** zu unterstützen.[20]
- Wie die zuvor erwähnte Grant-Studie zudem aufzeigte, verdienten Teilnehmer, die in ihrem Leben **herzliche Beziehungen** führen, auf dem Höhepunkt ihrer Karriere durchschnittlich **141.000 US-Dollar im Jahr** mehr als andere Teilnehmer, die solche Beziehungen nicht führten.[21] (Obwohl dieses Ergebnis in keiner Weise auf die Allgemeinbevölkerung übertragen werden kann, ist es doch interessant und sollte erwähnt werden.)
- **Familiengeführte** Unternehmen verzeichnen aufgrund ihrer Werte wie **Stabilität, Vertrauen und Engagement höhere Umsätze** und ein **höheres Beschäftigungswachstum als andere Unternehmen**.[22]
- Für junge Menschen im Alter von 18 bis 24 Jahren drehen sich die drei wichtigsten Faktoren, die ihnen den Start ihrer beruflichen Karriere erleichtern, um **soziale Interaktionen** und eine **effektive Kommunikation**:
    - Zusammenarbeit mit **freundlichen und offenen** Mitarbeitern (52 %)
    - Ein **klarer** Einarbeitungsprozess (43 %)
    - Ein **gutes Verständnis** bezüglich der Erwartungen an die Mitarbeiter (39 %).[23]

Sage und schreibe 90 % der Betriebskosten eines typischen Unternehmens entfallen auf das Personal (Gehälter und Sozialleistungen) – verglichen mit lediglich 10 % für das physikalische gebaute Umfeld.[25] Wir suchen den Kontakt zu Menschen und Institutionen, die Umgebungen schaffen, die auf unsere Bedürfnisse eingehen.[26] Eine stärkere Bindung zu einem Unternehmen erweckt Loyalität: Für Unternehmen und Schulen ist die Mitarbeiterbindung sehr wichtig, und Einzelhändler sind auf Kundentreue angewiesen. Daher sind Bindung und Loyalität von maßgeblicher Bedeutung.

Innovation findet in persönlichen Begegnungen statt. Nur selten ist Innovation das Ergebnis eines formellen Meetings und noch seltener gibt eine virtuelle Besprechung den Anstoß. In den meisten Fällen finden sich kreative Lösungen mehr oder weniger zufällig in informellen Gesprächen zwischen Mitarbeitern, die beispielsweise auf dem Flur über ihre Erfahrungen sprechen oder bei einem Kaffee Ideen austauschen.“[33]

– Carol Kinsey Goman, Ph.D., Präsident bei Kinsey Consulting Services.

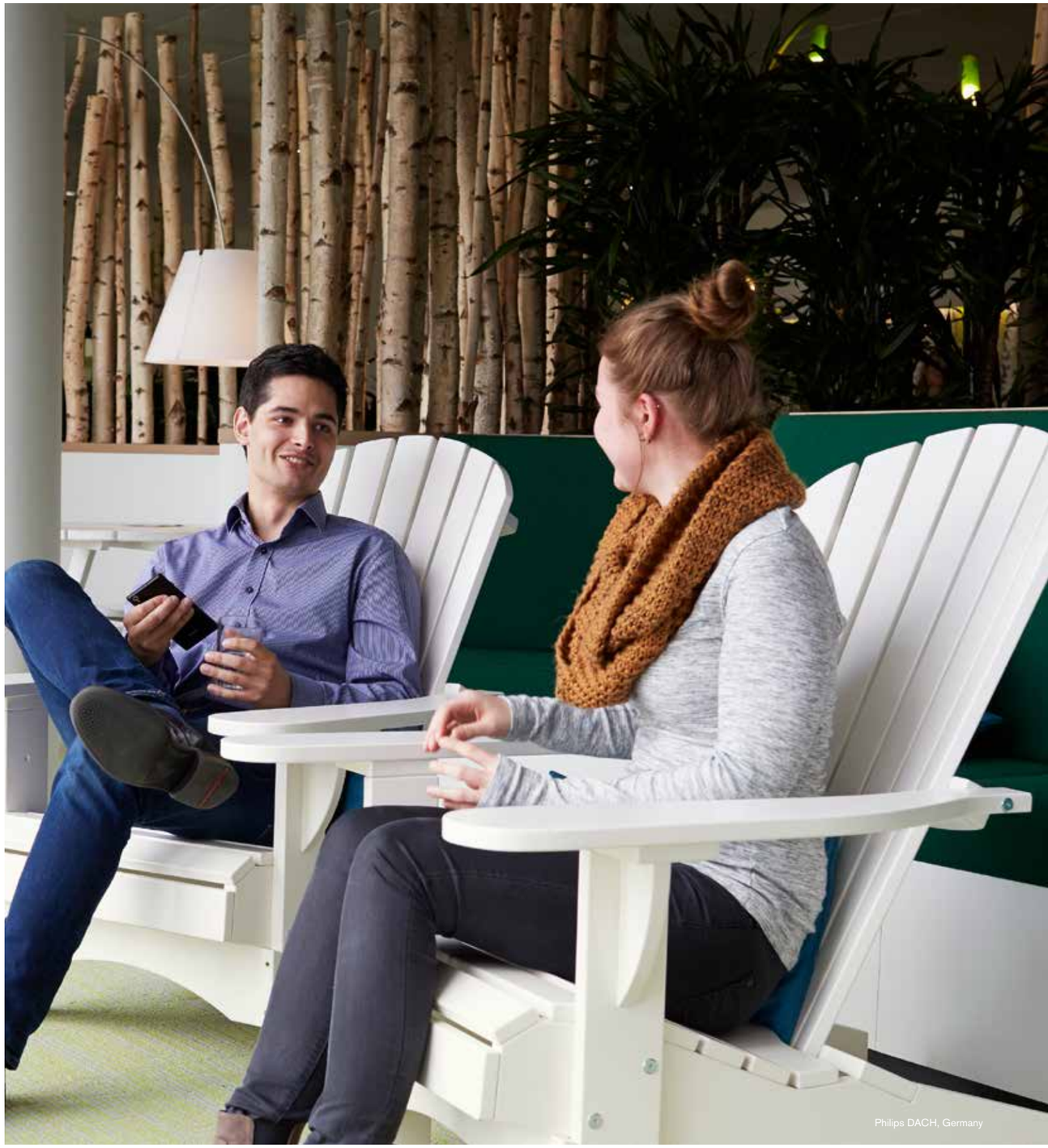
MENSCHEN MITTELS DESIGN WIEDER ZUSAMMENBRINGEN

Wie zuvor erwähnt, führt die digitale Revolution unter Umständen dazu, dass wir uns mehr voneinander und damit von unserem Gemeinschaftssinn distanzieren. Was ist falsch daran?

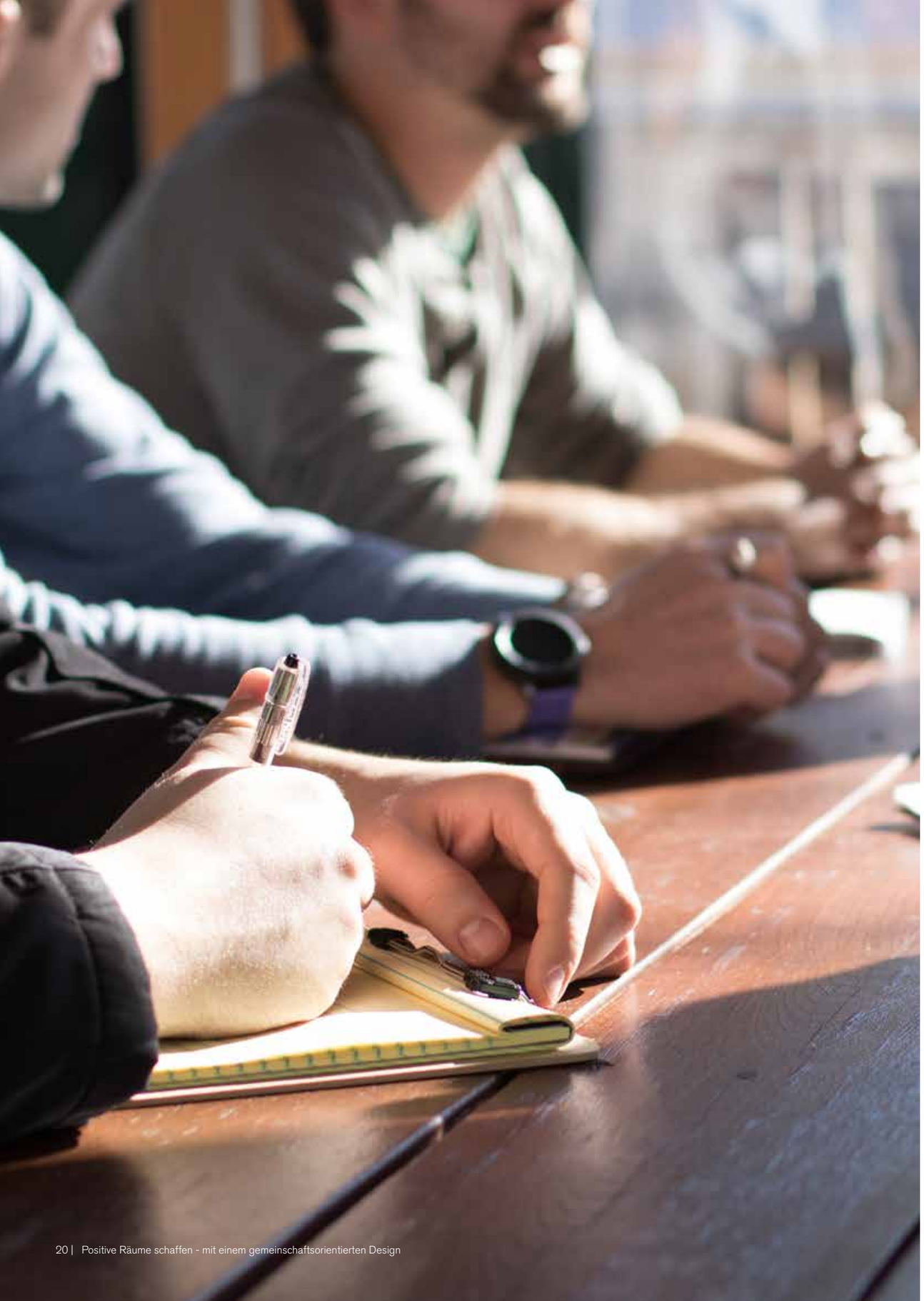
- Wenn man persönliche und virtuelle Interaktionen vergleicht, ist eine **Vertrauensbildung** ohne räumliche Nähe schwieriger.[27] [28] [29]
- Eine effektive **Zusammenarbeit** erfordert **persönliche, informative, vertrauensvolle Beziehungen, von Angesicht zu Angesicht**. Um die Bedeutung hinter dem, was Menschen sagen, richtig zu verstehen und korrekt zu interpretieren, und um zu verstehen, wie gut unsere Ideen angenommen werden, bewerten wir neben dem Gehörten auch Mimik und Körpersprache.[30] Bei der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht hören die Menschen nicht nur das Gesagte, sondern verstehen es auch aufgrund von visuellen Anhaltspunkten. Dies kann hilfreich sein, um die Bedeutung einer Sache aufzuzeigen, Gedanken und Gefühle zu interpretieren, Glaubwürdigkeit und Vertrauen zu stärken, Beziehungen aufzubauen, Rückmeldungen zu sammeln und heikle Themen anzusprechen.[31]
- Studien haben gezeigt, dass mindestens **70 % der Kommunikation** auf **nonverbalen Signalen basiert**.[32]
- **Die virtuelle Kommunikation** erschwert es, unserem Gesprächspartner Anhaltspunkte zu vermitteln, die „Vertrauen, Wärme, Aufmerksamkeit und andere Formen der zwischenmenschlichen Zuneigung“ begünstigen.[34] Vielmehr schafft sie **Hindernisse** im Hinblick auf den Austausch von Wissen und führt zu Kommunikationsproblemen, Konflikten und Misstrauen.[35]

Es lohnt sich also, sich auf die Vorteile der **Gestaltung von physischen Positive Spaces** zu konzentrieren, denn sie können uns helfen, unser kollektives Potenzial auszuschöpfen. Auch wenn eine Kollaboration innerhalb von computergestützten Teams nicht unmöglich ist, so finden wir es, wie zuvor erwähnt, trotzdem leichter, zusammenzuarbeiten und uns als Teil der gleichen Gemeinschaft zu fühlen, wenn wir uns am gleichen Ort befinden.

IBM erkannte die Nachteile, welche die flexible Arbeitskultur innerhalb seines Unternehmens mit sich brachte. Während 2009 noch 40 % der 386.000 IBM-Mitarbeiter von zuhause aus arbeiteten, brachte das Unternehmen im März 2017 Tausende seiner Mitarbeiter wieder zurück in die Büros. Und IBM ist nicht das einzige Unternehmen, das erkannt hat, welche Vorteile sich bieten, wenn die Mitarbeiter im gleichen physischen Raum arbeiten. Auch andere Unternehmen wie Yahoo, Best Buy und Aetna haben sich von vorherigen Richtlinien bezüglich der Arbeit im Homeoffice distanziert.[36]



Philips DACH, Germany



Raum und Zeit, damit Menschen zusammenkommen und sich verbinden können, sind wie Saatbett und Sonne für das soziale Kapital.“[4]

– Carol Kinsey Goman, Ph.D., Präsident bei Kinsey Consulting Services.

DEN WEG WEISEN

Im Hinblick auf Produktivität gelten in der Büroraumgestaltung heute offenbar zwei Arten von Designlösungen als beste Optionen. Technologieunternehmen wie Google, Facebook und Samsung schaffen Gebäudekomplexe mit **Großraumbüros und Außenbereichen**. Im Mittelpunkt ihres Designs steht die **Begegnung**, denn diese soll Innovation und Kollaboration stimulieren.[37] Gleichzeitig haben diese Unternehmen jedoch erkannt, dass auch Einzel- oder Privatbüros wichtig sind, denn Lärm und eine fehlende Privatsphäre werden immer wieder als wichtigste Gründe für die Unzufriedenheit am Arbeitsplatz genannt.[38]

Gina Venolia, Senior Researcher bei Microsoft Research, hat untersucht, wie die Mitarbeiter die Raumgestaltung wahrnehmen. Dabei stellte sie fest, dass folgende Aspekte problematisch waren: **die Kommunikation** in Meetings, **die Wahrnehmung** von Arbeitskollegen und deren Tätigkeiten, **spontane Gespräche** sowie der **Aufbau vertrauensvoller Beziehungen** unter Kollegen.[39] Wie das Unternehmen errechnete, bedeutete die Verlagerung des Engineering-Betriebs mit 1.200 Mitarbeitern von ehemals fünf Gebäuden in vier neue Büroräume, dass zwischen den Gebäuden nun kürzere Strecken zurückzulegen sind, was mit einer **Zeitersparnis** einhergeht. Da außerdem nun mehr Mitarbeiter in jedem Raum untergebracht werden, lassen sich durch die **stärkere Zusammenarbeit** Kosten in Höhe von rund **520.000 US-Dollar im Jahr einsparen**. Aufgrund der räumlichen Nähe stieg auch die Zahl der wöchentlichen Meetings von 14 auf 18 an.[40] Häufigere persönliche Interaktionen und Begegnungen von Mitarbeitern können die **Geschäftsergebnisse also deutlich verbessern.**

Diese Ergebnisse entsprechen auch früheren Schlussfolgerungen. Dazu gehörte beispielsweise auch die Erkenntnis, dass eine Entfernung von **30 Metern** zum **gleichen Grad an Distanzierung führen kann wie eine Entfernung von mehreren Kilometern**.[41] Oder dass eine **Zusammenarbeit** wahrscheinlicher ist, wenn die Schreibtische der Mitarbeiter **näher zusammenliegen**,[42] und dass bereits eine Entfernung von sechs Metern zwischen den Mitarbeitern die **Zusammenarbeit verringern kann** – verglichen mit einer **Entfernung von einem Meter.**[43] Was sagt uns das? **Menschen brauchen Menschen!**

Unternehmen, zukunftsorientierte Entscheidungsträger und öffentliche Einrichtungen haben begonnen, **dem Gemeinschaftsaspekt eine höhere Priorität einzuräumen**. Sie haben erkannt, dass es nicht nur für das Wohlbefinden der Mitarbeiter und die Mitarbeiterbindung gut ist, wenn sie am gleichen Ort arbeiten. Es bietet den Mitarbeitern auch Möglichkeiten zur Zusammenarbeit, was erheblich zur Entstehung von **Innovationen beiträgt.**

Wenn wir alle diese Aspekte berücksichtigen und die **Vorteile von räumlicher Nähe** anerkennen, können die Räume, die wir gestalten, folgende Auswirkungen haben:

- Sie können die **Bildung neuer Gemeinschaften unterstützen oder** bestehende Gemeinschaften stärken.
- Sie können ungeplante und **zufällige Interaktionen** mit anderen ermöglichen, mit denen wir ansonsten nicht reden würden.
- **Sie können den Rahmen** für unsere Interaktionen bilden, und damit einen Einfluss darauf ausüben, wie wir kommunizieren und was wir besprechen.
- Sie können sich durch unser positives Empfinden in diesen Momenten auf die **Qualität unserer Interaktionen** auswirken.

Jede **Investition** in die Gestaltung von physischen Räumen, welche die Bedürfnisse ihrer Nutzer erfüllen, könnte also **große Erträge erzielen**. Und da die **Gemeinschaft** zu unseren wichtigsten menschlichen Bedürfnissen zählt, bietet die Gestaltung von Arbeitsplätzen, an denen Mitarbeiter zusammenkommen, Architekten und Planer enorme kreative Gestaltungsmöglichkeiten. Wir bieten Kunden, die Aspekte wie Teamarbeit, Kollaboration, Innovation und Kreativität in ihrem Unternehmen unterstützen möchten, Designlösungen, die ihren Preis wert sind.

KAPITEL 4: EINFÜHRUNG IN DAS BIOPHILIC DESIGN

Auf gewisse Weise beseitigt die Natur alle Strategien der Gesellschaft, um Menschen voneinander zu entfremden.“

– Andrew Przybylski, Koautor von „Can Nature Make Us More Caring? Effects of Immersion in Nature on Intrinsic Aspirations and Generosity“[51]

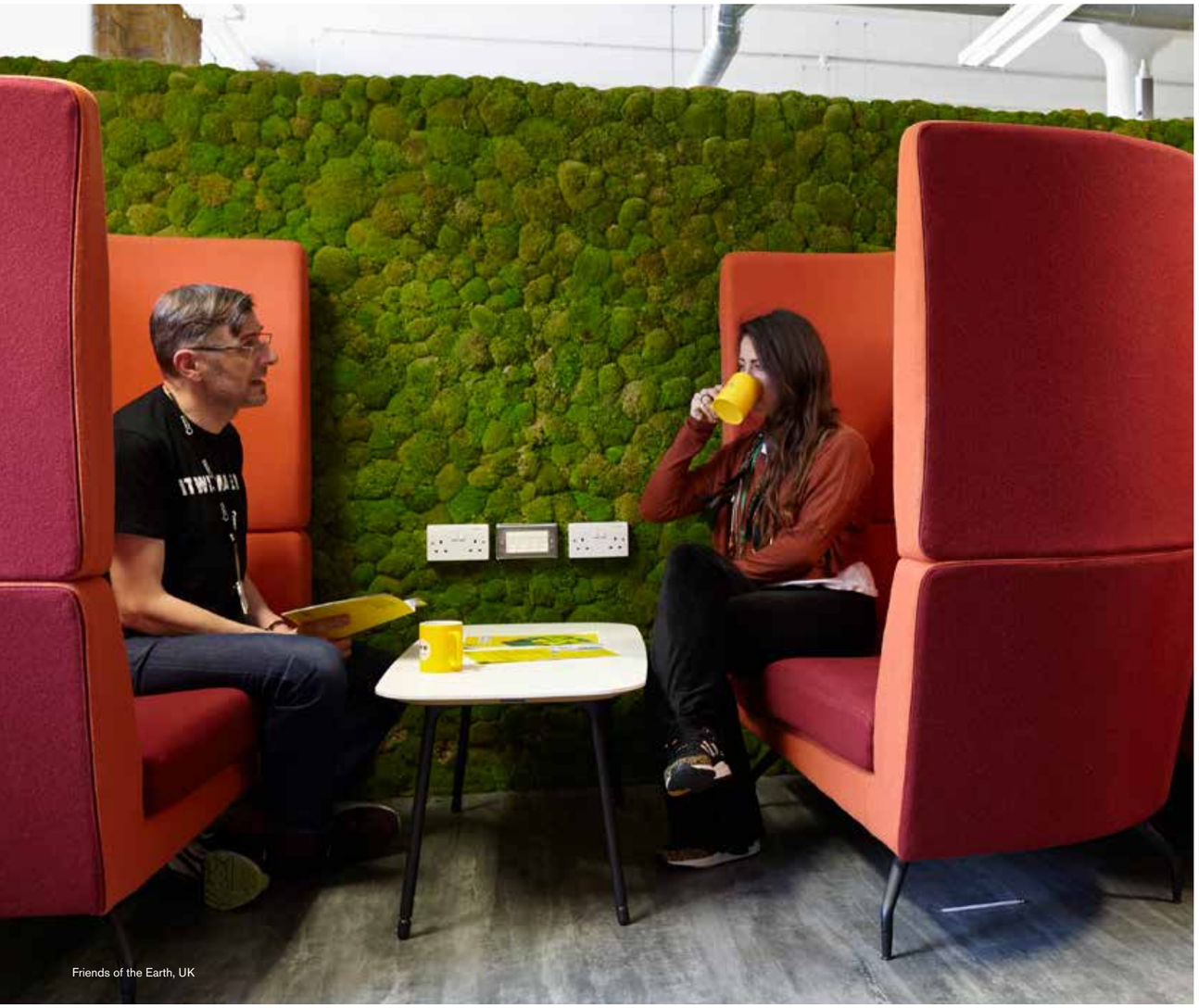
Das biophile Design fördert positive Interaktionen zwischen Menschen und der Natur, die das Bewusstsein für Beziehungen und die Verantwortung für menschliche und natürliche Gemeinschaften vertiefen.“

– Stephen Kellert[55]

Wir hoffen, dass wir Sie bereits davon überzeugen konnten, wie sinnvoll eine Raumgestaltung ist, die den Gemeinschaftssinn fördert. Jetzt ist es an der Zeit, dass wir Ihnen verraten, wie das geht. Hierzu nutzen wir das **Biophilic Design** Warum? Beim biophilen Design werden die Natur und natürliche Elemente mittels Designgrundsätzen in die gebaute Umwelt integriert. Dieses Designkonzept verbessert nachweislich die seelische und körperliche Gesundheit, steigert zudem die Produktivität und reduziert Stress.[45] Wir wissen also, dass die Natur uns gut tut. Außerdem spielt sie eine Rolle in der Art und Weise, wie wir eine Beziehung mit anderen in unserem direkten Umfeld aufbauen. Es hat sich gezeigt, dass der Kontakt zur Natur folgende Auswirkungen hat:

- Wie MRT-Aufnahmen zeigen, aktiviert er die Bereiche des Gehirns, die für Liebe und Empathie zuständig sind.[46]
- Er verstärkt Gefühle wie Gemeinsamkeit, Zugehörigkeit und ein gutnachbarliches Verhalten. Zudem fördert er Gefühle wie Anteilnahme und die Unterstützung von anderen.[47]
- Er fördert positive Interaktionen und schafft damit Möglichkeiten, uns wieder miteinander zu verbinden.[48]
- Er hilft uns, uns mit einem Ort zu identifizieren und vertieft unsere emotionale Bindung zu diesem Ort. Er verringert Einsamkeit und stärkt die soziale Unterstützung[49]
- Er bewegt Menschen dazu, sich kooperativer zu verhalten und sich weniger auf eigennützige Interessen zu konzentrieren[50]

In der letzten Zeit standen zum Thema Biophilic Design vor allem die „Patterns of Biophilic Design“ von Terrapin Bright Green im Mittelpunkt.[52] Der Bericht verfolgt einen neurowissenschaftlichen Ansatz und zeigt die Vorteile auf, die sich uns bieten, wenn wir die Natur in die gebaute Umwelt zurückbringen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der konkreten Art und Weise, wie die Elemente des biophilen Designs **jeden einzelnen von uns** über unsere Sinne beeinflussen können. In unserem früheren Leitfaden „Positive Räume schaffen - mit Biophilic Design“ haben wir uns mit diesem Ansatz beschäftigt.



Friends of the Earth, UK

Das A und O sind die Menschen, die sich in den Räumen aufhalten – um Besprechungen zu führen, neue Mitarbeiter einzustellen, die Konzentration der Mitarbeiter zu fördern, zusammenzukommen, zusammenzuarbeiten, sich zu engagieren, kreativ tätig zu sein und so weiter. Menschen brauchen Räume, um all das zu tun. Und deswegen ist das biophile Design mittlerweile ein ausgesprochen wichtiger Aspekt für Positiv Spaces geworden. Biophiles Design ist heute in einigen der besten Gebäude und Büros weltweit zu finden.“

– David Oakey, Gründer von David Oakey Designs

In diesem Kapitel werden wir Ihnen jedoch einige Merkmale des biophilen Designs vorstellen, die unseren Gemeinschaftssinn für die Menschen in unserer direkten Umgebung stärken und die der Biophilie-Experte **Stephen Kellert** in seinen zahlreichen Publikationen behandelt. Kellert hat eine beeindruckende, ausgesprochen kreative und umfangreiche Übersicht zu 73 Merkmalen des biophilen Designs (und ihren Eigenschaften) erstellt.[53] Kellert verfolgt hinsichtlich des biophilen Designs einen sozialpsychologischen Ansatz.[54] Sein Schwerpunkt liegt auf unseren **Beziehungen** mit gebauten und natürlichen Umgebungen sowie auf der Art und Weise, wie wir mit diesen Umgebungen **interagieren** und auf andere in diesen Räumen **reagieren.**

Die Merkmale des biophilen Designs nach Kellert werden in drei Kategorien unterteilt:

1. **Direktes Erleben der Natur –** in Berührung mit Umweltgegebenheiten kommen (z. B. mit natürlichem Licht, Luft, Pflanzen, Tieren, Wasser, natürlichen Landschaften und Ökosystemen, Wetter und Feuer)
2. **Indirektes Erleben der Natur –** in Berührung mit Bildern, Mustern oder Naturdarstellungen kommen, die charakteristisch für die natürliche Welt sind (z. B. Bilder und künstlerische Darstellungen, natürliche Materialien, natürliche Gebilde und Formen sowie die Simulation von natürlichem Licht und Luft)
3. **Erleben von Raum und Ort –** Orte gestalten, die der natürlichen Welt unter gesunden Bedingungen räumlich ähneln (z. B. Aussicht und Rückzugsraum, organisierte Komplexität, Zusammenschluss von Teilen zu einem Ganzen sowie Übergangsräume).[56]

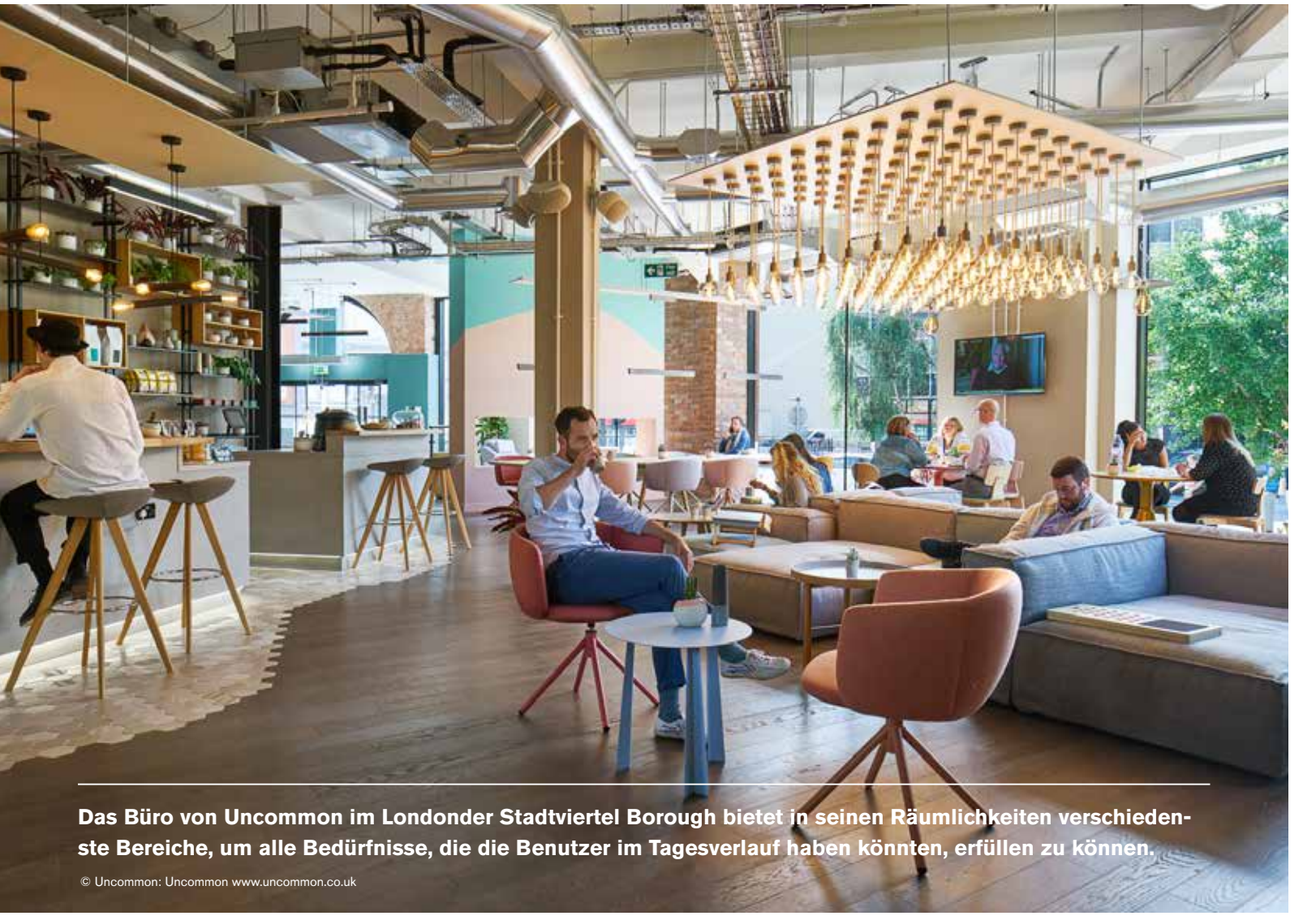
KAPITEL 5: 7 BIOPHILE FEATURES ZUR STEIGERUNG DES GEMEINSCHAFTS-SINNS

BIOPHILIC DESIGN TRIFFT AUF DIE GEMEINSCHAFT

Wie zuvor erwähnt, entwickelten die Psychologen McMillan und Chavis im Hinblick auf den Gemeinschaftssinn eine äußerst einflussreiche Definition und Theorie[57] **(Mitgliedschaft, Einfluss, Erfüllung von Bedürfnissen und gemeinsame emotionale Verbindung).** Im nächsten Kapitel führen wir die **Theorie der Biophilie** und die **Theorie der Gemeinschaft** zusammen und schaffen damit sieben biophile Features (auf der Grundlage der biophilen Merkmale von Kellert) zur Stärkung von Gemeinschaften (beruhend auf den psychologischen Elementen von McMillan).[58]

Das mag sich zunächst komplex anhören, doch es sind einfach Empfehlungen, die auf unseren Erfahrungen bei Oliver Heath Design beruhen, wie sich ein gemeinschaftsorientiertes Design umsetzen lässt. Die Features lassen sich kreativ einsetzen, kombinieren oder anpassen, um **lokale Gemeinschaften und ein gutnachbarliches Verhalten** in verschiedensten Branchen zu stärken. Sie können zusammen verwendet werden – oder auch einzeln, falls es Einschränkungen bezüglich des Umfangs Ihres Projektes geben sollte. Einige Design-Strategien überschneiden sich und sind daher streng genommen nicht wirklich separat. Sie eignen sich sehr gut für den Einsatz am Arbeitsplatz, denn sie können **größere Auswirkungen** mit **geringeren Investitionen** erzielen.

Unsere Features lassen sich auch für andere Branchen anpassen, in denen Mitarbeiter von einer stärkeren Gemeinschaft und, in der Folge, von größerer Loyalität gegenüber dem Unternehmen oder der Organisation profitieren könnten, wie etwa im Hotel- und Gastgewerbe, im Bildungswesen und im Gesundheitswesen. Nach diesem Vorwort präsentieren wir Ihnen nun also unsere **sieben biophilen Features zur Stärkung des Gemeinschaftssinns …**



Das Büro von Uncommon im Londonder Stadtviertel Borough bietet in seinen Räumlichkeiten verschiedenste Bereiche, um alle Bedürfnisse, die die Benutzer im Tagesverlauf haben könnten, erfüllen zu können.

© Uncommon: Uncommon www.uncommon.co.uk

1 RÄUMLICHE VIELFALT

Es sollte sichergestellt werden, dass ein **breites Angebot an Räumen** für unterschiedliche Bedürfnisse, Vorlieben und Aktivitäten zur Verfügung steht. Bei der Gestaltung dieser Räume sollten Aspekte wie Tag, Projekt, Jahreszeit und Anlass bedacht werden.

Eine räumliche Vielfalt funktioniert gut, wenn die Bereiche in **verschiedene Zonen unterteilt sind** (Feature 2), damit sich individuelle Identitäten gestalten lassen.

DIE THEORIE DER BIOPHILIE NACH KELLERT

Direktes Erleben der Natur: natürliche Landschaften und Ökosysteme;
Je größer die Vielfalt der Natur ist, desto widerstandsfähiger ist ein Ökosystem. Jedes Element in diesem System erfüllt eine bestimmte Rolle – so wie Menschen in Unternehmen oder sozialen Gruppen. Und mit der Unterschiedlichkeit zwischen den Menschen geht auch eine Vielfalt an Bedürfnissen einher. Die Räume, in denen wir uns wohlfühlen, können sich daher von Person zu Person unterscheiden.

Aus evolutionärer Sicht
Eine abwechslungsreiche natürliche Landschaft erfüllt unterschiedliche Überlebensbedürfnisse und trägt daher zur Lebenserhaltung bei. Eine Vielfalt an Bereichen bietet uns daher eine gesunde Arbeitsumgebung, die unsere unterschiedlichen Bedürfnisse erfüllt.

Interessanterweise lässt sich der Gemeinschaftssinn in einer Arbeitsumgebung effektiv stärken, wenn den Menschen sowohl öffentliche als auch private Bereiche zur Verfügung stehen. So werden Mitarbeiter motiviert, sich zu treffen, und gleichzeitig werden Räumlichkeiten geboten, in denen kleine Gruppen zusammenkommen oder einzelne Mitarbeiter sich alleine aufhalten können, um sich auszuruhen, neue Kräfte zu sammeln, nachzudenken und zu arbeiten. Wenn private Bereiche, Räume für kleine Versammlungen und Räume für die gemeinschaftliche Nutzung zur Verfügung stehen, können sich die Mitarbeiter im Verlauf des Tages in der jeweiligen sozialen und räumlichen Umgebung aufhalten, die ihren derzeitigen Bedürfnissen entspricht.“

– Elizabeth Calabrese, Calabrese Architects, AIA, NCARB, LEED AP.

WARUM?

Eine breite Auswahl an Räumlichkeiten vertieft dank des Elements Verstärkung nach McMillan und Chavis das Gemeinschaftsgefühl und trägt dazu bei, die Bedürfnisse der Benutzer innerhalb der Bereiche zu erfüllen. Dies ist von großer Bedeutung, damit sich die Mitarbeiter wohlfühlen und Teil der Gemeinschaft sein wollen.

Eine räumliche Vielfalt fördert die emotionale und intellektuelle Stimulation und wirkt am effektivsten, wenn sowohl organisierte als auch gemeinschaftliche Bereiche zur Verfügung stehen.[59] Vergessen Sie jedoch nicht: Sowohl Räume, die Aktivität fördern, als auch Räume, die passive Tätigkeiten, wie etwa Nachdenken oder Entspannung, unterstützen, müssen sicher, ansprechend und leicht zugänglich sein, damit Menschen Zeit darin verbringen wollen.[60]

Vielfalt an den Arbeitsplatz zu bringen, ist sehr wichtig, um die körperlichen, kognitiven und emotionalen Bedürfnisse zu erfüllen, die Menschen im Laufe des Tages haben. Dies gilt vor allem, wenn man Folgendes bedenkt:

- Die Zahl der Menschen, die angeben, dass sie sich an ihrem Schreibtisch nicht konzentrieren können, ist seit 2008 um 16 % gestiegen. Die Zahl jener, die keinen Zugang zu ruhigen Bereichen haben, in denen sie konzentriert arbeiten können, hat sich um 13 % erhöht.[61]
- Für eine effektive Zusammenarbeit müssen wir in der Lage sein, uns alleine oder zu zweit Gedanken zu machen und erste Ideen generieren zu können, bevor wir in größeren Gruppen zusammenkommen und diese anfänglichen Ideen weiterentwickeln. Danach muss es uns möglich sein, uns wieder zurückzuziehen, um die Informationen zu verarbeiten. Für die Bildung von neuen Ideen sind Bereiche, in denen wir konzentriert arbeiten können, genauso wichtig wie Räume für die Zusammenarbeit.[62]
- Wenn Menschen Telefonate führen möchten, tendieren sie dazu, in geschlossene Räume oder nach draußen zu gehen, um sich vor möglichen Beobachtern oder Zuhörern zu schützen.[63] Es sollten also Bereiche zur Verfügung stehen, in denen Mitarbeiter ungestört Anrufe führen können.

WIE KANN ICH DAS MITHILFE DES BIOPHILIC DESIGNS ERREICHEN?

Wir können die Vielfalt der natürlichen Landschaften und Ökosysteme auf folgende Art und Weise nachbilden:

- Durch die Bereitstellung von verschiedenen **Bereichen**, die eine **gemeinschaftliche** Zusammenarbeit ermöglichen (die Akustik der einzelnen Bereiche sollte sorgfältig bedacht werden):
  - Große und kleine Konferenzräume
  - Individuelle Arbeitsbereiche
  - Bereiche, die Rückzug und Regenerierung ermöglichen
  - Offene Bereiche für die Zusammenarbeit
- Durch eine breite Palette von **Mobiliar,** mit dem Menschen wählen können, **wie sie arbeiten möchten**:
  - Sowohl einzelne Schreibtische als auch gemeinsam genutzte Schreibtische
  - Verstellbare Stehpulte
  - Bereiche, die Rückzug und Regenerierung ermöglichen
  - Bequeme Sitzmöglichkeiten für informelle Besprechungen, Entspannung und Erholung (im Innen- und im Außenbereich, sowohl für Einzelpersonen als auch Gruppen)
- Einsatz unterschiedlichster Zimmerpflanzen und Begrünungskonzepte zur Unterstützung der Raumgestaltung und Orientierung

Die Büroräume von Centro in Chicago wurden in verschiedene Bereiche für unterschiedliche Aktivitäten unterteilt. Erkennbar sind diese Zonen durch die Bodengestaltung (Teppichboden, Holz, Beton), Pflanzkübel zur Abtrennung einzelner Bereiche und verschiedenste Sitzmöglichkeiten (bequeme Sofas, Hocker und Bürostühle).

© Lead design, Creative Director Lisa Tvrdy. Designunternehmen Partners by Design. Fotograf: Tom Harris

2 IN ZONEN UNTERTEILTE BEREICHE

(mit natürlichen Merkmalen und Materialien)

Diese Methode zur **Raumgestaltung** oder zur Gestaltung der **Identität von Bereichen** verleiht dem Raum oder Bereich je nach Zweck ein unverwechselbares Erscheinungsbild.

DIE THEORIE DER BIOPHILIE NACH KELLERT

Erleben von Raum und Ort: Organisierte Komplexität; Wenn wir uns näher mit der **räumlichen Vielfalt** beschäftigen, beobachten wir, dass unterschiedliche Bereiche für bestimmte Aktivitäten und Aufgaben geeignet sind.

Kulturelle und ökologische Bindung an einen Ort; Wir können sowohl mit natürlichen als auch gebauten Umgebungen Bindungen eingehen oder eine Verbundenheit spüren. Verschiedene Arten der Raumgestaltung können diese Bindung noch vertiefen und somit die Loyalität zu einem physischen Raum sowie das Wohlbefinden in diesem Raum stärken.

Aus evolutionärer Sicht: Wenn wir wissen, welchem Zweck ein Raum dient, fühlen wir uns geschützter und weniger gestresst. Wenn wir beispielsweise wissen, dass ein Ort sicher ist, dann wird er für uns zu einem Rückzugsort, an dem wir ohne Angst vor Raubtieren schlafen können. Oder wenn wir wissen, dass es an einem Ort sauberes Wasser gibt, dann suchen wir diesen Ort auf, wenn wir durstig sind.

Wenn man den Begriff Ortlosigkeit aus biologischer und evolutionärer Sicht betrachtet, zeigt sich, dass die meisten Menschen noch vor 10.000 Jahren als Jäger und Sammler stark mit einem Ort verbunden waren. Als Spezies waren wir seelisch und körperlich mit der Landschaft, mit Mustern, Strukturen, Jahreszeiten, dem Wetter und mit Flora und Fauna verbunden. Wir fühlten uns von Dingen angezogen, die unser Überleben ermöglichten und uns halfen, uns als Spezies fortzupflanzen. Wir waren eins mit unserer Umgebung. Haben Sie jemals einen Raum betreten und empfanden keinerlei Verbindung mit diesem Ort – weder körperlich noch seelisch? Ein Ort, an dem sich alles unangenehm, fremd oder trostlos anfühlte? Ein solcher Ort bietet nichts, was Sie anspricht oder mit dem Sie sich verbunden fühlen. Es ist also nicht Ihr Ort, sondern der einer anderen Person, ein fremdes Ökosystem. Bis heute fühlen wir uns intuitiv von Umgebungen angesprochen, die unsere Fähigkeit fördern, als territoriale Lebewesen mit Nestbauverhalten zu gedeihen und uns zu entwickeln.“

– Elizabeth Calabrese, Calabrese Architects, AIA, NCARB, LEED AP.

WARUM?

In Zonen unterteilte Bereiche können die **emotionale Sicherheit** unterstützen, denn sie zeigen uns auf, welchem Zweck die einzelnen Bereiche dienen und wie sie genutzt werden.

Die erfolgreichsten gemeinschaftlichen Arbeitsplätze stellen auch ruhigere Räumlichkeiten zur Verfügung, in die sich Mitarbeiter zurückziehen können.[64] Untersuchungen zufolge gab der durchschnittliche Mitarbeiter in den USA in den 1980er-Jahren an, dass er ruhige Bereiche braucht, wo er sich konzentrieren kann; 52 % der Befragten bestätigten, dass ihr Arbeitsplatz nicht über **dafür vorgesehene Bereiche** verfügt.

Ende der 1990er-Jahre sank diese Zahl jedoch auf 23 %, und 50 % der Befragten gaben an, dass sie mehr Zugang zu anderen Mitarbeitern benötigen. Basierend auf diesen Ergebnissen haben wir die Bereiche für die gemeinschaftliche Zusammenarbeit vergrößert – vielleicht jedoch ein wenig zu viel. Mittlerweile gibt es Anzeichen dafür, dass sich Mitarbeiter erneut nach mehr Privatsphäre am Arbeitsplatz sehnen.[65] Versuchen wir also dieses Mal, das richtige Gleichgewicht zu finden!

Städteplaner setzen Muster auf dem Fußboden ein, um Menschen Impulse zum Weitergehen zu geben. Auf dem Boden kann man Wege gestalten, die den Menschen Orientierung bieten. So lassen sich Bereiche definieren, oder Bereiche, Treffpunkte, Räume für Begegnung usw. gestalten.“

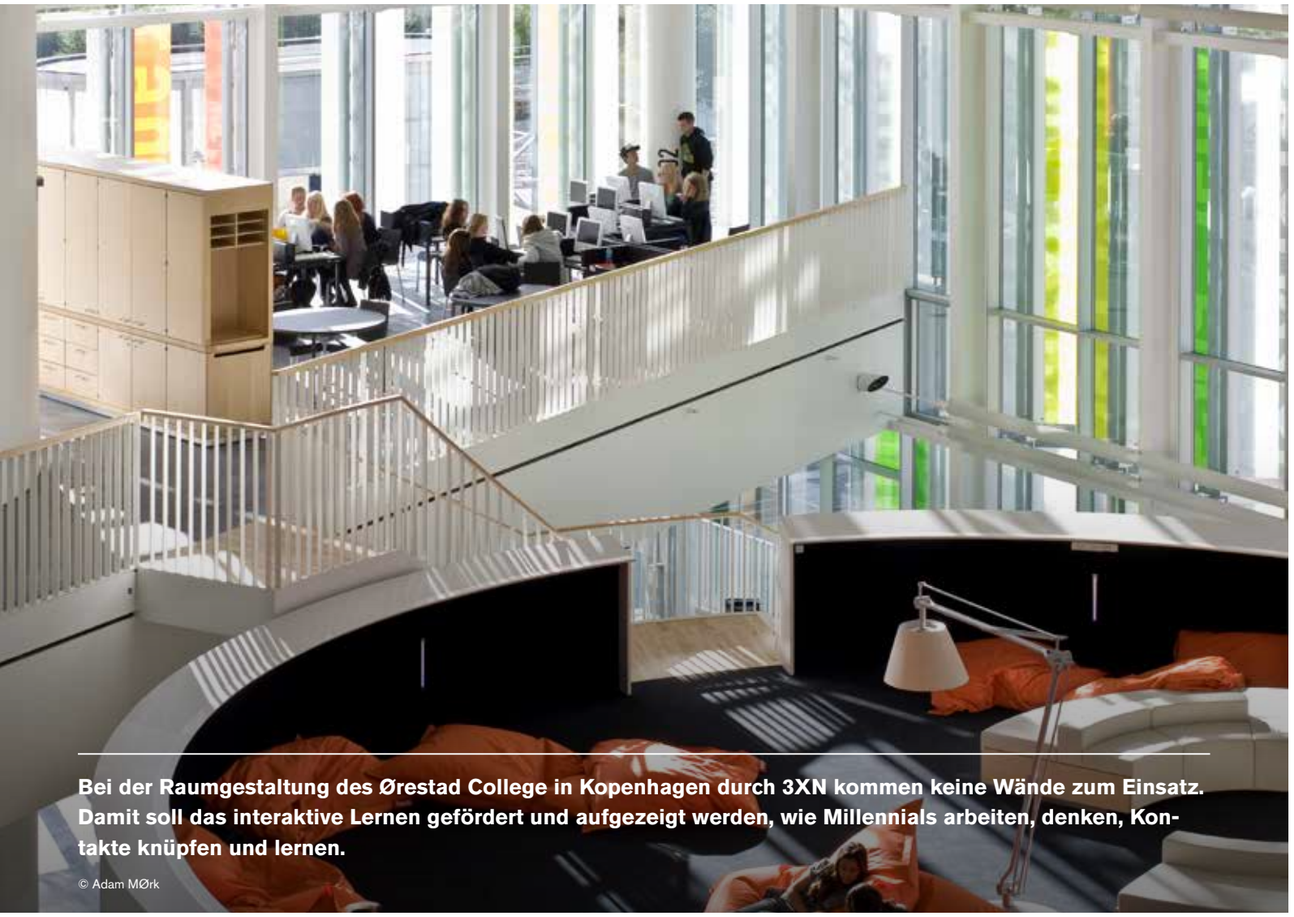
– David Oakey, Gründer von David Oakey Designs

WIE KANN ICH DAS MITHILFE DES BIOPHILIC DESIGNS ERREICHEN?

Wir können einem Bereich auf folgende Art und Weise eine unverwechselbare Identität verleihen:

- Mit Farben*, Mustern und Materialien, die dem lokalen Ökosystem oder der lokalen Umgebung entsprechen:
  - Mit vor Ort gewachsenem Holz oder Altholz, z. B. von einem symbolträchtigen Gebäude, das abgerissen wurde
  - Mit einem Farbschema, das die örtliche Ökologie nachbildet, z. B. Steine oder Erde, Pflanzen, Wasserelemente usw.
  - Mit Mustern, welche die einheimische Pflanzen- und Tierwelt nachbilden und die Raumgestaltung unterstützen
- Mit einer Beleuchtung, die den Raum definiert und Aktivitäten unterstützt. So entstehen:
  - Rückzugsorte (Ruhe und emotionale Sicherheit, etwas dunkler)
  - Bereiche für das gesellige Beisammensein (hell und belebend)
  - Zugang zu Tageslicht
- Mit Pflanzen und Pflanzkübeln als Raumteiler zur Bestimmung einzelner Zonen.
- Indem wir mittels Akustik verschiedene Bereiche definieren, beispielsweise durch die Verwendung von Wasserobjekten zur Schalldämmung in privaten Bereichen.
- Durch strukturelle Variationen für verschiedene Bereiche im Hinblick auf Bodenbeläge oder Möblierung, wie etwa weichere Strukturen und Materialien in Erholungsbereichen.

***Laut der ökologischen Valenztheorie**[66] können Farben eingesetzt werden, um unterschiedliche Stimmungen und Affektzustände hervorzurufen. Rot-, Orange- und Gelb-Töne beispielsweise unterstützen Aktivität, denn sie implizieren das Vorhandensein von Lebensmitteln; Blau- und Grüntöne hingegen sorgen für eine beruhigende und erholsame Atmosphäre, denn sie implizieren das Vorhandensein von Wasser und gesunder Natur.



Bei der Raumgestaltung des Ørestad College in Kopenhagen durch 3XN kommen keine Wände zum Einsatz. Damit soll das interaktive Lernen gefördert und aufgezeigt werden, wie Millennials arbeiten, denken, Kontakte knüpfen und lernen.

© Adam MØrk

3 WEICHE GRENZEN

(weichere Grenzen zwischen einzelnen Bereichen)

Die Grenzen zwischen einzelnen Bereichen können die Durchlässigkeit von Innenräumen entweder verstärken oder verhindern. Das Gleiche gilt für die Trennung zwischen Innen- und Außenbereichen. Weichere Grenzen erleichtern den Übergang zwischen verschiedenen Bereichen, die ansprechend, zugänglich und einladend sind, und ermöglichen es Menschen so, sich dort zu treffen und miteinander zu interagieren.

DIE THEORIE DER BIOPHILIE NACH KELLERT

Erleben von Raum und Ort: Aussicht und Rückzug: Weniger Grenzen zwischen verschiedenen Bereichen ermöglichen einen besseren Blick bzw. eine offenere Sichtlinie durch den gesamten Raum und bieten daher ein positives Empfinden. Aus **evolutionärer Sicht** ist dies vergleichbar mit einem sicheren Versteck, von dem aus man über die Savanne blickt. Man kann aus der Ferne Raubtiere oder Beutetiere entdecken und das Gelände nach Wasserstellen absuchen.

Übergangsräume: Sie stellen eine eindeutige Verbindung zwischen unterschiedlichen Bereichen dar und ermöglichen einen leichten Wechsel zwischen diesen Bereichen. Aus evolutionärer Sicht ist dies für die Navigation und das Überleben entscheidend. Außerdem sind Übergänge in der Natur im Großen und Ganzen immer fließend.

„Übergangsräume in und zwischen gebauten und natürlichen Umgebungen fördern häufig das Wohlbefinden, denn sie bieten Zugang von einem Bereich zum nächsten.“[67]

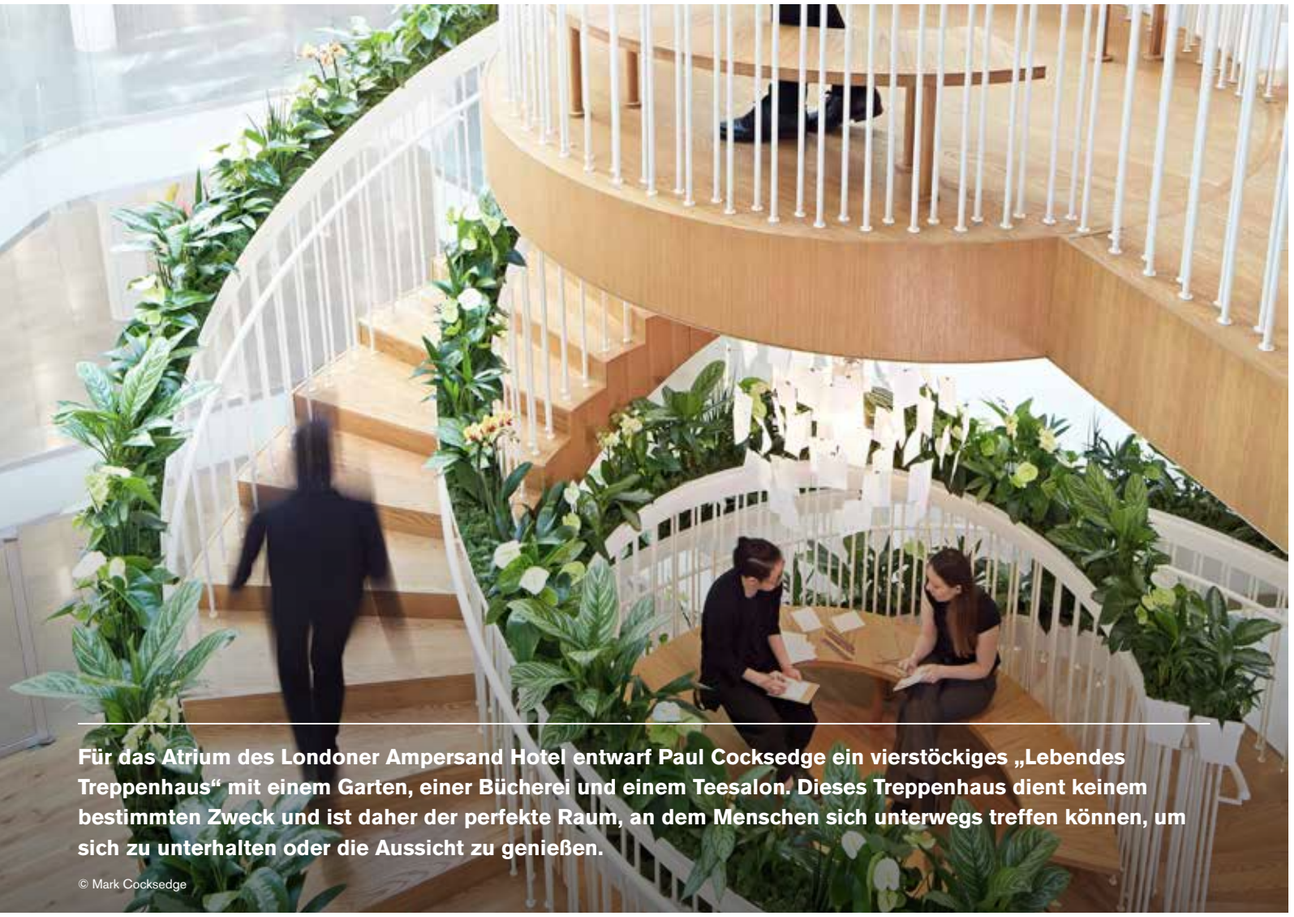
– Stephen Kellert[68]

WARUM?

Manche Grenzen sind erforderlich, um die emotionale Sicherheit zu schaffen, die Menschen brauchen, um sich offen zu unterhalten und in Kontakt zu treten.[69] **Weichere Grenzen** können jedoch das Gefühl der Trennung verringern. Wenn wir natürliche Umgebungen nachbilden und den **Übergang** zwischen einzelnen Bereichen erleichtern, kann dies dafür sorgen, dass sich unser kognitiver Zustand, unsere körperliche Verfassung und unsere emotionale Befindlichkeit an verschiedene Umgebungen anpassen, so wie wir es in einer natürlichen Umgebung tun würden. Das wiederum führt dazu, dass wir uns wohler fühlen. Ein möglichst **sanfter Übergang** von einem Bereich zum nächsten verringert zudem das Empfinden, einen Bereich zu „besitzen“. Dies verhindert ein empfundenes unerlaubtes Betreten des Territoriums durch andere Personen. Mit Sichtlinien von einem Bereich zu einem anderen schaffen wir eine Verbindung zwischen den einzelnen Bereichen. Zudem kann dies Faszination oder ein geheimnisvolles Flair hervorrufen und den Wunsch erwecken, diese Bereiche zu entdecken. So werden Menschen ermuntert, sich in den Bereichen zu bewegen, und die Wahrscheinlichkeit, anderen Menschen zu begegnen und mit ihnen zu interagieren, steigt.

WIE KANN ICH DAS MITHILFE DES BIOPHILIC DESIGNS ERREICHEN?

- Partielle Abtrennung zwischen einzelnen Bereichen, beispielsweise mithilfe von Glas, offenen Regalen, Pflanzkübeln oder Wasserobjekten statt festen Wänden. Die Nutzung von Wasserobjekten zur Abtrennung von Bereichen kann mögliche akustische Probleme verringern, um das Gefühl von Privatsphäre zu erhalten. Außerdem können die Naturgeräusche auch zum Wohlbefinden beitragen.
- Plattformen innerhalb eines Bereiches bieten Sitzgelegenheiten oder dienen als Treffpunkte.
- Geschwungene Linien laden dazu ein, durch Bereiche zu gehen und sie zu erforschen.
- Gefiltertes oder gedämpftes Tageslicht unterstützt die Beobachtung und ruft ein Verbundenheitsgefühl hervor, vor allem zwischen Innen- und Außenbereichen. Auch miteinander verbundene Lichtinseln laden Menschen dazu ein, Bereiche zu betreten und sich durch Bereiche ohne Grenzen zu bewegen.[70]
- Eingänge, die eine weiche Grenze zwischen Innen- und Außenbereich bilden, bieten einen Augenblick der Entspannung.
- Bereiche, die Sichtlinien in das und aus dem Gebäude heraus bieten, und in denen Menschen sich auf ihre bevorstehenden Tätigkeiten vorbereiten können.
- Und vergessen Sie nicht: Viele Menschen wünschen sich nach wie vor Privatsphäre. Allzu weiche Grenzen könnten daher zur Unzufriedenheit der Benutzer führen. Für ein gutes Gleichgewicht ist es daher ratsam, in den Designplänen einige private Besprechungszimmer, ruhige Ecken und Kabinen zu berücksichtigen.



Für das Atrium des Londoner Ampersand Hotel entwarf Paul Cocksedge ein vierstöckiges „Lebendes Treppenhaus“ mit einem Garten, einer Bücherei und einem Teesalon. Dieses Treppenhaus dient keinem bestimmten Zweck und ist daher der perfekte Raum, an dem Menschen sich unterwegs treffen können, um sich zu unterhalten oder die Aussicht zu genießen.

© Mark Cocksedge

4 RÄUME FÜR BEGEGNUNG

Gut gestaltete **Bereiche für die gemeinschaftliche Nutzung** zwischen ausgewiesenen Bereichen können positive zufällige Treffen unterstützen und dazu beitragen, dass die Benutzer in den Bereichen umhergehen oder sie durchqueren.

DIE THEORIE DER BIOPHILIE NACH KELLERT

Erleben von Raum und Ort: Zusammenschluss von Teilen zu einem Ganzen:
Mit Bereichen für die allgemeine Nutzung lassen sich bestimmte Zonen miteinander verbinden (mit ihren jeweiligen individuellen Identitäten). Auf diese Weise werden sie in den gesamten Raum eingebunden.

Aus evolutionärer Sicht
In der Vergangenheit trafen sich Menschen auf neutralem Terrain, wo sie mit Mitgliedern anderer Gemeinschaften Ressourcen teilten, beispielsweise an Wasserstellen. Im modernen Kontext könnten diese Bereiche dem Austausch von Ressourcen und Ideen dienen sowie Kommunikation, Kreativität und Innovation steigern.

Der neue umweltfreundliche Facebook-Hauptsitz ‚MPK20‘ in Menlo Park soll die Mission des Unternehmens, also die Verbindung von Menschen, zum Ausdruck bringen. „Der Hauptsitz erzeugt ein perfektes Umfeld, damit Menschen zusammenarbeiten und sich gemeinsam mit Neuerungen befassen können. Hier begegnen sich Menschen spontan. Es ist ein kreativer Ort, an dem die Zusammenarbeit Spaß macht. Man kann im Grunde gar nicht durch diese Räume gehen, ohne jemanden zu treffen.“

– Lori Goler, Chief People Officer des Unternehmens[71]

WARUM?

Wenn wir mehr Möglichkeiten für Menschen schaffen, in Kontakt miteinander treten zu können, dann kann dies unser **Zugehörigkeitsgefühl** verstärken – einer der Aspekte der M**itgliedschaft** nach McMillan. Dies hilft Menschen, sich durch die Begegnung mit anderen als Teil einer Gemeinschaft oder eines Ortes zu fühlen.

Wie bei weichen Grenzen gibt es auch in Räumen, die der Begegnung dienen, niemanden, dem diese Bereiche „gehören“. Somit kann auch niemand die Privatsphäre eines anderen verletzen. Erkennen Sie das vorliegende Muster? Wir stärken Gemeinschaften, indem wir dafür sorgen, dass sich die Menschen am Arbeitsplatz wohlfühlen, und indem wir diskret die Interaktion fördern.

In diesen Bereichen kann alles Mögliche geschehen: Der regelmäßige Kontakt mit Kollegen kann uns offener machen für die Ideen anderer, für den Austausch und für Innovationen. Zudem fördern solche Bereiche die emotionale Offenheit. Wenn wir uns in Räumen nicht umherbewegen, schränken wir unseren Kontakt mit anderen und die Chancen auf zufällige Begegnungen ein.

Unternehmen, die ihren Mitarbeitern mehr Möglichkeiten bieten, sich in den Büroräumen zu bewegen und körperlich zu betätigen, profitieren darüber hinaus von einer geringeren Abwesenheitsrate und Mitarbeiterfluktuation.[72] Eine stärkere Mitarbeiterbindung führt zudem zu langfristigen Beziehungen zwischen Kollegen und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sich im Laufe der Zeit ein wahrer Gemeinschaftssinn entwickelt.

WIE KANN ICH DAS MITHILFE DES BIOPHILIC DESIGNS ERREICHEN?

- Um die Begegnung zu unterstützen, sollten Eingänge Bereiche sein, in denen Menschen auf ihrem Weg nach drinnen oder draußen bequem Pausen einlegen können.
    - Stehtische zur Ablage von Laptops, Taschen oder anderen Gegenständen, die Menschen mit sich führen
    - Sitzgelegenheiten – für eine kurze Pause an einem Tisch oder um komfortabel zu warten und zu entspannen
    - Gutes Licht (idealerweise Tageslicht), um eine Verbindung zur Außenwelt herzustellen – dies unterstützt die Sichtbarkeit und erleichtert die Arbeit und Entspannung
- Treppen im Innenbereich sollten gut beleuchtet und belüftet sein. Nach Möglichkeit sollten Bereiche zum Durchgehen und für kleine Pausen vorhanden sein.
- Sitzgelegenheiten mit hohen und niedrigen Rückenlehnen bieten, damit Menschen eine gute Sicht haben oder sich zurückziehen können (weiche Grenzen einsetzen).
- Zusätzliche ansprechende, informelle Bereiche, z. B. kleine Küchenzeilen oder Bereiche mit Wasserspendern, in denen Menschen sich unterhalten und etwas trinken können (diese Bereiche sind gleichzeitig sensorische Räume).

Die Gestaltung dieser Bereiche hängt vom verfügbaren Platz ab. Wichtig ist, einladende Bereiche anzubieten, die von allen genutzt werden können. Da diese Räume niemandem „gehören“ und keinem bestimmten Zweck dienen, stehen sie allen zur Verfügung und lassen sich anpassen – sofern sie gut gestaltet sind.

Die Gestaltung dieser Bereiche hängt vom verfügbaren Platz ab. Wichtig ist, einladende Bereiche anzubieten, die von allen genutzt werden können. Da diese Räume niemandem „gehören“ und keinem bestimmten Zweck dienen, stehen sie allen zur Verfügung und lassen sich anpassen – sofern sie gut gestaltet sind.

© Jordi Huisman Photography

5 RÄUME FÜR WACHSTUM

Bereiche, die **sich anpassen und mit den Benutzern weiterentwickeln.** Sie erfordern einen persönlichen Einsatz und Verantwortung. Durch eine im Laufe der Zeit entstehende Verbundenheit ermöglichen sie kontinuierliche und längerfristige Interaktionen und den Aufbau von Beziehungen.

DIE THEORIE DER BIOPHILIE NACH KELLERT

Direktes Erleben der Natur: Tageslicht, Luft, Pflanzen, Wasser, natürliche Landschaften und Ökosysteme.

Indirektes Erleben der Natur: Altern und der Lauf der Zeit:
Die Anpassungsfähigkeit eines Raumes bedeutet, dass der Raum sich im Laufe der Zeit je nach den Bedürfnissen verändert, oder dass die Materialien auf eine Weise altern, die den Lauf der Zeit zeigen. Auf diese Weise werden die Dynamik und konstante Weiterentwicklung der Natur nachgebildet.

Beide Ansätze können die **Erfahrung mit Raum und Ort** verstärken:
Die kulturelle und ökologische Bindung an einen Ort fördert die Umsetzung der biophilen Grundsätze von Kellert. Wir nehmen ökologische Investitionen innerhalb eines Raumes vor, die unsere Bindung zu diesem Raum stärken können. Der Einsatz heimischer Flora, Fauna und Materialien bei der Raumgestaltung verbindet die Menschen mit ihrer Umwelt.

Aus evolutionärer Sicht: Wenn wir kontinuierlich am gleichen Ort leben, können wir besser einschätzen, wie das Klima ist, wie viele Stunden mit Tageslicht uns zur Verfügung stehen und welche Arten von Nahrungsmittel in den einzelnen Jahreszeiten zu finden sind.

Aus historischer Sicht betrachtet verfügte der Mensch als Spezies über die Fähigkeit, auf seine unmittelbare Umgebung zu reagieren, um sein Überleben zu sichern – und musste diese oft unter Beweis stellen. Im Gegensatz zu unserer Entwicklung als Spezies leben wir dank der modernen Technologie heute jedoch in hermetisch abgeschlossenen, statischen Gebäuden. Um den Gemeinschaftssinn und das Zugehörigkeitsgefühl zu stärken, ist es außerordentlich wichtig, Menschen die Kontrolle über den Raum zu übertragen, in dem sie sich aufhalten. Wenn mir warm ist, kann ich das Fenster öffnen oder schließen und ich kann die Menge und Qualität des Lichts, der Luft und der Geräusche in meinem direkten Umfeld bestimmen. Jeder Mensch ist anders, und unsere Bedürfnisse ändern sich im Tages- und Jahresverlauf. Viele gebaute Räume sind unter ökologischen Gesichtspunkten statisch, obwohl an uns als Spezies nichts statisch ist.“

– Elizabeth Calabrese, Calabrese Architects, AIA, NCARB, LEED AP.

WARUM?

Räume, die mit ihren Benutzern wachsen oder sich ihnen anpassen, fördern die **Mitgliedschaft,** denn sie schaffen Möglichkeiten für den **persönlichen Einsatz** in diesem Raum.

Es ist davon auszugehen, dass sich Mitarbeiter eher als geschätzte Mitglieder einer Gemeinschaft fühlen, wenn sie ein gewisses Maß an Kontrolle über ihr physisches Umfeld erhalten, z. B. über die Temperatur, den Beleuchtungsgrad oder das Ausmaß an Privatsphäre.[73]

Es hat sich gezeigt, dass gemeinsame Anbauprojekte (wie etwa Gemeinschaftsgärten), die persönlichen Einsatz und Engagement erfordern, soziale Probleme lösen, ein Gemeinschaftsgefühl schaffen, die Stimmung heben und das Immunsystem stärken.[74]

WIE KANN ICH DAS MITHILFE DES BIOPHILIC DESIGNS ERREICHEN?

Es geht nicht nur darum, den Benutzern die Verantwortung zu übertragen, etwas anzupflanzen – auch wenn dies eine Möglichkeit darstellt, den persönlichen Einsatz zu unterstützen. Der Raum sollte auch in der Lage sein, mitzuwachsen und sich den Bedürfnissen der Benutzer anzupassen.

- Unvollendete oder anpassbare Bereiche bieten eine Auswahl und ermöglichen es Menschen, daran mitzuwirken, wie diese Bereiche genutzt werden oder welche Funktionen sie übernehmen. Beispielsweise bieten Innen- oder Außenbereiche mit leichten, tragbaren Tischen und Stühlen Menschen die Wahl, wo sie sitzen wollen oder ob sie sich zu anderen hinzugesellen möchten.
- Anpassungsfähige Räume mithilfe von beweglichen Raumteilern und Trennwänden schaffen.
- Pflanzen auf Schreibtischen, Pflanzkübel im Innenbereich, in Blumenkästen oder auf Balkonen, und Kleingärten auf Dachterrassen, um die sich die Menschen kümmern und für die sie Verantwortung übernehmen können.
- Modulare oder flexible Möbel und Einrichtungsgegenstände wählen, die sich nicht nur nach Zweck und Bedürfnissen ändern lassen, sondern auch je nach bevorzugtem Stil.
- Bedienbare Fenster, regulierbare Thermostate und Lichtregler einbauen.

Der Küchenbereich im New Yorker Büro von 1stdibs verfügt über eine Bar, in der man sitzen und sich unterhalten kann, während andere Essen oder Getränke zubereiten. Dies vermittelt ein sehr gemütliches, gemeinschaftliches Gefühl. Obwohl der Küchenbereich direkt an das Büro angeschlossen ist, machen die schwache Beleuchtung und abgehängte Decke ihn zu einer gemütlichen Ecke, einer Art Rückzugsort vom Arbeitsplatz.

© 1stDibs

6 SENSORISCHE RÄUME

Räume, die nicht nur attraktiv aussehen, sondern die auch die **verschiedenen Sinne**, wie Hören, Riechen, Tasten und Schmecken, ansprechen oder positiv beeinflussen sollen.

Wir Menschen verfügen über bestens aufeinander abgestimmte Sinnesorgane, die unserem Überleben dienen. Dank unseres Geruchssinns beispielsweise sprechen uns gesunde Nahrungsmittel an, während uns verfaulte Nahrungsmittel zuwider sind. Ähnlich hat sich auch unser Gehörsinn entwickelt, um Gefahrenquellen wahrzunehmen, und unser Sehsinn kann uns in Sicherheit führen. Bei der Gestaltung von Räumen sollten wir alle Sinne miteinbeziehen.

DIE THEORIE DER BIOPHILIE NACH KELLERT

Indirektes Erleben der Natur: Informationsreichtum: Eine Mischung aus visuellen, tastbaren und hörbaren Reizen verwenden.

Kellert erörtert zudem: **Darstellung der Natur (und wie sie sich wandelt), natürliche Muster und Abläufe, künstlerische Darstellungen und Materialien, Gebilde, Formen und Geometrie, Assoziationen an die Natur wecken und** die Verwendung der **Bionik.**

Direktes Erleben der Natur: Durch das Einbeziehen von **Tageslicht, Luft, Pflanzen, Tieren** (damit ist so etwas wie ein Aquarium oder ein Bürohund gemeint, ein Pferd etwa wäre weniger praktisch), **Wasser, natürliche Landschaften und Ökosysteme** und **Wetter und Feuer.**

Aus evolutionärer Sicht: Wir sind es gewohnt, uns in informationsreichen natürlichen Landschaften an der frischen Luft aufzuhalten und fühlen uns dort wohl. Gebaute Umgebungen können unsere Sinne dieser Art der Stimulation berauben oder sie mit künstlichen Reizen überfluten.

In unserer modernen, technisierten Zeit können wir uns von der gebauten Umwelt bedroht fühlen – blinkende Lichter, rote Ampeln, Signaltöne, Sirenen, Computerwarntöne, Benachrichtigungen, ständige Medienpräsenz, künstliche Beleuchtung und Klimaanlagen. Das Design muss dieser technologischen Reizüberflutung und Dominanz bewusst entgegenwirken und mit natürlichen und beruhigenden Elemente ein Gleichgewicht schaffen. Für unsere Gesundheit und unser Wohlbefinden ist es heute unumgänglich geworden, dass wir ein ausgewogeneres gebautes Umfeld schaffen, in dem wir wieder natürliche Ruhe und eine staunende Wahrnehmung in unser Leben bringen.“

– Elizabeth Calabrese, Calabrese Architects, AIA, NCARB, LEED AP.

WARUM?

Dies unterstützt das Element **Mitgliedschaft** nach McMillan, denn Bereichen, in denen die Sinne berücksichtigt werden, fördern die **emotionale Sicherheit**. Im Hinblick auf Sinnesreize hat jeder eigene Vorlieben: Menschen mögen verschiedene Düfte, Temperaturen und Lärmpegel. Sie wollen manche Dinge nicht sehen oder bestimmte Texturen nicht berühren. Daher sind Kompromisse, Rücksicht und Feingefühl bezüglich der Bedürfnisse anderer Menschen in sensorischen Räumen erforderlich, um Vertrauen, Gemeinschaftsnormen und erwünschtes Verhalten zu erzielen. Wir müssen in der Lage sein, diese Aspekte zu kontrollieren, und gleichzeitig bereit und fähig sein, uns der Gruppe anzupassen.

Wenn wir dafür sorgen, dass Räume unsere Sinne nicht über- bzw. unterfordern, tragen wir dazu bei, dass wir uns körperlich und seelisch sicher fühlen. Die neurowissenschaftliche Forschung behandelt drei Arten von Aufmerksamkeit, die wir im Alltag in der Regel alle zumindest ein wenig brauchen:

- **Kontrollierte Aufmerksamkeit:** Aufgaben, die starke Konzentration erfordern und es uns ermöglichen, alle äußeren Reize zu ignorieren (hier benötigen wir unter Umständen private Räume und abgegrenzte Bereiche).
- **Reizorientierte Aufmerksamkeit:** Routineaufgaben, bei denen wir möglicherweise Ablenkungen/Unterbrechungen tolerieren oder begrüßen (für diese Art der Aufmerksamkeit arbeiten wir möglicherweise am besten in offenen, sozialen und aktiven Räumen).
- **Regenerierung:** Auszeiten, die wir uns für unsere mentale und körperliche Revitalisierung nehmen, und die Elemente von sozialen Interaktionenumfassen können (offene stimulierende Räume mit privaten Ecken können diesen Aufmerksamkeitsgrad ermöglichen).

WIE KANN ICH DAS MITHILFE DES BIOPHILIC DESIGNS ERREICHEN?

Berücksichtigen Sie in Ihrem Design verschiedene Sinne – Geschmackssinn, Tastsinn, Geruchssinn, Gesichtssinn, Gehörsinn, Wärmekomfort, Bewegung und Navigation. Oftmals lassen sich in einem Design-Konzept verschiedene Sinne berücksichtigen. Zum Beispiel:

- Durch die Bereitstellung von Kaffeeautomaten oder einer Möglichkeit zur Zubereitung von frischen Säften kann der belebende Duft von frisch aufgebrühtem Kaffee oder von Früchten auch die Geschmacksknospen ansprechen.
- Bereiche, in denen frisch geschnittene Blumen der Saison präsentiert werden, sorgen für visuelle Akzente und angenehme Düfte (natürlich muss Vorsicht bezüglich Allergien geboten sein).
- Imposante Pflanzen, grüne Wände und Anpflanzungen verstärken die visuelle Textur, können die Luftqualität verbessern und einen dezenten Duft verströmen.
- Bereiche zur Essenszubereitung, z. B. eine Küche, bereitstellen, in denen Menschen ihr Essen selbst zubereiten und zu sich nehmen können. Gemeinschaftliche Esszimmer und Tische verleihen dem Raum ein gemütliches Ambiente und ermöglichen organisierte Mahlzeiten. Diese Bereiche müssen gut belüftet sein.
- Einsatz verschiedener natürlicher Materialien und Oberflächenstrukturen zur Stimulierung des Seh- und Tastsinns.

Oder gliedern Sie Bereiche in verschiedene Zonen und konzentrieren Sie sich dabei auf einzelne Sinne:

- Mit der Raumbeleuchtung Stimmung, Atmosphäre und Farbe erzeugen – warme Farbtöne zur Entspannung, blaue Farbtöne zur Belebung.
- Zerstäuber und Luftverteiler zum Verströmen von Düften einsetzen, die, ähnlich wie die Beleuchtung, zur Belebung oder Entspannung dienen können.
- Akustische Landschaften schaffen, die der Aktivität des jeweiligen Raumes entsprechen. Berücksichtigen Sie, ob der Raum zur Erholung oder zu produktivem Arbeiten genutzt werden soll. Überlegen sie, ob Soundmasking oder positive Akustik zur Verbesserung der Konzentration, Privatsphäre oder Kommunikation genutzt werden sollten.

In der Salesforce-Lobby in San Francisco werden Mitarbeiter und Gäste beim Betreten des Gebäudes mit einem 32 Meter langen Bildschirm begrüßt. Die Videowand zeigt bewegende Naturaufnahmen wie etwa einen Wasserfall oder einen tropischen Regenwald.

Foto von Josh Brott. Inhaltserstellung von Obscura Digital für Salesforce.

7 TRIANGULATION

Die Gestaltung eines Blickpunkts in einem Raum, der zwei (oder mehr) Personen **miteinander verbindet,** wenn sie stehen bleiben, um mit dem Objekt zu interagieren oder es zu bewundern. Dies erhöht die Chancen für ein Gespräch oder einen gemeinsamen Moment des Staunens und kann dazu beitragen, dass Menschen zusammenkommen und sich kennenlernen.

DIE THEORIE DER BIOPHILIE NACH KELLERT

Direktes Erleben der Natur durch die Einbindung von natürlichen Elementen als Blickpunkte sowie **indirektes Erleben der Natur**, das an die Natur erinnert oder über Merkmale der natürlichen Welt verfügt.

Zusammen können sie eine Reihe von **Erlebnissen von Raum und Ort bieten**: vor allem **Orientierung sowie die kulturelle und ökologische Bindung an einen Ort.** Sie alle tragen zum **Zusammenschluss von Teilen zu einem Ganzen** (durch das gemeinsame Erleben) bei.

Aus evolutionärer Sicht: Blickpunkte können die Dynamik und Unvorhersehbarkeit der Natur nachahmen (zum Beispiel ein Wetterwechsel), die uns zum Stillstand bringen können. **Zum Beispiel:**

- Staunend den Sonnenuntergang beobachten und die fantastischen Farben am Himmel bewundern
- Ein bedrohlich aussehender Himmel, der dazu führt, dass Menschen alle Tätigkeiten unterbrechen und gemeinsam auf aktuelle Geschehnisse reagieren, z. B. Schutz suchen, schnell Essen sammeln oder Dinge befestigen.

“Die Navigation durch natürliche Landschaften wird häufig durch einen zentral wahrgenommenen Blickpunkt unterstützt. Oftmals verwandelt dieser Bezugspunkt eine chaotische Umgebung in ein organisiertes Umfeld, das Durchgang und Orientierung ermöglicht. Auch viele gelungene Gebäude und konstruierte Landschaften erzielen trotz ihrer Komplexität und ihres großen Umfangs eine Kohärenz, wenn ein zentral organisierter Bezugspunkt effektiv zum Einsatz kommt.“[76]

– Stephen Kellert

WARUM?

Dies unterstützt die **gemeinsame emotionale Verbindung** nach McMillan – das **Zusammenführen von Menschen mithilfe von Events, Interessen und Erlebnissen.**

In einer natürlichen Umgebung wäre dies der erste Schneefall im Winter. Jeder hält inne und schaut zu. Die Menschen kommen aus den Häusern und reden mit ihren Nachbarn.

Die Art der Raumgestaltung kann Menschen also dazu motivieren, innezuhalten und wahrzunehmen, was in ihrer direkten Umgebung und mit den Menschen in ihrem Umfeld gerade geschieht. Nehmen wir als Beispiel das Feuer. Feuer war schon immer wichtig, denn entwicklungsgeschichtlich betrachtet hat das Feuer uns in die Lage versetzt, zu kochen, uns zu schützen und uns zu wärmen. Wenn sich Menschen um ein Feuer versammeln, führt dies laut neueren Forschungsergebnissen zu einer deutlichen Senkung des Blutdrucks, zur Förderung von sozialem Verhalten und zu einer Festigung der Verbindung zwischen Menschen.[75]

Dieses Konzept lässt sich auch auf andere Blickpunkte übertragen – sei es das Betrachten einer Wasserfontäne, die Bewegungen einer kinetischen Skulptur oder eine Präsentation. All das führt uns über die gemeinsam ausgerichtete Aufmerksamkeit zusammen. Durch die gemeinsame körperliche oder emotionale Reaktion werden Möglichkeiten geschaffen, Menschen in Staunen zu versetzen, Gespräche zu führen oder einfach ein wohliges Gefühl zu empfinden, das ein friedvolles Miteinander möglich macht.

WIE KANN ICH DAS MITHILFE DES BIOPHILIC DESIGNS ERREICHEN?

Triangulation lässt sich durch Erlebnisse oder Aktivitäten erzielen, die sich normalerweise um einen Blickpunkt drehen. Dazu könnten Elemente gehören, die Bewegung oder eine dynamische Veränderung darstellen und bei denen kein Moment dem anderen ähnelt **(nicht-rhythmische Sinnesreize)**[77], z. B. das Flackern des Feuers oder die Bewegung eines Wasserobjekts. Diese Elemente können verschiedenen Jahreszeiten oder der lokalen Ökologie entsprechen. Erwägen Sie den Einsatz interaktiver Elemente, die Bewegung oder Klang erzeugen.

Etwas Neues, etwas Unvorhergesehenes oder etwas Unerwartetes kann die Wirkung verstärken, ganz gleich, ob sie natürliche Materialien und Elemente verwenden oder diese nachbilden:

- Kamin (innen oder außen) mit Sitzgelegenheiten
- Große Aquarien
- Wasserobjekte – Bewegung und Klang bieten zudem Sinnesreize
- Kinetische Skulpturen bieten Unvorhersehbarkeit
- Videoleinwände, interaktive Projektionen und LED-Beleuchtung, z. B. Sky-Panel-Deckeninstallationen.

KAPITEL 6: GEMEINSCHAF-TORIENIERTES DESIGN - INSPIRATIONEN

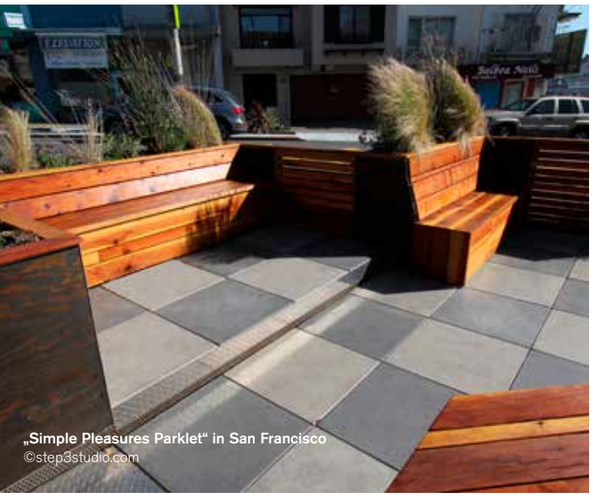
Unser Gemeinschaftssinn wird zunehmend als menschliches Bedürfnis anerkannt, dem wir uns mehr widmen sollten. Daher werden heutzutage immer mehr Projekte umgesetzt, bei denen die Stärkung von Gemeinschaften ein zentrales Anliegen des Designs ist. Wir möchten Ihnen einige dieser Projekte vorstellen, die unserer Meinung nach das gemeinschaftsorientierte Design in unterschiedlichen Kontexten veranschaulichen und die Vielseitigkeit des Designethos aufzeigen.

Unsere ersten Beispiele wurden für öffentliche Flächen konzipiert (in denen das Konzept der Raumgestaltung seinen Anfang nahm). Der gleiche Ansatz, der bei diesen Flächen für die Außennutzung zum Einsatz kommt, kann unserer Meinung nach auch im Innenraum Anwendung finden. Anschließend werden wir Ihnen ein Beispiel für einen guten Übergang zwischen öffentlichem und privatem Raum vorstellen und zum Schluss zeigen wir Ihnen ein Beispiel für einen privaten Raum, in dem die Gemeinschaft einen hohen Stellenwert einnimmt.

STÄDTE FÜR MENSCHEN GESTALTEN

Gehl, ein international führendes Unternehmen im Bereich urbanes Design für Menschen, hat bereits zahlreiche Projekte unter dem Motto „Making Cities for People“ (Städte für Menschen gestalten) durchgeführt. Eines dieser Projekte wurde zwischen 2007 und 2009 im New Yorker Bezirk Manhattan umgesetzt. Hierbei wurden 400.000 Quadratmeter Verkehrsfläche zurückgewonnen und zur Nutzung des Menschen bereitgestellt. Es wurden mehr Sitzgelegenheiten geschaffen, die Natur wurde verstärkt eingebunden und mehr Bereiche wurden für Radfahrer ausgewiesen. Laut Gehl „kamen die Leute anschließend aus ihren Häusern und Büros heraus auf die Straße“.78 Es hat sich gezeigt, dass 86 % mehr Menschen anhielten, um zusammenzukommen, sich zu unterhalten, sich hinzusetzen und zu entspannen. 26 % mehr Mitarbeiter begannen, in ihren Pausen nach draußen zu gehen. Auf dieser Website finden Sie weitere Informationen über die weltweiten Projekte des Unternehmens: *www.gehlpeople.com/work/cases*

'Simple Pleasures Parklet', San Francisco
©step3studio.com



„Simple Pleasures Parklet" in San Francisco
©step3studio.com

„Simple Pleasures Parklet" in San Francisco

Kosten:	**26.000 USD**
Baujahr:	**2014**
Fläche:	**3 Parkplätze**
Kunde:	**Simple Pleasures café**
Kooperationspartner:	**Ron Stanford (Step 3 Studio), Tina Calloway (Urban Farm Girls), Eric Mar.**

„Instant City Life" in Kopenhagen

Kosten:	**850 EUR/m²**
Baujahr:	**2014**
Fläche:	**12,5 m²**
Kunde:	**Leth & Gori**
Kooperationspartner:	**Christina Parrish, Søren Ejlersen, Heiner Aldinger und Rikke Stenbro**

PARKLETS

Damit kommen wir zum Thema „Parklets" und befassen uns jetzt mit individuelleren Projekten zur Stärkung von Gemeinschaften. Das Projekt „Pavements to Parks" von Groundplay stammt ursprünglich aus San Francisco. Die Initiative begann 2010 mit der Gestaltung von Parklets, um „ungenutzte Flächen vorübergehend wiederzugewinnen und schnell und preiswert zu neuen öffentlichen Räumen umzugestalten".79 Parklets sind mobile Erweiterungen von Gehwegen, bei denen auf der Fläche einiger Parkplätze kleine Parks errichtet werden. Diese Parks bieten Sitzgelegenheiten, damit Menschen eine Pause einlegen, sich hinsetzen, sich ausruhen oder sich unterhalten können. In der Regel sind Parklets begrünt und präsentieren Kunst oder andere ansprechende optische Eindrücke.

Das „Simple Pleasures Parklet" in San Francisco umfasst:

- Massive, gebeizte Holzbänke
- Blumenkübel aus Holz
- Meeresblick
- Verschiedene Pflanzen auf der gesamten Fläche.[80]

Im Rahmen des Projektes „San Francisco Great Streets" wurde 2011 die sogenannte „Parklet Impact Study" durchgeführt.81 Diese Studie sollte den Einfluss bewerten, den Parklets auf den Fußgängerverkehr und auf das Verhalten und die Wahrnehmung von Fußgängern haben. Zu diesem Zeitpunkt waren seit ihrer Einführung im Jahr 2010 bereits mehr als 20 Parklets in der ganzen Stadt aufgebaut worden. Die Studie wurde an drei Parklet-Standorten durchgeführt und kam zu folgenden Ergebnissen:

- An einem Parklet-Standort war die Passantenfrequenz um 44 % gestiegen. Die Parklets ermöglichten es Fußgängern also, sich die Straße wieder mehr zu eigen zu machen. Zudem boten sie neue Möglichkeiten, um sich mit anderen Menschen zu treffen und zu unterhalten.
- Die Zahl der Menschen, die anhielten, um sich an statischen Aktivitäten zu beteiligen, stieg deutlich an. Dies galt vor allem an einem der drei Parklet-Standorte, an dem sich diese Zahl von 4 auf 11 Personen zu jedem Zeitpunkt erhöhte und damit fast verdreifachte.
- Die höhere Zahl an Fahrrädern, die in der Nähe der Parklets abgestellt wurden, deutet auf eine verstärkte körperliche Aktivität und Nutzung der Bereiche hin.
- Insgesamt zeigte die Studie auf, dass Parklets stärker als gute, saubere und interessante Orte wahrgenommen wurden, an denen man andere Menschen treffen kann.

Copenhagen's 'Instant City Life'

Auch der „Vancouver 2013 Parklet Pilot Program Guide" führt die Vorteile von Parklets aus. Dazu gehört, dass Parklets Menschen einen Raum bieten, um sich hinzusetzen und zu entspannen; sie vergrößern die Gehwege, ziehen potenzielle Kunden zu lokalen Unternehmen an und fördern das Gemeinschaftsgefühl, indem sie öffentliche Flächen einladender gestalten[82]

Sie sehen: Diese kleinen Flächen, die dazu dienen, Menschen zusammenzuführen, bieten sowohl für die Gemeinschaft als auch für örtliche Unternehmen viele Vorteile. Daher hat sich das Parklet-Konzept weltweit verbreitet. So nahm der Hackney London Borough Council beispielsweise den „autofreien Tag"[83] im Londoner Ortsteil Shoreditch zum Anlass, die Nutzung von Straßen zu überdenken. In der Folge wurden in der Gegend vorübergehend mehrere Pop-up-Parklets zu Testzwecken aufgestellt.[84]

Auch die Ausstellung „Instant City Life" in Kopenhagen umfasste aus dem gleichen Grund ein Parklet: Die Initiative soll zu einer Neubewertung dessen anregen, inwieweit wir die Flächen in unseren Städten zu würdigen wissen, und dass wir mehr Flächen für Menschen und weniger für den Straßenverkehr zur Verfügung stellen sollten.

Dieses hölzerne Parklet war zwei Monate lang auf einem der 70.000 Kopenhagener Parkplätze aufgestellt.

- Es umfasste kleine „Gärten", in denen die Öffentlichkeit Gemüse anpflanzen und ernten konnte.
- Es bot Menschen die Möglichkeit, sich die Hände schmutzig zu machen und eine Verbundenheit zur Natur und zu ihren Kreisläufen zu schaffen.
- Es diente als sozialer Treffpunkt, an dem sich Fremde begegneten und durch die gemeinsam verbrachte Zeit am gleichen Ort eine Verbindung zueinander aufbauten.[85]

Parklets vereinen alle sieben Features des biophilen Designs – vor allem die **Unterteilung von Bereichen in Zonen** für bestimmte Aktivitäten. So entstehen Möglichkeiten für die **Begegnung** zwischen Menschen, **bei der die Grenze** zwischen der Straße und den Treffpunkten weicher wird. Es ist ein Ort, an dem etwas **wachsen** und sich im Laufe der Zeit verändern kann; etwas, bei dem sich die Öffentlichkeit einbringen kann. Gleichzeitig leisten Parklets auch einen Beitrag zur **sensorischen** Landschaft. Sie bereichern Flächen mit **Vielfalt** und verleihen Städten Zielpunkte **(Triangulation).** All diese Aspekte machen Parklets zu einem Paradebeispiel für ein Design, das Gemeinschaften stärkt.

> **Sie sind wie kleine Parks, die einfach aufgebaut werden. Es gibt sie mittlerweile überall. Wir beobachten, dass Planer das Parklet-Konzept mittlerweile auch in der Innenraumgestaltung anwenden."**
>
> – David Oakey, Gründer von David Oakey Designs

WeWork Ciyunsi Office, Beijing

Wie David Oakey schon angemerkt hat, stellt sich angesichts des großen Erfolgs der Parklets die Frage, was geschehen würde, wenn wir diese gestalteten Flächen in den Innenraum übertragen würden. Hätte das den gleichen Effekt im Hinblick auf das Zusammenführen von Menschen, damit sie zusammensitzen und sich unterhalten können? Menschen, die normalerweise aneinander vorbeigegangen wären oder ihr Mittagessen alleine am Schreibtisch eingenommen hätten? Wir haben einige Beispiele von **Innenräumen** zusammengestellt, die auf eine Weise gestaltet wurden, die unserer Meinung nach die sieben Features des biophilen Designs von OHD zur Stärkung des Gemeinschaftssinns deutlich widerspiegelt.

Ein fachübergreifender Wissensaustausch begünstigt die erfolgreiche Innovation. Wir entwickeln uns hin zu vernetzten Unternehmen und Strukturen. Die Pioniere in diesem Bereich sind Start-ups, die in Gemeinschaftsgebäuden arbeiten, in dem jedes Unternehmen sein eigenes Büro/Studio hat, öffentliche Räume und Einrichtungen jedoch gemeinschaftlich genutzt werden. Dies fördert die Begegnung und den Gedankenaustausch, ermöglicht den Start-ups eine bessere Vernetzung und bietet größere Projektmöglichkeiten.“

– Kitty de Groot, Design-Journalistin, Design-Strategin, Inhaberin von Studiovix.nl.

CO-WORKING SPACES

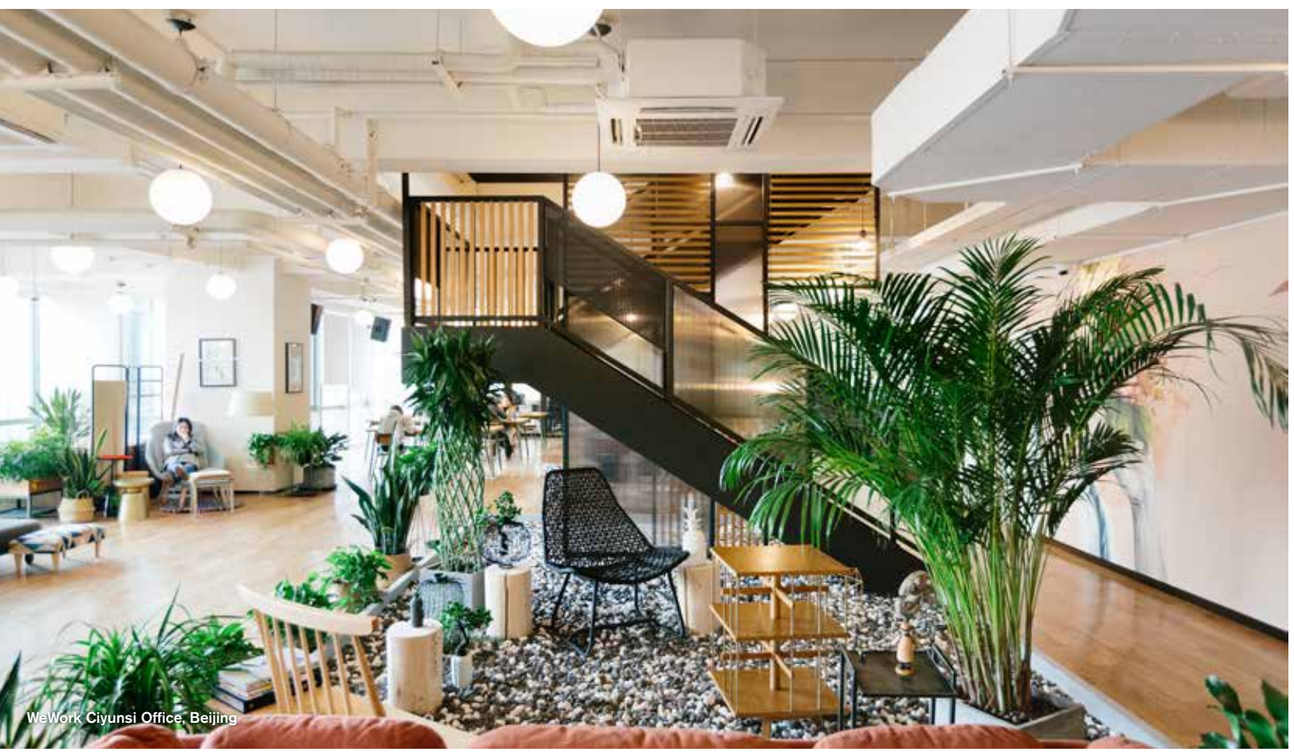
Warum sind viele Coworking Spaces so effektiv? Nun, im Gegensatz zum klassischen Büro halten sich dort Menschen auf, die für verschiedene Unternehmen und in unterschiedlichen Branchen tätig sind. Es gibt in diesen Räumlichkeiten also nicht eine einzige Unternehmensidentität, der man sich anpassen muss. Vielmehr bieten diese Räume die Chance, eine gemeinsame Identität zu schaffen. Außerdem gibt es in gemeinsam genutzten Arbeitsbereichen keine „Territorien“ und somit auch nicht das Gefühl eines unerlaubten Betretens. Vielmehr bieten diese Räume die Möglichkeit, sich unter Menschen mit verschiedenen Fachgebieten und Interessen aufzuhalten.

So kann eine unvorhergesehene Kollaboration entstehen, was für das Unternehmen natürlich ideal ist. In dem „Coworking Manifesto“, einem Online-Dokument, das von Mitgliedern von mehr als 1.700 Coworking Spaces unterzeichnet wurde, haben Werte wie Gemeinschaft, Zusammenarbeit, Lernen und Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert. Diese Räume sind daher nicht einfach nur Orte, an denen Menschen arbeiten. Es sind auch Orte, an denen eine soziale Bewegung hin zum gemeinsamen Ziel der Verbundenheit vorangetrieben wird.[86] Warum sonst sollten so viele Unternehmen dafür zahlen, in diesen gemeinschaftlichen Räumen zu arbeiten, statt sich Einzelbüros zu mieten? Offenbar funktioniert es …

Nehmen wir beispielsweise WeWork. Das Unternehmen mit einem Wert von 20 Milliarden USD (Stand 2017)[87] bietet gemeinsam genutzte Arbeitsbereiche an. WeWork wurde 2010 im New Yorker Stadtbezirk Brooklyn gegründet, „wo Unternehmen und Menschen zusammenwachsen“.[88] Als Adam Neumann und Miguel McKelvey, die Gründer von WeWork, erkannten, dass Unternehmen auf der Suche nach Gemeinschaftsgefühl waren, revolutionierten sie die Art und Weise, wie Unternehmen Büroräume mieten. Heute ist WeWork in 62 Städten und 21 Ländern vertreten. Unternehmen können entweder ganze Büroräume anmieten oder eine bestimmte Anzahl an Büroplätzen in den Räumlichkeiten buchen – entweder als festen Platz oder als Hot Desk. Dies fördert neue Gespräche, Ideen und die Zusammenarbeit. Laut WeWork hatten 70 % der Mitglieder des Unternehmens geschäftlich miteinander zu tun.[89]

WeWork bietet seinen Mitgliedern für den Aufbau der Gemeinschaft sowohl räumliche als auch virtuelle Vorteile. Das Unternehmen achtet darauf, „schöne, physische Räume zur gemeinschaftlichen Nutzung für Teams jeder Größe“ bereitzustellen, um seine Gemeinschaft mit „mehr als 248.000 Mitgliedern zu unterstützen, die persönlich und digital zusammenarbeiten“. Das Unternehmen verfügt über eine App, über die sich die Mitglieder vernetzen und virtuell mit anderen Mitgliedern weltweit zusammenarbeiten können. Zudem finden „formelle und informelle Veranstaltungen statt, um die Verbindung zwischen den Mitgliedern zu fördern“ (WeWork Ciyunsi Team). Der Gemeinschaftssinn scheint überall in diesen Büros fest verankert zu sein. Wir sind sicher, dass aus diesem Projekt schon tolle Innovationen hervorgegangen sind.

WeWork Ciyunsi Office, Beijing



WeWork Ciyunsi Office, Beijing

Als wir WeWork 2010 gründeten, wollten wir nicht nur schöne, gemeinschaftliche Büroräume bauen. Wir wollten eine Gemeinschaft gründen, einen Ort, dem man sich als Einzelperson anschließt, als ein ‚Ich', aber an dem man Teil von etwas Größerem wird, Teil eines ‚Wir'. Ein Ort, an dem wir Erfolg neu definieren – und zwar gemessen an der persönlichen Erfüllung, nicht nur am Gewinn. Unser Impulsgeber ist die Gemeinschaft."[90]

– Miguel McKelvey und Adam Neumann, Gründer von WeWork

DAS BÜROGEBÄUDE VON WEWORK CIYUNSI IN PEKING

Das interne Designteam von WeWork hat in Peking ein wunderschönes Büro gestaltet, dessen Design-Elemente den Gemeinschaftssinn des Unternehmens voll und ganz umsetzen und zum Ausdruck bringen. Das Gebäude liegt in einem Stadtteil, der angesichts des Wachstums der Stadt großes Potenzial für die Zukunft birgt. WeWork befindet sich in einem riesigen Gebäudekomplex mit Wohnhäusern und anderen Bürogebäuden. Das Konzept des Gebäudekomplexes wurde von dem traditionellen chinesischen „Tor" bzw. der chinesischen Torbogen-Architektur abgeleitet, auch bekannt als „Paifang". Ciyunsi ist geprägt von einer herzlichen Atmosphäre im Zen-Stil und bietet den Nutzern eine Pause vom Trubel der Stadt. Wie uns die Mitarbeiter des Ciyunsi-Büros in einem Gespräch mitteilten, versucht WeWork, „das Konzept der Beziehung zwischen Innen- und Außenbereich in der stark auf den Straßenverkehr ausgerichteten Stadt Peking neu zu erfinden". „Laut dem **WeWork Economic Impact Report 2018 ist die Raumnutzung von WeWork 2,5-mal so effizient wie die eines typischen Büros**, denn sie schafft Platz für neue Mitarbeiter, Unternehmen und Jobs."

Nachfolgend finden Sie eine Übersicht über die Design-Elemente in den Ciyunsi-Büroräumen, die unseren sieben biophilen Features zur Stärkung des Gemeinschaftssinns entsprechen.

WeWork transformiert Gebäude in dynamische Umgebungen, die Kreativität, Fokus und Zusammenarbeit fördern. Dies ist nicht nur eine neue Art des Arbeitens, es ist eine Bewegung hin zu einer neuen Lebensweise. Wir machen die Art, wie Menschen arbeiten und leben, menschlich.“

– WeWork Ciyunsi Team

Feature	Gemeinschaftselemente
Räumliche Vielfalt	▪ Das Büro erstreckt sich über zwei sonnendurchflutete Stockwerke mit Loft-Charakter, in denen sich private Büroräume, Bereiche für die Zusammenarbeit, Küchen, Besprechungszimmer und sogar eine Arkade befinden. ▪ Ein Gemeinschaftsbereich, in dem alle gemeinschaftlichen Aktivitäten stattfinden ▪ Ein kleiner Steingarten für Brainstorming-Sitzungen ▪ Ein privater Wellness-Raum für stillende Mütter, zum Beten und zum Meditieren
In Zonen unterteilte Bereiche	▪ Die bequemen Sitzbereiche sind mit Teppich unterlegt. So entsteht ein Kontrast zu den Holzfußböden auf den Wegen, welche die Sitzbereiche miteinander verbinden ▪ Eine breite Palette an Einrichtungsgegenständen und Beleuchtungslösungen zur Unterstützung verschiedener Aktivitäten, z. B. Küchentische und Barhocker in der hellen Gemeinschaftsküche. Im Kontrast dazu bieten Hängesessel, die an Kokons erinnern und von gemütlichen Lampen und Pflanzen umgeben sind, einen Blick über Peking und gleichzeitig einen Rückzugsort ▪ Umfangreiche und vielfältige Nutzung von Pflanzen zur Abgrenzung der verschiedenen Sitzbereiche und Wege
Weiche Grenzen	▪ Während zur Unterteilung der Räume Pflanzen eingesetzt werden, kommen in einem der Stockwerke zwischen verschiedenen Sitzbereichen weiche Grenzen zum Einsatz. Dazu gehören Essbereiche mit Holztischen und Holzstühlen sowie Heimtextilien, Sofas und Couchtische für informelle Meetings oder zur Entspannung ▪ Die einzelnen Büroräume und Eingänge sind durch Glaswände getrennt, die Sichtlinien durch das ganze Gebäude bieten und die Nutzer in andere Bereiche einladen (im Gegensatz zu privaten und abgeschlossenen Bereichen)
Räume für Begegnung	▪ Lange und breite Flure ermöglichen Zirkulation und Anziehungspunkte ▪ Sichtbare interne Treppenhäuser verbinden die Mitarbeiter in den verschiedenen Stockwerken. „In klassischen Büros kennen sich nicht einmal die Mitarbeiter, die im gleichen Stockwerk arbeiten. Das Treppenhaus dient eher als Verbindung zwischen den Mitarbeitern. Wegen des schmalen Durchgangs müssen die Leute Blickkontakt herstellen, selbst wenn sie sich nicht kennen. So erhöhen wir die Chancen oder Möglichkeiten, dass sich die Mitarbeiter im gleichen Raum begegnen.“ – WeWork Ciyunsi Team ▪ Küchen, Aufenthaltsbereiche und gemeinschaftliche Sitzbereiche bieten Platz für informelle Pausen, in denen Interaktion möglich ist
Räume für Wachstum	▪ Bewegliche Hocker, Stühle und Tische lassen sich je nach den Bedürfnissen von Einzelpersonen oder Gruppen anordnen ▪ Hängesessel bieten einen Rückzugsort und einen Blick nach draußen. Zudem lassen sie sich nach innen drehen, um an den Aktivitäten im Raum teilnehmen zu können
Sensorische Räume	▪ In der Küchenzeile können Mitarbeiter Pausen einlegen und frischen Kaffee oder Fruchtsaftgetränke genießen ▪ Abwechslungsreiche Pflanzen im gesamten Büro verbessern die Luftqualität und verströmen einen dezenten Duft ▪ Mit gemütlichen und beruhigenden erdverbundenen Materialien, wie Holz, Kork, Beton, matte Fliesen und Kieselsteine, sowie weichen Möbeln in informellen Bereichen, wie Ledersofas und Wolldecken, unterscheidet sich dieses Büro sehr von anderen Arbeitsplätzen in Peking. Zudem werden durch die Art der Raumgestaltung auch Gesichts- und Tastsinn stimuliert
Triangulation	▪ Eine Tischtennisplatte für kurze Pausen ▪ Ein Kino zur Unterhaltung ▪ Der erste Karaoke-Raum Pekings dient zur Feierabendunterhaltung und Teambildung ▪ Große Wandmalereien von regionalen Künstlern schaffen eine Verbindung zur lokalen Umgebung und dienen als Blickpunkte

WeWork Ciyunsi Office, Beijing

Patagonia's Amsterdam HQ
©OPTIE A / Magriet Hoekstra

Patagonia's Amsterdam HQ
©OPTIE A / Magriet Hoekstra

Wir versorgen unsere Mitarbeiter nicht nur mit gutem Essen, sondern bauen zudem eine Gemeinschaft auf. Der Kontakt untereinander ist wichtig. Außerdem steht unseren Mitarbeitern in unseren Büroräumen eine Kinderbetreuung zur Verfügung. Das war die Idee meiner Frau Malinda. Als wir diesen Service 1981 einführten, was das ein radikaler Schritt. Wenn man ein Kind großziehen will, braucht man eigentlich ein ganzes Dorf – aber wir leben heute nicht mehr in Dörfern. Unternehmen müssen daher mehr wie Dörfer werden. Ich glaube, die Kinder, die wir hier hervorbringen, sind die besten Produkte von Patagonia.“[91]

– Yvon Chouinard, Gründer von Patagonia

DIE ZENTRALE VON PATAGONIA IN AMSTERDAM

Bei der Gestaltung seiner Büroräume hat Patagonia, ein nachhaltiger und umweltbewusster Hersteller von Outdoorbekleidung, das gemeinschaftsorientierte Design in den Mittelpunkt gerückt. Zudem soll das Design die gemeinsame Leidenschaft der Gründer und Mitarbeiter für den Schutz und die Wertschätzung unserer Erde widerspiegeln.

Wir sprachen mit Alberto Zanini*, Visual Merchandising and Design Manager Europe bei Patagonia. Er erzählte uns, dass es bei der Gestaltung der Zentrale in Amsterdam drei wesentliche Vorgaben zu beachten gab:

- „Es sollte ein zentrales Element geben, das alle Mitarbeiter zusammenbringt.“
- „Alle Räumlichkeiten sollten offen sein, niemand sollte ein eigenes Büro haben – auch nicht die Geschäftsleitung.“
- „Es sollten möglichst viele Meeting-Bereiche geschaffen werden.“

Wir zeigen Ihnen auch hier, wie diese Vorgaben erfüllt wurden und wie das Design unseren sieben biophilen Features zur Stärkung des Gemeinschaftssinns entspricht.

Obwohl es ein Büro ist, hat man manchmal das Gefühl, als würde man zusammen mit der eigenen Familie am Tisch sitzen und jeder hat eine eigene Meinung. Man kann endlose Gespräche führen, denn die Leute denken nicht groß nach, bevor sie etwas sagen. Alle sind es gewohnt, zusammen mit dem Geschäftsführer oder dem Direktor zusammenzusitzen, sich zu unterhalten und über die Arbeit oder das Essen zu sprechen. Das stärkt das Familiengefühl enorm.“

– Alberto Zanini

Feature	Gemeinschaftselemente
Räumliche Vielfalt	▪ Formelle und informelle Meeting-Bereiche im Erdgeschoss und im ersten Stock ▪ Bereiche für private Meetings, z. B. mit externen Lieferanten oder Kunden ▪ Ein getrennter Familienraum, in den Eltern ihre Kinder bringen können, wenn diese krank sind oder es Probleme mit der Kinderbetreuung gibt. Das Layout ähnelt dem eines klassischen Hauses in Amsterdam und vermittelt eine entspannte, gemütliche Atmosphäre ▪ Mehr Platz im oberen Stockwerk für die private Arbeit abseits vom Lärm der übrigen Büroräume
In Zonen unterteilte Bereiche	▪ Ausgewiesene Bereiche für unterschiedliche Aktivitäten sind an den verwendeten Materialien erkennbar, z. B. eine Ecke mit einem Sofa und einem Sessel, in der Menschen bequem sitzen und sich unterhalten können, Stehtische und ein Bereich mit Kissen, der vielfältige Sitzgelegenheiten bietet ▪ „Wir verwenden Pflanzen, um den Räumen eine herzliche, wohnliche Atmosphäre zu verleihen, eine freundliche Note. Die Pflanzen in unserem Gebäude sorgen für eine gesunde Umgebung. Im Besprechungszimmer beispielsweise haben wir jetzt eine riesige Pflanze. Wir wollten mit ihr etwas Grünes und Gesundes in das Gebäude bringen.“
Weiche Grenzen	▪ Das Großraumbüro unterstützt die Kommunikation zwischen den Menschen ▪ Aussicht auf den Hauptfluss, der ins Meer mündet und in dem die Mitarbeiter im Sommer schwimmen
Räume für Begegnung	▪ Treppen, die in eine zentrale Meeting-Bühne integriert sind, verbinden die Menschen zwischen den einzelnen Stockwerken und sorgen dafür, dass man sich in den verschiedenen Bereichen nie abgeschnitten fühlt. „Die Leute treffen sich jeden Tag zu unterschiedlichen Zeiten auf der Bühne zu informellen Meetings, unterhalten sich, trinken Kaffee zusammen. Das war die Idee dahinter.“
Räume für Wachstum	▪ Wir gehen zusammen joggen. Viele von uns sind begeisterte Radfahrer. Im Sommer gehen wir in der Mittagspause zusammen Radfahren, mit Mitarbeitern aus verschiedenen Abteilungen. Wir gehen zusammen klettern. Außerdem gibt es ein **Yogastudio** und einen **Fitnessraum**. Wir haben einen Trainer, Sportgeräte und eine Dusche. Sport wird hier wirklich stark gefördert.“
Sensorische Räume	▪ Ein Küchenbereich in einem anderen Stockwerk, in dem die Mitarbeiter ihr Mittagessen zu sich nehmen können, dient als Zielort abseits von den Arbeitsbereichen. Es hat sich gezeigt, dass dies „den Mitarbeitern unterschiedlicher Abteilungen hilft, sich auszutauschen und miteinander zu kommunizieren“ ▪ Freitags um 17 Uhr gibt es zum gemeinsamen Treffen und zum Start ins Wochenende kostenloses Bier in der Küche, was als ein „gutes gemeinsames Erlebnis“ bezeichnet wurde ▪ Nach Möglichkeit kommen wiederverwertete Materialien zum Einsatz, z. B. wiederverwendetes Wellblech, Treppen aus recycelten Schreibtischen, recycelte Materialien im Bodenbelag und in anderen Bereichen, Recyclingholz – es werden überall nachhaltige Materialien verwendet, wie etwa Douglasienholz aus nachhaltiger Forstwirtschaft ▪ Das Recyclingholz „verleiht den Räumen eine warme Atmosphäre und steht für das, was wir tun und was wir lieben. Als Hersteller von Outdoorbekleidung sind wir eng mit der freien Natur und mit dem Wald verbunden. Außerdem sind wir Outdoor-Fans – die meisten Mitarbeiter in unseren Büros lieben Skifahren, Mountainbiking oder andere Outdoor-Aktivitäten. Mit diesem Element fühlen wir uns wirklich wohl“
Triangulation	▪ Im ganzen Büro gibt es nur einen einzigen Kaffeeautomaten – und zwar in der Küche. Das bringt die Menschen im Laufe des Tages zusammen ▪ Auf einer Bühne in der Mitte des Erdgeschosses kommen die Mitarbeiter in der Mittagspause oder abends regelmäßig für Events, Filmvorführungen und Vorträge zusammen. Einige dieser Veranstaltungen sind sogar öffentlich zugänglich, was den Gemeinschaftssinn weiter stärkt ▪ Prominente Redner führen die ganze Patagonia-Gemeinschaft zusammen

*Alle Zitate in dieser Fallstudie stammen aus unserem Gespräch mit Alberto Zanini

Patagonia's Amsterdam HQ
©OPTIE A / Magriet Hoekstra

Patagonia's Amsterdam HQ
©OPTIE A / Magriet Hoekstra

Interessanterweise zeigten die Design-Vorgaben auf, dass sich die Mitarbeiter von Patagonia eine stärkere Verbindung mit anderen am Arbeitsplatz wünschten. Und, wie Sie sehen, lag der Fokus wirklich darauf, einen Raum zu schaffen, in dem sich die Menschen wohl und miteinander verbunden fühlen; ein Ort, an dem ihre Bedürfnisse erfüllt werden und an dem sie gerne Zeit verbringen. Das ist letztlich der Schlüssel zu allem! Wir hoffen, diese Fallstudien konnten Sie dazu inspirieren, in Ihren eigenen Projekten das Gleiche zu tun.

KAPITEL 7: TEIL DER GEMEINSCHAFT WERDEN

Avans University of Applied Sciences, The Netherlands

Das Gemeinschaftskonzept ist ein umfangreiches Thema. Es gibt eine Fülle an psychologischer Forschung zu den Vorteilen des Gemeinschaftssinns und den erforderlichen Maßnahmen, um diesen zu entwickeln. Dieser Design-Leitfaden kratzt lediglich an der Oberfläche dieser Thematik. Unter den im gesamten Dokument genannten Quellenangaben finden Sie weitere Informationen zu allen angesprochenen Punkten.

In den verschiedensten Branchen machen sich Menschen mittlerweile Gedanken darüber, dass das Design bei der Entwicklung des Gemeinschaftsgefühls in Gebäuden eine wichtige Rolle spielen kann. Ein Beispiel ist das Gesundheitswesen: In den Einrichtungen von Maggie's Centres werden bevorzugt Räume geschaffen, in denen Menschen sich begegnen, zusammensitzen und sich unterhalten können. Und auch bei der Städteplanung hat sich die Raumgestaltung zu einer treibenden Kraft entwickelt.

Angesichts der Tatsache, dass sich Designkonzepte, bei denen der Mensch im Mittelpunkt steht, in der Branche zunehmend festigen, wird es für Architekten und Planer immer wichtiger, diese Elemente in ihre Arbeit einzubinden. Außerdem sollten sie in der Lage sein, ihren Kunden die Vorteile eines gemeinschaftsorientierten Designs zu vermitteln. Weitere Forschungsarbeiten sind daher erforderlich, um die Auswirkungen und die wirtschaftlichen Folgen des gemeinschaftsorientierten Designs zu bewerten. Dies wird dazu beitragen, dass das gemeinschaftsorientierte Design in der Branche weitere Anerkennung erfährt. Architekten und Planer, die den Ansatz des gemeinschaftsorientierten Designs bereits verfolgen, können diese Bemühungen unterstützen und die Auswirkungen ihrer Designs auf die Menschen, die diese Räume bewohnen oder nutzen, messen.

GEMEINSCHAFT KALKULIEREN

Pre- und Post Occupancy Evaluation (POE): Hierbei handelt es sich um eine Form der Informationsgewinnung von Bewohnern oder Nutzern eines Gebäudes vor und nach der Anwendung eines Designkonzepts. Bei der qualitativen Forschung lassen sich die Auswirkungen eines Designkonzepts in Büroräumen mithilfe von einfachen Methoden wie Interviews mit Bewohnern oder Nutzern messen. Quantitative Studien hingegen vergleichen die Produktivität, Fehlzeiten der Mitarbeiter und die Mitarbeiterfluktuation vor und nach einem Umzug oder Renovierungsarbeiten in einem Büro.

GEMEINSCHAFT ZERTIFIZIEREN

WELL™ und andere **Baunormen** für Designkonzepte, bei denen der Mensch im Mittelpunkt steht, bewerten und zertifizieren Gebäude, die das Wohlbefinden der Bewohner und Nutzer berücksichtigen.

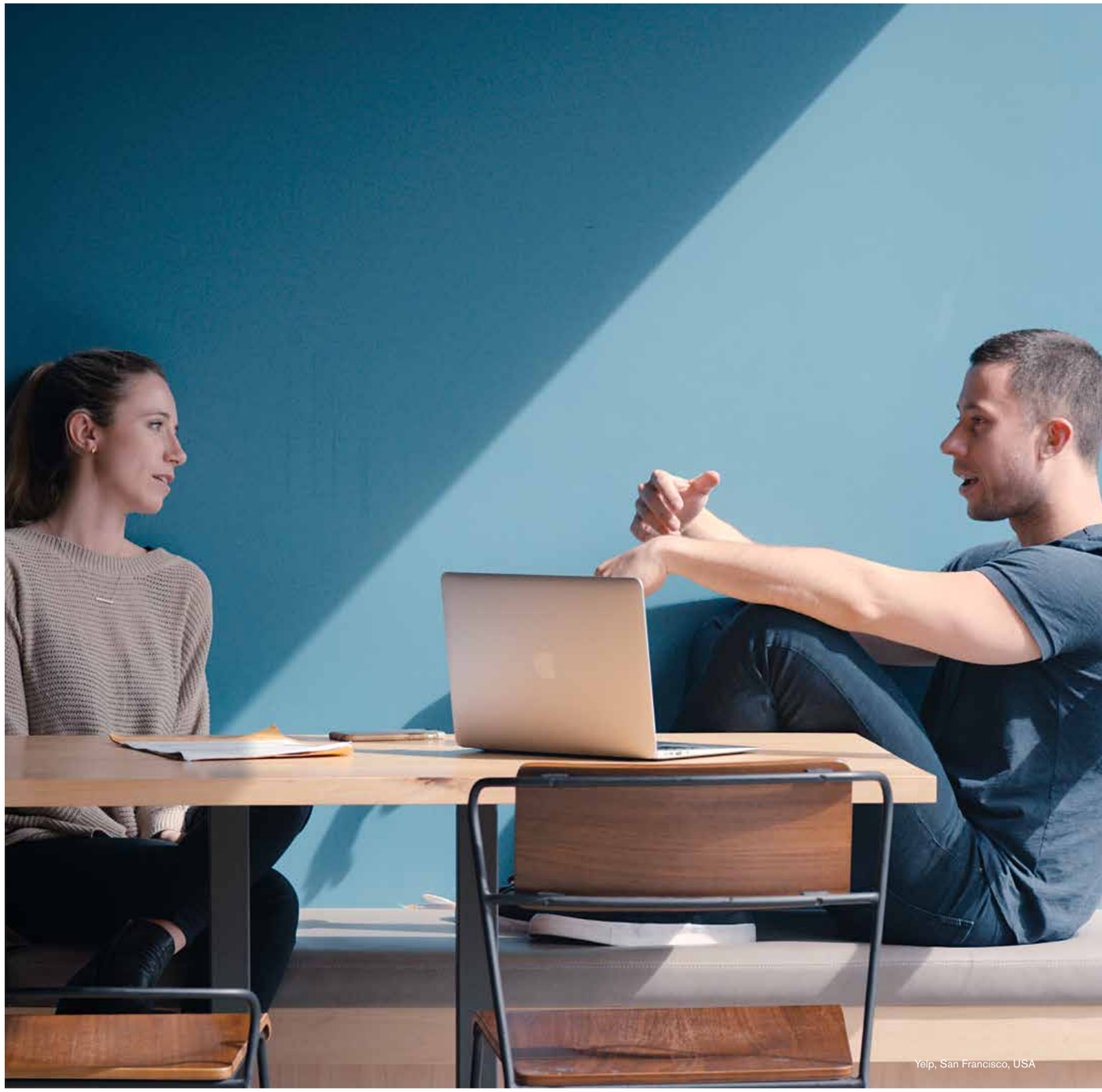
Daneben erweitert **WELL™** auch seine ursprünglichen sieben Konzepte und wird insgesamt zehn Konzepte umfassen, von denen sich eines auf den Aspekt „Gemeinschaft“ bezieht. Das IWBI macht erste Schritte, um die Gesundheit und das Wohlbefinden von Gemeinschaften in Gebäuden zu stärken. So wird beispielsweise sichergestellt, dass Bewohner und Nutzer Zugang zu medizinischer Versorgung haben. Es werden Maßnahmen und Programme gefördert, die eine gesunde Lebensweise unterstützen. Außerdem werden Umfragen unter Bewohnern und Nutzern durchgeführt, um deren Erfahrungen auszuwerten. Junge Eltern könnten darüber hinaus Unterstützung erhalten, während WELL-zertifizierte Gebäude das bürgerschaftliche Engagement, die Unternehmenstransparenz, Inklusion, Zugang und Sicherheit fördern.

All dies zeigt den dringend erforderlichen Wandel hin zur Stärkung des Gemeinschaftsgefühls in der gebauten Umgebung auf.

POTENZIALE NUTZEN

Wir hoffen, dass dieser Leitfaden Sie zum Nachdenken anregen konnte. Vielleicht machen Sie sich nun Gedanken darüber, wie Sie das gemeinschaftsorientierte Design in Ihrem Gebäude oder bei Ihrem nächsten Projekt in den Mittelpunkt rücken können. Sollte dies der Fall sein, würden wir uns freuen, wenn Sie uns Informationen zu Ihren Plänen und den Ergebnissen zukommen lassen. Auf diese Weise tragen Sie zur wachsenden Zahl an Fallstudien bei, die zeigen, wie ein Design mithilfe der **Gestaltung von Positive Spaces** das Wohlbefinden von Menschen verbessern kann.

Benötigen Sie Unterstützung, um über Ihre nächsten Schritte hinsichtlich des gemeinschaftsorientierten Designs nachzudenken? Das Conpt Design Team von Interface unterstützt Sie gerne dabei.



Yelp, San Francisco, USA

QUELLEN

[1]https://officeinsight.com/officenewswire/biophilia-pioneer-stephen-kellert-1943-2016

[2]Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life. John Wiley & Sons.

[3]McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. Journal of community psychology, 14(1), 6-23.

[4]Gusfield, J. R. (1975). The community: A critical response. New York: Harper Colophon.

[5]McMillan, David W., and David M. Chavis. "Sense of community: A definition and theory." Journal of community psychology 14.1 (1986): 6-23.

[6]http://thecommunitymanager.com/2014/02/06/4-elements-to-creating-a-sense-of-community-by-dr-david-mcmillan/

[7]Barton, H., & Grant, M. (2006). A health map for the local human habitat. The Journal for the Royal Society for the Promotion of Health, 126(6), 252-253.

[8]Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. Psychological review,50(4), 370.

[9]https://www.nhs.uk/conditions/stress-anxiety-depression/improve-mental-wellbeing/

[10]http://the-reply.com/the-importance-of-community-and-belonging/

[11]Vaillant, G. E. (2012). Triumphs of experience. Harvard University Press.

[12]Isen, A. M., & Levin, P. F. (1972). Effect of feeling good on helping: cookies and kindness. Journal of personality and social psychology, 21(3), 384.

[13]https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2013/02/Understanding-neighbourliness-and-belonging-September-2008.pdf

[14]http://www.if.org.uk/research-posts/2018-if-index-how-does-the-wellbeing-of-todays-twenty-somethings-compare-to-previous-cohorts/

[15]https://www.thersa.org/discover/publications-and-articles/rsa-comment/2010/02/jaron-lanier-admirable-apostate-of-the-digital-revolution

[16]https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2013/02/Understanding-neighbourliness-and-belonging-September-2008.pdf

[17]Waldrop, M. M. (1996). The trillion-dollar vision of Dee Hock. Fast Company, 5(October/November), 75-86.

[18]http://www.communiteam.org/cbinworkplace.pdf

[19]Cohen, D., Prusak, L., & Prusak, L. (2001). In good company: How social capital makes organizations work (Vol. 15). Boston, MA: Harvard Business School Press.

[20]https://www.forbes.com/sites/johnbaldoni/2017/01/22/fostering-the-sense-of-belonging-promotes-success/#7cc151c10f26

[21]https://en.wikipedia.org/wiki/Grant_Study

[22]http://www.businessinsider.com/the-10-largest-family-businesses-in-america-2011-11?op=1&IR=T#ixzz22UhjVrUJ

[23]http://futureproof.bitc.org.uk/sites/default/files/BITC%20-%20Youth%20Survey%202015%20-%20key%20findings.pdf

[24]https://www.forbes.com/sites/carolkinseygoman/2017/10/12/why-ibm-brought-remote-workers-back-to-the-office-and-why-your-company-might-be-next/#69ce2e0d16da

[25]http://www.interfacereconnect.com/wp-content/uploads/2012/11/The-Economics-of-Biophilia_Terrapin-Bright-Green-2012e_1.pdf

[26]Battistich, V., Solomon, D., Watson, M., & Schaps, E. (1997). Caring school communities. Educational psychologist, 32(3), 137-151.

[27]Jarvenpaa, S. L., & Leidner, D. (1999). Communication and trust in global virtual teams. Organization Science, 10(6), 791–851. doi: 10.1287/orsc.10.6.791

[28]Paul, D. L., & McDaniel, R. R., Jr. (2004). A field study of the effect of interpersonal trust on virtual collaborative relationship performance. MIS Quarterly, 28(2), 183–227.

[29]Zolin, R., Hinds, P. J., Fruchter, R., & Levitt, R. E. (2004). Interpersonal trust in crossfunctional, geographically distributed work: A longitudinal study. Information and Organization, 14(1), 1–24.

[30]https://www.forbes.com/sites/carolkinseygoman/2017/10/12/why-ibm-brought-remote-workers-back-to-the-office-and-why-your-company-might-be-next/#69ce2e0d16da

[31]http://www.yourthoughtpartner.com/blog/bid/44390/Leading-in-Person-6-Reasons-to-Communicate-Face-to-Face

[32]Aaron Wolfgang (Ed.). (1984). Nonverbal behavior: Perspectives, applications, intercultural insights. Hogrefe & Huber Pub.

[33]https://www.forbes.com/sites/carolkinseygoman/2017/10/12/why-ibm-brought-remote-workers-back-to-the-office-and-why-your-company-might-be-next/#5822852916da

[34]Jarvenpaa, S. L., Knoll, K., & Leidner, D. E. (1998). Is anybody out there? Antecedents of trust in global virtual teams. Journal of Management Information Systems, 14, 29–64

[35]Rosen, B., Furst, S., & Blackburn, R. (2007). Overcoming barriers to knowledge sharing in virtual teams. Organizational Dynamics, 36(3), 259–273. doi:10.1016/j.orgdyn .2007.04.007

[36]https://www.forbes.com/sites/carolkinseygoman/2017/10/12/why-ibm-brought-remote-workers-back-to-the-office-and-why-your-company-might-be-next/#69ce2e0d16da

[37]https://hbr.org/2016/10/how-microsoft-used-an-office-move-to-boost-collaboration

[38]Kim, J., & De Dear, R. (2013). Workspace satisfaction: The privacy-communication trade-off in open-plan offices. Journal of Environmental Psychology, 36, 18-26.

[39]https://www.microsoft.com/en-us/research/publication/can-we-make-distance-matter-less/?from=http%3A%2F%2Fresearch.microsoft.com%2Fapps%2Fpubs%2Fdefault.aspx%3Fid%3D74361

[40]https://hbr.org/2016/10/how-microsoft-used-an-office-move-to-boost-collaboration

[41]Allen, T. J. (1984). Managing the flow of technology: Technology transfer and the dissemination of technological information within the R&D organization. MIT Press Books, 1.

[42]Kraut, R., Egido, C., & Galegher, J. (1988, January). Patterns of contact and communication in scientific research collaboration. In Proceedings of the 1988 ACM conference on Computer-supported cooperative work (pp. 1-12). ACM.

[43]Sensenig, J., Reed, T. E., & Miller, J. S. (1972). Cooperation in the prisoner's dilemma as a function of interpersonal distance. Psychonomic Science, 26(2), 105-106.

[44]Cohen, D., Prusak, L., & Prusak, L. (2001). In good company: How social capital makes organizations work (Vol. 15). Boston, MA: Harvard Business School Press.

[45]Terrapin Bright Green (2012). The Economics of Biophilia: Why Designing with Nature in my Mind makes Financial Sense.

[46,47]https://www.takingcharge.csh.umn.edu/enhance-your-wellbeing/environment/nature-and-us/how-does-nature-impact-our-wellbeing

[48]Kellert, S., & Calabrese, E. (2015). The practice of biophilic design. Retrieved from biophilic design. com.

[49]Prezza, M., Amici, M., Roberti, T., & Tedeschi, G. (2001). Sense of community referred to the whole town: Its relations with neighboring, loneliness, life satisfaction, and area of residence. Journal of community psychology, 29(1), 29-52.

[50]Zelenski, J.M., Dopko, R.L., Capaldi, C.A. (2015). Cooperation is in our nature: Nature exposure may promote cooperative and environmentally sustainable behavior. Journal of Environmental Psychology 42, 24-31.

[51]http://www.rochester.edu/news/show.php?id=3450

[52]https://www.terrapinbrightgreen.com/report/economics-of-biophilia/

[53]Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life. John Wiley & Sons. (page 15)

[54]Kellert, S., & Calabrese, E. (2015). The practice of biophilic design. Retrieved from biophilic design. com.

[55]Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life. John Wiley & Sons.

[56]Kellert, S., & Calabrese, E. (2015). The practice of biophilic design. Retrieved from biophilic design. com.

[57]McMillan, David W., and David M. Chavis. "Sense of community: A definition and theory." Journal of community psychology 14.1 (1986): 6-23.

[58]http://thecommunitymanager.com/2014/02/06/4-elements-to-creating-a-sense-of-community-by-dr-david-mcmillan/

[59]Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life. John Wiley & Sons.

[60]https://www.landscapeinstitute.org/PDF/Contribute/PublicHealthandLandscape_CreatingHealthyPlaces_FINAL.pdf

[61,62,63,64,65]https://hbr.org/2014/10/balancing-we-and-me-the-best-collaborative-spaces-also-support-solitude?referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom

[66]Palmer, S. E., & Schloss, K. B. (2010). An ecological valence theory of human color preference. Proceedings of the National Academy of Sciences, 107(19), 8877-8882.

[67]Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life. John Wiley & Sons.

[68]Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life. John Wiley & Sons.

[69]Ehrlich, J. J., & Graeven, D. B. (1971). Reciprocal self-disclosure in a dyad. Journal of Experimental Social Psychology AND Wood, H. G. (1971). An analysis of social sensitivity. Dissertation Abstracts International, 32(2-B), 1200

[70]Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life. John Wiley & Sons.

QUELLEN

[71]https://www.cnbc.com/2015/05/22/inside-facebooks-futuristic-new-headquarters.html

[72]http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+/http:/www.dwp.gov.uk/docs/hwwb-healthy-people-healthy-profits.pdf

[73]https://hbr.org/2014/10/rules-for-designing-an-engaging-workplace?referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom

[74]https://www.takingcharge.csh.umn.edu/explore-healing-practices/healing-environment/what-are-healing-gardens

[75]https://www.telegraph.co.uk/news/health/11248182/Roaring-fires-help-reduce-blood-pressure.html

[76]Kellert, S. R., Heerwagen, J., & Mador, M. (2011). Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life. John Wiley & Sons.

[77]https://www.terrapinbrightgreen.com/reports/14-patterns/

[78]http://gehlpeople.com/cases/new-york-usa/

[79]https://richmondsfblog.com/2014/04/21/new-parklet-opens-outside-simple-pleasures-on-outer-balboa/

[80]http://pavementtoparks.org/parklets/featured-parklet-projects/simple-pleasures-parklet/

[81]https://nacto.org/docs/usdg/parklet_impact_study_sf_planning_dept.pdf

[82]http://vancouver.ca/streets-transportation/parklets.aspx

[83]http://news.hackney.gov.uk/carfreeday/

[84]https://hackney.gov.uk/parklets

[85]https://www.arquitectes.cat/iframes/paisatge/cat/mostrar_projecte.php?id_projecte=9752&lan=en

[86]https://hbr.org/2015/05/why-people-thrive-in-coworking-spaces?referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom

[87]https://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2017/07/10/wework-hits-20-billion-valuation-in-new-funding-round/#68d4581d1194

[88]https://www.wework.com/

[89]https://www.wework.com/benefits

[90]https://www.wework.com/mission

[91]https://www.inc.com/magazine/201303/liz-welch/the-way-i-work-yvon-chouinard-patagonia.html

[92]https://www.wellcertified.com/en/resources/well-community-standard-pilot and https://v2.wellcertified.com/v2.1/en/community#

Philips DACH, Allemagne

Interface möchte seinen innovativen Ansatz bezüglich des Designs, bei dem der Mensch im Mittelpunkt steht, teilen. Hierzu unterstützt das Unternehmen Architekten, Planer und Entscheidungsträger dabei, den Weg zu ebnen – hin zu innovativen Möglichkeiten zur Gestaltung von nachhaltigen Gebäuden, in denen das Wohlbefinden im Mittelpunkt steht.

Andere zum Zeitpunkt der Veröffentlichung erhältliche Design-Leitfäden:

- Positive Räume schaffen - mit Biophilic Design Veröffentlicht Juni 2018
- Creating positive spaces by designing for cognitive & sensory wellbeing Published October 2021

Autoren:

Oliver Heath – Gründer und Direktor von Oliver Heath Design
Victoria Jackson – Leitende Wissenschaftlerin bei Oliver Heath Design
Eden Goode – Forscher und Autor bei Oliver Heath Design

Wir danken WeWork und Patagonia für die Zustimmung, ihr Fallstudienmaterial in diese Veröffentlichung aufnehmen zu dürfen. Unser besonderer Dank gilt all jenen, die ihre Zeit geopfert und Informationen, Fotos und Zitate für diesen Design-Leitfaden bereitgestellt haben.

Veröffentlichungsdatum: März 2019

Diese Broschüre wurde auf 100% recyceltem Papier gedruckt.

Europe, Middle East & Africa

AE	+971 556881979	KZ	+7 495 234 57 27
AT	+43 1 8102839	LT	+370 37 337332
BA	+387 33 522 534	LV	+371 672 18 744
BE	+32 2 475 27 27	NL	+31 33 277 5555
BG	+359 2 808 303	ME	+381 11 414 92 00
BY	+375 17 226 75 14	MK	+389 2 323 01 89
CH	+41 44 913 68 00	NO	+47 23 12 01 70
CZ	+42 0 233 087 111	PL	+48 22 862 48 40
DE	+49 2151 3718 0	PT	+351 217 122 740
DK	+45 33 79 70 55	RO	+40 21 317 12 40/42/43/44
EE	+372 6518 313	RS	+381 11 414 92 00
ES	+34 932 418 750	RU	+7 495 234 57 27
EG	+(202) 3760 7818	SA	+966 554622263
FR	+33 1 58 10 20 20	SE	+468 241 230
GR	+30 211 2120820	SK	+421 911 104 073
HR	+385 14 62 30 63	SI	+386 8 205 4007
HU	+36 1 349 6545	TR	+90 212 365 5506
IE	+353 1 679 8466	UA	+38(044)238 27 67
IL	+972 97403034	UK	+44 (0)800 3134465
IT	+39 02 890 93678	ZA	+27 11 608 4270

www.interface.com

BROXXXDEA032 10/2022