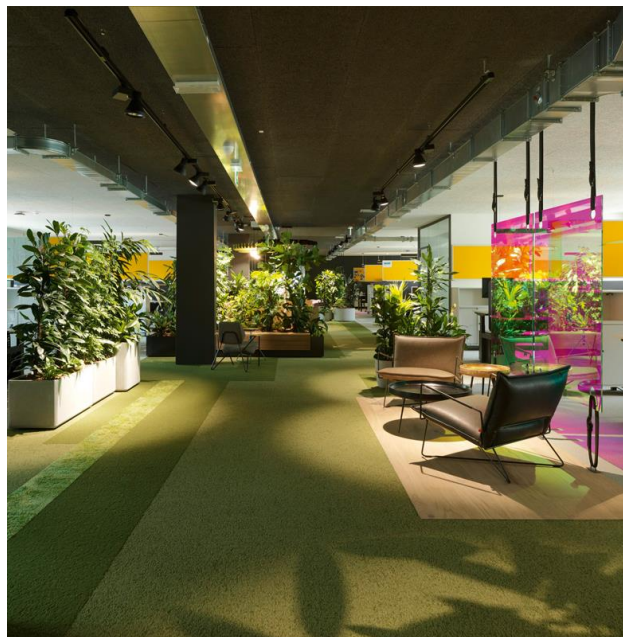


Trends in der Arbeitswelt – New Work

22. August 2019

Arbeitswelt

Angeblich sind die viel gerühmten Co-Working-Spaces in der Arbeitswelt das geistige Kind der europäischen Hacker-Szene der 90er Jahre, wurden aber im Silicon Valley um die Jahrtausendwende erst wirklich relevant. Hier teilten sich selbstständige Programmierer Büroräume, wo sie zusammenarbeiten und Wissen austauschen konnten. Ob dieses Arbeitsprinzip ein sogenannter „Megatrend“ ist, sein wird oder war – wird die Zukunft weisen. Megatrends sind vielfältig, komplex und vernetzt. Genau wie auch die Büroszene.



Der Megatrend Wissenskultur wirkt immer noch ungebrochen. Insbesondere das Zusammenspiel mit dem Megatrend Konnektivität verändert unser Wissen über die Welt und die Art und Weise, wie wir mit Informationen umgehen. Städte sind die Staaten von morgen und daraus ergibt sich der Megatrend Urbanisierung. Immer mehr Menschen leben weltweit in Städten und machen sie zu den mächtigsten Akteuren und wichtigsten Problemlösern einer globalisierten Welt. Individualisierung ist das zentrale Kulturprinzip der westlichen Welt und entfaltet seine Wirkungsmacht zunehmend global. Der komplexe Megatrend hat in vielen Wohlstandsnationen seinen vorläufigen Peak erreicht und ist Basis unserer Gesellschaftsstrukturen geworden. Der Megatrend Neo-Ökologie reicht mit Bio-Märkten, EU-Plastikverordnung, Energiewende in jeden Bereich unseres Alltags hinein. Der Megatrend Globalisierung mit Handelskriegen, diplomatischen Krisen, Cyber-Angriffen, internationalen Konzernmächten wird heute allzu oft als Problem wahrgenommen.

Durch den Megatrend Gender Shift schlägt Innovation die Tradition, das Geschlecht verliert das Schicksalhafte, die Zielgruppe an Verbindlichkeit. Der Megatrend Gesundheit ist ein Synonym für ein gutes Leben. Als zentrales Lebensziel hat er sich tief in das Bewusstsein, die Kultur und das Selbstverständnis von Gesellschaften eingeschrieben und prägt sämtliche Lebens- und Arbeitsbereiche.

New Work beschreibt als Megatrend einen epochalen Umbruch, der mit der Sinnfrage beginnt und die Arbeitswelt von Grund auf umformt. Das Zeitalter der Kreativökonomie ist angebrochen – und es gilt Abschied zu nehmen von der rationalen Leistungsgesellschaft. Der Megatrend Mobilität ist nicht nur durch einen weiter wachsenden Mobilitätsbedarf gekennzeichnet, sondern vor allem durch eine zunehmende Vielfalt an Mobilitätsformen. Rund um den Globus wird die Bevölkerung älter, die Zahl Älterer steigt und der Megatrend Silver Society entfaltet weltweit seine Wirkung. Megatrend Sicherheit entsteht daraus, dass wir in den sichersten aller Zeiten leben. Zugleich streben wir aber noch nie so sehr nach Sicherheit wie heute.

Viennovation

Mit neuem Büro startet SAP in die Arbeitswelt der Zukunft, so lautet der Titel einer Presseaussendung im letzten Monat. In einem Dreivierteljahr wurden mehr als 8.000 Quadratmeter Bürofläche auf sechs Stockwerken vom Architekturbüro INNOCAD einem radikalen Re-Design unterzogen, das auf

das Zusammenspiel zwischen Technologie und Natur setzt. Logistisch war das sicherlich eine Herausforderung. Nun wurde das neue Büro mit begrünten Kommunikations- und Kollaborationszonen, einer Cafeteria und dem ersten SAP Customer Experience Center in der CEE-Region feierlich eröffnet.



„Wer seine grauen Zellen anstrengen möchte, sollte nicht in einer grauen Zelle sitzen“, sagt Trendforscher Franz Kühmayer über die Konzeption. Der Trendforscher hat SAP von der Vision und Bedarfsermittlung über das Change Management bis hin zur Erfolgsmessung durchgehend begleitet. Gemeinsam mit dem Architekturbüro wurde daher ein Design erarbeitet, das sich an den grünen Erholungszonen vom New Yorker Central Park inspiriert: Man setzt die Mitarbeiter eben in eine grüne Zelle. Die dicht organisierte Struktur der 415 Arbeitsplätze entlang der Außenwände des Gebäudes grenzt in der Mitte an offene, parkähnliche Erholungs- und Kommunikationszonen mit mehr als 3.000 Pflanzen. Geschwungene grüne Gehwege zu lichtdurchfluteten Plätzen und strategisch platzierte Parkbänke und Wasserbecken verstärken den Eindruck, „outdoor“ zu sein. In regelmäßigen Abständen sind Lounges, Kaffeebars und Besprechungsräume verteilt.

Fotos:©Paul Ott