



There's no better way to fly.

**Lufthansa**

11/2002 ■ 4,50 Euro

# Magazin

**Aktuelles  
Unterhaltungs-  
programm  
ab Seite 91**

**This month's  
entertainment  
program starting  
on page 91**

**In der Mega-Metropole New York pulsiert wieder  
das Leben. Wir präsentieren die neuen Hot Spots**

## Die ewige Stadt

**The Big Apple is back on track.  
We show you where to go for a good time**

**Tahiti • Al Pacino • Oumou Sy • Office Design • Wolfgang Heckl**





# Schöner ar

Weg mit dem Kästchendenken, Platz für Kreativität! Statt monotoner Büro-Zellen verlangen modernes Teamwork und flache Hierarchien nach Räumen, die so flexibel sind wie die Arbeit selbst



„Picknickwiese“ nannte die Innenarchitektin diesen grasgrünen Besprechungsraum der Cassiopeia AG in München

Dubbed the "Picnic Lawn" by the interior designer, this grass-green conference room was created for Cassiopeia in Munich

## Office with a difference

**Ged rid of separate cells, make room for creativity! Team orientation and flat hierarchies require office space as flexible as work itself**

# beiten





**Entspannte Arbeitshaltung: Das Medienunternehmen Das Werk richtete sein Berliner Büro mit Sitzelementen ein, die mal als Relax-Liege, mal als Konferenzsessel dienen**

Relaxed attitude at work: The media firm Das Werk has furnished its office in Berlin with conference chairs that double as recliners



Wo Kreative klotzen: Niederlassung der „Mediatekten“ von Ag4 in Köln  
Offices of Ag4, a Cologne-based "mediatecture" firm



Fotos: Markus Altmann Stilwerk; A. Hofmann

**Text: Steffi Hugendubel**

**A**nja Fahs und Holger Latz von der Münchner Internetfirma Cassiopeia treffen sich gelegentlich auf der Picknickwiese – während der Arbeitszeit. Ihr Chef, Cassiopeia-Vorstand Georg Wiedemann, sieht das ausgesprochen gern: „Ich freue mich, dass die Mitarbeiter das neue Gebäude so positiv annehmen.“

Die Picknickwiese nämlich, ein mit giftgrünem Kautschukboden ausgelegter und mit transportablen Biertischen möblierter Büroraum, gehört zum „Community-Building“, das die Innenarchitektin Daniela Störzinger gemeinsam mit dem Designer Peter Grosshauser für das Münchner Hightech-Unternehmen konzipiert hat. Sie ist Spezialistin für Bürobauten, die den neu entstehenden Arbeitswelten Rechnung tragen sollen. Störzingers Ziel: „Flexibilität, vernetztes Denken, geistige Mobilität und Anpassungsfähigkeit an stündliche Veränderungen müssen sich auch in der Architektur der Büroräume wiederfinden.“

Neben der „Picknickwiese“ kreierten Störzinger und Grosshauser der Cassiopeia-Belegschaft unter anderem einen „Ballsaal“ – nicht das Chefzimmer, sondern ein Besprechungsraum. Außerdem entwarfen sie ein spielerisch eingerichtetes „Ideen-Findungs-Zimmer“ mit mannshoher Schiefertafel. Zur Architektur passt die Büroausstattung: Ihre Arbeitsutensilien verstauen die Cassiopeia-Mitarbeiter abends in bunten, mobilen Rollcontainern, die sie morgens wieder nach Bedarf an Steh- oder Schreibtischen parken; mobile Telefone und Laptops sind sowieso Standard.

„Wir sind in einer Umbruchphase“, begründet Daniela Störzinger dieses Normadentum: „90 Prozent aller bestehenden Bürobauten passen nicht mehr zu den modernen Unternehmens- und Arbeitsformen. Die neuen Arbeitsanforderungen

**A**nja Fahs and Holger Latz, employees of the Munich Internet firm Cassiopeia, often meet on the picnic lawn – during working hours. This is something that makes their boss, Cassiopeia's Chief Executive Georg Wiedemann, happy. „I'm pleased to see how well the new building has gone over with the staff.“

The „Picnic Lawn“ is a room in the office laid out with bright green rubber flooring and furnished with transportable, long wooden tables. It's in the Community Building, designed for the high-tech firm by Munich designer Peter Grosshauser and interior designer Daniela Störzinger. She specializes in office spaces which take into account the rise of new working worlds and the community feeling among employees. Störzinger's goal: „Flexibility, networked thinking, mental mobility and adaptability to hourly change must all be reflected in the architecture of an office room.“

In addition to the Picnic Lawn, Störzinger and Grosshauser created the „Ballroom“ – not an executive suite but a conference room. They also designed a playfully furnished „Idea-Finding Room“ with a six-foot blackboard. The office equipment suits the architecture: Before leaving the office, employees stash their working tools in bright containers on wheels which they simply roll over and park beside a high desk or other workspace the next morning. Cell phones and laptops are routine. ▶





Fotos: A. Hofmann; F. Darius

**Bar jeden Schnörkels: Interieur bei Ag4**  
Ag4 interior, devoid of decoration

stoßen jetzt auf die Zellenwände der alten Büros.“ Für kreative Arbeit, für Teams und flache Hierarchien braucht es neue Arbeitsumgebungen mit neuem Innenleben. Immer mehr Unternehmen statten deshalb Wände, Tische und Sessel mit modernster Computertechnik und interaktiven Displays aus, ersetzen die gleichförmigen Bürozellen durch flexible, offene Raumstrukturen. Immer öfter auch werden Architektur und Mobiliar der Firmenkultur, den Inhalten des jeweiligen Unternehmens, angepasst.

Zum Beispiel beim Neubau von Start Amadeus. Über die Server der Firma in Bad Homburg, an der Lufthansa mit 66 Prozent beteiligt ist, laufen fast alle Buchungen der deutschen Touristikbranche. Im Foyer prangt denn auch ein Globus mit einem Durchmesser von etwa einem Meter, auf dem die Erdteile in unterschiedlichen Farben gestaltet sind. Dreht man die Weltkugel und wechselt von den blau unterlegten kalten Gegenden in wärmere, gelb markierte Gefilde, wird auch der gesamte Raum in entsprechendes Licht getaucht.

Die Schulungsräume, in denen Mitarbeiter von Reisebüros lernen und dazulernen, wurden überdies themenbezogen gestaltet, teils sogar mit Flugzeugsitzen ausgestattet. Schulungsleiter Rudolph Ackerstaff: „Die Arbeitsumgebung passt jetzt genau zur Unternehmensidee. Das stärkt bei den Angestellten die Identifikation mit der Firma. Und unsere Kunden verstehen besser, was Start Amadeus eigentlich ist.“

Ähnlich bei Aventis in Straßburg. In der Lobby des internationalen Chemiekonzerns steht ein 210 Jahre alter Ficus als Symbol für Leben. Dicht dabei leuchtet grün ein großer Apfel. Auf einer Mediawand erscheinen, sofern nicht gerade



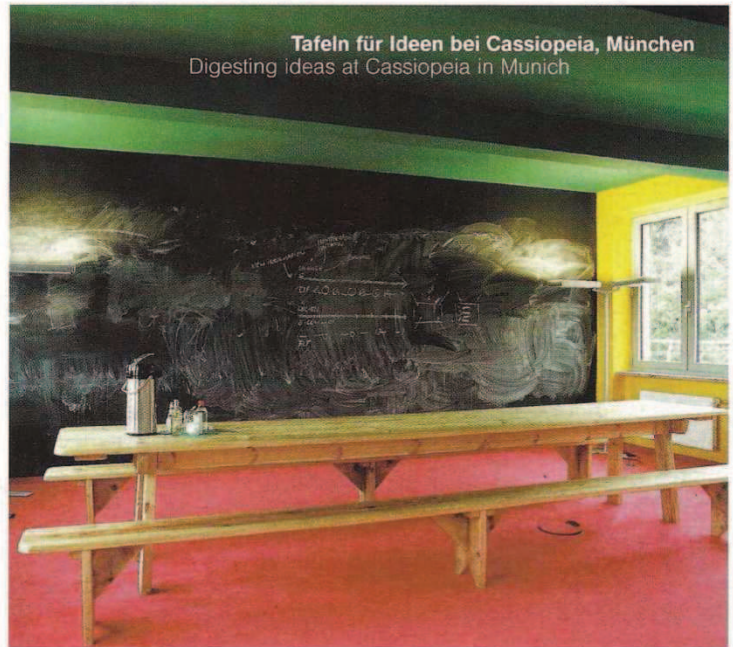
Desk-bound work is a thing of the past

## Kein Stall für Bürohengste

► "We're in a transitional phase," Daniela Störzinger says, explaining the nomadic behavior. "Ninety percent of all existing office buildings no longer suit modern companies and types of work. New work requirements are running up against the cell walls of the old offices."

Creative efforts, teams and flat hierarchies require new working environments and new interiors. More and more companies are equipping walls, tables and chairs with state-of-the-art computer technology and interactive screens; they are replacing uniform office cells with a flexible, open floor plan. More and more, architecture and furnishings are matched to the corporate culture, to the philosophy of a given enterprise.

Take the new Start Amadeus building, for example. Nearly all of Germany's tourist industry bookings are processed via the servers of the Bad Homburg-based company in which Lufthansa holds a 66-percent share. The Start Amadeus lobby boasts a huge globe almost one meter in diameter, on which the different parts of the world are shown in different colors. Turn the globe, moving from the blue-tinged colder regions to the warmer ones shown in yellow, and the entire room is cast in that shade. The seminar rooms, where travel industry employees learn or brush ►







**Eine durchsichtige Angelegenheit: Aventis-Zentrale**  
Transparency is trump in the Aventis lobby

andere Ausstellungsprojekte zu sehen sind, Kurzfilme und Infos über Themen aus Biologie, Gentechnologie und Genwissenschaft, sobald sich jemand dem Apfel nähert.

Da sich der Konzern derzeit als reiner Pharmakonzern neu positioniert, wird die Installation von Christoph Kronhagel, einem der Gründer des Kölner Büros Ag4 Mediatecture, überarbeitet. Kronhagel, der mit seinem Team auch für den architektonischen Auftritt von Start Amadeus verantwortlich ist, gilt als der Erfinder des Begriffes „Mediatektur“, die er als „Schnittstelle zwischen virtuellen Welten und konkreten Orten“ definiert. Ziel sei, „die Seele eines Unternehmens sicht- und fühlbar zu machen“. Das soll nicht nur die Kunden begeistern, sondern vor allem auch für Identitätsstiftung unter den Beschäftigten sorgen. Für die Ag4-Belegschaft hat Kronhagel deshalb einen Kubus bauen lassen, der von außen wie ein Monitor aussieht: mit einer geteilten Milchglas-Fassade, auf der die Bewegungen im Inneren als Projektion verfolgt werden können.

Wie Daniela Störzinger ist auch Kronhagel überzeugt, dass die meisten Büros an den Bedürfnissen von Unternehmen und Mitarbeitern vorbei gebaut wurden: „Oft merken Bauherren erst nach dem Richtfest,

Corporate culture for all to see

## Firmenkultur in Form gebracht



**Farbenspiele im Foyer: Start Amadeus**  
Colorful welcome at Start Amadeus

Fotos: St. Schilling

► up on the business, are each designed according to a theme. Some are even equipped with airplane seats. In the words of seminar leader Rudolph Ackerstaff, “the work environment fits our corporate concept perfectly. It strengthens employee identification with the company, and our customers understand what Start Amadeus is all about.”

It's like this at Aventis in Strassburg, too. In the lobby of the international chemicals corporation there's a 210-year-old ficus tree – a symbol of life. Close by is a large, green, illuminated apple, and as long as no other project is being exhibited, short films and informational clips on scientific subjects from the fields of biology, genetic engineering and genetics flash onto a media wall the moment you draw near.

Since Aventis is currently repositioning itself as a pharmaceutical company and nothing else, the installation is being revised by Christoph Kronhagel, one of the founders of the Cologne company Ag4 Mediatecture. Responsible, along with his team, for the architectural presentation of Start Amadeus, Kronhagel is considered the inventor of the term “mediatecture,” which is defined as an “interface between virtual worlds and actual places.” Its goal: “to make the ►



dass sie sich zwar ein schickes Gebäude haben hinstellen lassen, dass es aber leider gar nicht zu ihrem Unternehmen passt.“ Deshalb sollten sich ändernde Arbeitsformen und die Firmenkultur des Auftraggebers künftig „schon bei der Planung im Architekturbüro ein viel größeres Gewicht bekommen“, fordert Kronhagel.

Es muss ja nicht immer gleich eine Picknickwiese sein.

---

► spirit of a company both visible and tangible.” It's not just meant to please customers, but more importantly to promote identification with a company among employees. That's why, for the people at Ag4, Kronhagen built a cube that looks, on the outside, like a computer monitor. Its split, translucent glass façade allows you to watch a projection of the movements taking place inside.

Like Daniela Störzinger, Kronhagel is convinced that most offices were built without any concern for the needs of a company or its staff. “People often don't notice until the topping-out ceremony that they've put up a nice-looking building but that it doesn't at all suit their company.” The transformation of work and corporate cultures “should be given far more weight at the drawing-board stage in the architect's office.”

It doesn't necessarily have to be a picnic lawn. ◀