



Fraunhofer Institut
Arbeitswirtschaft und
Organisation

Projektbeschreibung zur Innovationsoffensive

OFFICE 21[®]
Zukunft der Arbeit



Inhaltsverzeichnis

1	Veränderte Anforderungen der Wissensgesellschaft	2
1.1	Notwendige Steigerung der Produktivität von Büroarbeit	2
2	Verbundforschungsprojekt Office 21[®]	4
2.1	Ziele und Herausforderungen	4
2.2	Zielgruppe	5
2.3	Forschen im Verbund und Networking	5
2.4	Projektstruktur	5
2.5	Öffentlichkeitsarbeit – Public Relations	8
3	Aktuelle Forschungsthemen der Phase 2006-2008	9
3.1	Überblick	9
3.2	Fallstudien »Innovation und Performanz in der Wissensarbeit«	10
3.3	»Avatar-basierte Kommunikationssimulation«	11
3.4	Portal »Information Worker Performance«	12
3.5	Persönlicher KVP-Guide	13
3.6	Showcase »Future Meeting Room«	14
3.7	Showcase »Information Worker's Workplace«	15
3.8	Office Performance Rating for Excellence – OPERATE	16
3.9	Zukunfts- und Trendszenario 2020	18
4	Ausgewählte Forschungsaktivitäten im Rückblick	20
4.1	Studie »Meeting Analysis«	20
4.2	E-Work-Nutzerstudien	21
4.3	Expertenstudie »International Office Survey«	23
4.4	Leitfaden Office Branding	25
4.5	Studie »Soft Success Factors« und »Office Environment Check«	26
5	Projektlaufzeit und Kontakt	27

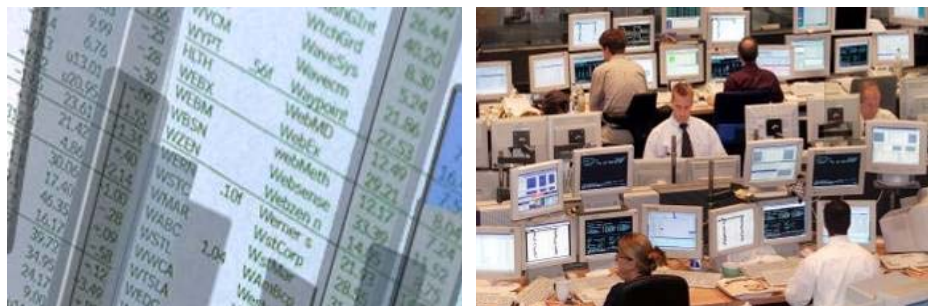
1 Veränderte Anforderungen der Wissensgesellschaft

1.1 Notwendige Steigerung der Produktivität von Büroarbeit

Etwa 17 Mio. Menschen arbeiten in Deutschland überwiegend in Büros, das entspricht einem Anteil von knapp 50 Prozent aller Erwerbstätigen. Dabei wurde der Anteil der Menschen, die in Büros im Umfeld von Fabrikations- und Produktionsanlagen arbeiten noch nicht vollständig berücksichtigt. Der tatsächliche Anteil von Menschen, die »Büroarbeit« ausüben dürfte also noch deutlich höher sein.

Der Produktionssektor hingegen hat eine außerordentlich vehemente und nachhaltige Steigerung der Produktivität erlebt. In den Büros war davon wenig zu spüren. Zwar haben sich mit der allgegenwärtigen Informations- und Kommunikationstechnik die Prozesse auch hier verändert, aber inwieweit sie dadurch wirklich produktiver geworden sind, ist immer noch umstritten. Wenn überhaupt, dann hat sich die Produktivität eher evolutionär entwickelt und wartet immer noch auf den ganz großen Schub.

War bis dato die Welt der Büroarbeit weitgehend durch starre Arbeitszeiten, fixe Orte und zentrale Unternehmensstrukturen bestimmt, so erfordert das erfolgreiche Arbeiten in einer globalisierten Informations- und Wissensgesellschaft ein hohes Maß an Flexibilität, Mobilität, Kooperation, Integration und Kommunikation. Bereits heute erlauben uns der enorme Fortschritt im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien und veränderte Management- und Führungsinstrumente faszinierende Arbeitsmöglichkeiten in einem dreidimensionalen Aktionsfeld. Diese werden aber noch viel zu selten optimal und gewinnbringend genutzt und es Bedarf tief greifender Innovationen, um zu einem wirklichen Fortschritt in der Entwicklung der Büroarbeit zu kommen.



Informations- und Wissensarbeit wird sich zukünftig für deutlich mehr Menschen nicht mehr nur im Büro abspielen, sondern auch mobil beim Kunden, im

Hotel oder im Flugzeug oder auch Zuhause. Genauso, wie sich die virtuelle oder technologische Arbeitsumgebung ändert und geändert hat wird sich auch die Rolle der physischen Arbeitsumgebung, also des Büros, der Möblierung und Ausstattung verändern müssen. Das Bürogebäude wird mehr sein als eine Hülle gegen schlechtes Wetter, es muss aufgrund des nicht zu vernachlässigenden Kostenfaktors zu einem Werkzeug werden, welches die neuen Arbeitsanforderungen und Arbeitsformen optimal unterstützt. Sowohl die technologischen als auch die räumlich-organisatorischen Arbeitswelten müssen gemeinsam und ganzheitlich erdacht werden, um aus den behäbigen Büros mit langen, grauen Fluren Zentren der Kreativität und Innovation zu entwickeln.

Denn es ist offenkundig, dass wir am Standort Deutschland nur dann erfolgreich sein können, wenn wir das geistige Potenzial unserer Wissensarbeiter höchst effizient und effektiv einsetzen. In der Wissensgesellschaft hat sich die Verknüpfung aus informatorischer und realer Arbeitsumgebung zu einem Schlüsselkriterium für die Prozessoptimierung herausgebildet. Beide müssen den Informations- und Wissensarbeiter sowohl als Individuum als auch im Team optimal unterstützen und seine ganze Produktivität und Kreativität zu entfalten, um die Herausforderungen des Unternehmens oder der Organisation zu meistern.

2 Verbundforschungsprojekt Office 21[®]

2.1 Ziele und Herausforderungen

Im Verbundforschungsprojekt Office 21[®] entwickelt das Fraunhofer IAO gemeinsam mit den Partnerunternehmen auf Basis von Trendanalysen, wissenschaftlichen Studien und Best Practice Untersuchungen Szenarien und Lösungen für eine innovative und zukunftsorientierte Informations- und Büroarbeit. Die folgenden Ziele prägen die Arbeit im Office 21[®]-Verbund:

- Zukunftssicherheit der Konzepte
- Ganzheitlichkeit der Lösungen
- Wirtschaftlichkeit der Lösungen
- Praxisorientierung und kurzfristige Nutzung im Unternehmen
- Steigerung von Effizienz und Effektivität der Arbeitsprozesse
- Wettbewerbsvorteile für die Partnerunternehmen
- Hohe öffentliche Wahrnehmung
- Innovationsführerschaft und wissenschaftliche Neutralität

Diesen Zielen folgend werden Systemlösungen für zukünftige Bürosysteme skizziert, die den Bedürfnissen der Benutzer und den steigenden Anforderungen hinsichtlich Kreativität, Innovation, informationstechnischer Unterstützung und Wirtschaftlichkeit gerecht werden. Es werden faszinierende Arbeitsszenarien und Bürowelten vorausgedacht, die Kommunikation und Collaboration zwischen den einzelnen Funktionsbereichen einer Organisation forcieren, mobile Wissensträger in die Prozessabläufe integrieren und das Paradigma der Flexibilität hinsichtlich Arbeitsstruktur (zentral/dezentral), Arbeitsort (fest/mobil) und Arbeitszeit (starr/flexibel) reflektieren.

Wie wird das Büro der Zukunft konkret aussehen, wie wird dort gearbeitet? Welche organisatorischen, technischen und technologischen Rahmenbedingungen werden dort realisiert werden müssen, um eine optimale und prozessförderliche Unterstützung unserer Informations- und Wissensarbeiter zu sichern? Wie müssen Technologien gestaltet sein und wie werden die Büros der Zukunft konkret aussehen? Wie verändern sich Bürogebäude und welche Rolle können Sie in zukünftigen Standortstrategien von Unternehmen spielen? Diese und andere Fragen werden im Verbundforschungsprojekt Office 21[®] des Fraunhofer IAO beantwortet.

2.2 Zielgruppe

Das Verbundforschungsprojekt wendet sich zum einen an Entwickler und Hersteller von Produktlösungen für die Büroarbeit und zum anderen an alle Organisationen und Unternehmen, die sich die Optimierungspotenziale, die aus neuartigen räumlich-strukturellen, organisatorischen und technologischen Lösungen erwachsen, erschließen wollen. Häufig sind es nur Mehraufwände im Nachdenken und keine Mehraufwände an Investitionen, die zu mehr Performanz, mehr Innovation und einem nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg führen. Selbst geringe Steigerungen in der Produktivität der Mitarbeiter oder eine Beschleunigung von Prozessen rechtfertigen aufgrund der Skaleneffekte Investitionen in eine entsprechende räumliche oder technologische Infrastruktur. Folgende Branchen werden mit dem Projekt adressiert:

- ICT-Branche, Soft- und Hardwarehersteller
- Telekommunikationsunternehmen
- Nutzer von Büros, z. B. Finanzdienstleister, Hightechunternehmen, Maschinenbau, Ingenieur- und Servicedienstleister
- Nationale und multinationale Unternehmen
- Öffentliche Verwaltungen
- Immobiliengesellschaften, Immobilienfonds und Projektentwickler
- Facility Management und Dienstleistungsunternehmen
- Büromöbelindustrie und Büroausstatter

2.3 Forschen im Verbund und Networking

Das kooperative Grundverständnis des Office 21[®]-Verbundes leistet einen entscheidenden Beitrag den Innovationsprozess zu forcieren und in der gemeinsamen praktischen Umsetzung von Forschungserkenntnissen bewusste und zielgerichtete Akzente zu setzen. Die unterschiedlichen Erfahrungen und Perspektiven der beteiligten Unternehmen sorgen in Verbindung mit Spitzenforschung für eine enorme Schubkraft bei der breit angelegten Realisierung neuartiger Konzeptionen und Lösungen. Das Modell der Verbundforschung stammt ursprünglich aus den Vereinigten Staaten und ermöglicht es durch die gemeinsame Finanzierung der Forschungs- und Entwicklungsarbeit Fragestellungen ganzheitlich und in einer enormen Tiefe zu erforschen, welche bei isolierten Forschungsaktivitäten eines einzelnen Unternehmens nicht zu realisieren wäre.

2.4 Projektstruktur

Das Projekt gliedert sich in zwei Workgroups, um sowohl dem ganzheitlichen Anspruch gerecht zu werden als auch der Zielsetzung, praxisnahe und anwendbare Lösungen für die einzelnen Branchen gerecht zu werden.

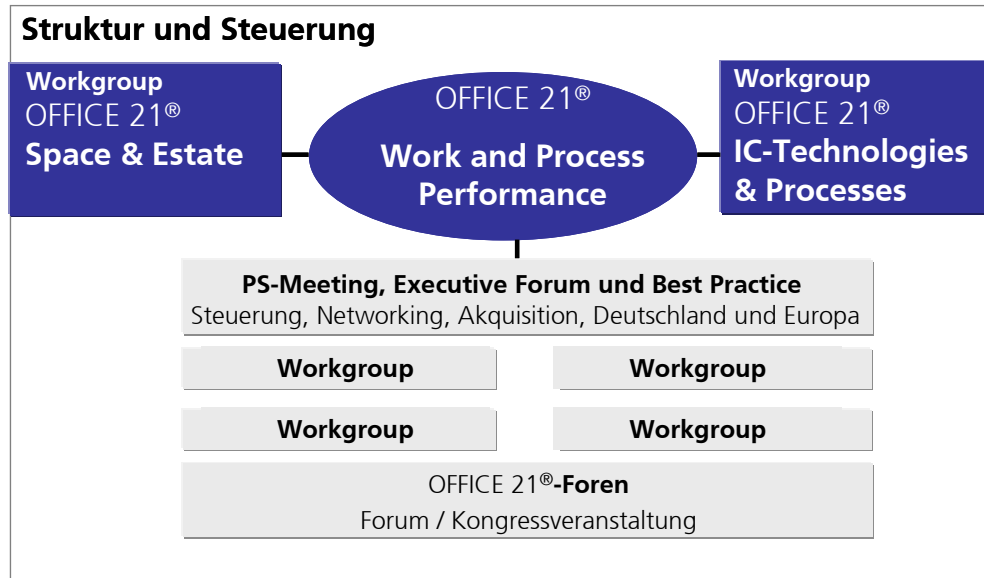


Bild 1: Projektstruktur

Dreimal pro Forschungsjahr werden vom Fraunhofer IAO übergreifende Office 21[®]-Projektsteuerungsmeetings organisiert, in denen der Ergebnisfortschritt in den einzelnen Forschungsthemen (siehe Kapitel 3) im gesamten Plenum vorgestellt, diskutiert und bewertet wird, sowie strategische Weichenstellungen vorgenommen werden.

Im Zeitraum zwischen diesen übergreifenden Projektsteuerungsmeetings treffen sich die spezifischen Workgroups nach Bedarf, um die einzelnen Themen auf Fachebene voranzutreiben. Die einzelnen Forschungsthemen werden in den branchenspezifischen Workgroups »Space and Estate« und »IC-Technologies« bearbeitet, die sich um das gemeinsame Interesse »Work and Process Performance« gliedern. Die teilnehmenden Unternehmen können sich je nach Interessenslage einzelnen Workgroups zuordnen, aber auch Vertreter in beide Workgroups entsenden.

Projektleitung und Projektmanagement von Office 21[®] werden vom Fraunhofer IAO wahrgenommen. Im interdisziplinär besetzten Projektteam wird das Know-how unterschiedlicher Fraunhofer IAO-Bereiche zielorientiert gebündelt. Das Zusammenspiel langjähriger Projekterfahrung mit innovativen Ideen ist ein wesentliches Merkmal der Problemlösungskompetenz innerhalb des Office 21[®]-Projektteams. Weitere Experten unterstützen das Projektteam mit ihrem spezifischen Fachwissen und ihren Kernkompetenzen bei speziellen Fragestellungen.

Office 21[®]-Projektsteuerungsmeetings, Executive Foren und Best Practice Besuche

Die zweitägigen Office 21[®]-Meetings finden in Deutschland und Europa statt und werden vom Fraunhofer IAO konzipiert und organisiert. Am ersten Tag finden das Projektsteuerungsmeeting und das Office 21[®]-Executive Forum mit Vorträgen internationaler Experten aus der besuchten Region statt. Am zweiten Tag des Treffens organisiert das Fraunhofer IAO eine Best Practice Tour, bei der einzigartige und beispielgebende Unternehmen und deren innovativen Lösungen persönlich besichtigt und erlebt werden können. So konnten wir unseren Projektpartnern in der Vergangenheit bereits exklusive Einblicke in führende Unternehmen an internationalen Standorten wie z. B. Helsinki, Berlin, Madrid, London und Stockholm geben. Neben vielen wertvollen Informationen zu den Spezifika der einzelnen Länder konnten die Teilnehmer auch stets eine Fülle von Anregungen und frischen Ideen mit nach Hause in ihre Firmen nehmen. Die Projektpartner können Schlüsselkunden und Geschäftspartner zu den Executive Foren und der Best Practice Besichtigungen einladen.



Bild 2: Best Practice Besuche im Rahmen der Office 21[®]-Meetings

Office 21[®]-Networking

Office 21[®] hat sich kontinuierlich zur Plattform für die führenden und innovativsten Akteure rund um die Arbeitswelt »Büro« entwickelt und bietet damit einen exklusiven Rahmen, um strategische Kontakte zu knüpfen und gemeinsame bilaterale Projekte zu initiieren.

2.5 Öffentlichkeitsarbeit – Public Relations

Die Marke Office 21[®] steht in der Öffentlichkeit für zukunftsichere Visionen und praktische Lösungen in der ICT-, Büro- und Immobilienwirtschaft und ist zu einem leistungsstarken Marketinginstrument für die Projektpartner geworden. Durch die Präsenz von Office 21[®] auf den wichtigsten Fachmessen und regelmäßige Veröffentlichungen in renommierten Fachzeitschriften und der Tagespresse wird die Reputation der Projektpartner als innovative Unternehmen deutlich unterstrichen. Office 21[®] hat sowohl in der Fachwelt als auch in der öffentlichen Wahrnehmung einen sehr hohen Bekanntheitsgrad erreicht. Über 350 Artikel in der Tagespresse, mehr als 300 Artikel und Veröffentlichungen in Fachzeitschriften, 30 TV-Sequenzen, 25 Hörfunksendungen, Buchbeiträge und die Herausgabe von zwei eigenen Büchern bilden eine erstaunliche Bilanz für ein Forschungsprojekt. Die Projektmitarbeiter sind gefragte Referenten bei Kongressen und Forumsveranstaltungen, um Inhalte des Forschungsprojektes, alleine oder in Kooperation mit unseren Projektpartnern zu präsentieren.

Ausgewählte Ergebnisse werden der breiten Öffentlichkeit und der Presse im Rahmen von Foren und Tagungen präsentiert. Die Foren bieten einem breiten Fachpublikum Informationen zu den Office 21[®]-Forschungen in Verbindung mit weiteren Beiträgen renommierter Referenten aus dem Umfeld der Partnerunternehmen. In diesem neutralen wissenschaftlichen Umfeld treffen sich regelmäßig Entscheider und Meinungsbildner innovativer Unternehmen und Organisationen. Office 21[®]-Partner können zu diesen Veranstaltungen ebenfalls Kunden und Geschäftspartner einladen.



Bild 3: Office 21[®] in der Presse (Auswahl)

3 Aktuelle Forschungsthemen der Phase 2006-2008

Im Mittelpunkt der Forschungsarbeiten für die Phase 2006-2008 steht die Steigerung von Effizienz und Effektivität, also der Performanz von Büro-, Informations- und Wissensarbeit. Der durch die Globalisierung ausgelöste Kostendruck auf die Unternehmen und der persönliche Leistungsdruck auf den einzelnen Wissensarbeiter werden weiter steigen. Zukunftsorientierte Manager und Unternehmensführer geben, diesen Druck nicht einfach nur ungefiltert auf die einzelnen Mitglieder und Teams der Organisation weiter. Ein deutlicher Mehrwert kann erzeugt werden, wenn Arbeit und Prozesse so gestaltet werden, dass sich Innovation, Kreativität und Performanz der einzelnen Mitarbeiter in vollem Umfang entfalten können. In welcher Weise technologische Lösungen, räumlich-organisatorische Konzepte und Büroimmobilien hierzu einen Beitrag leisten können und wie diese unterstützenden Systeme in der Praxis gestaltet sein müssen steht im Mittelpunkt des Forschungsinteresses für die Phase 2006-2008.

Experten sind sich einig, dass das höchste Potenzial für eine Beschleunigung der Arbeitsprozesse und Steigerung der Innovationskraft von einem Zusammenwachsen der informatorischen mit der physischen Arbeitsumgebung zu erwarten ist. Das Office 21[®]-Projekt verfolgt mit seinem interdisziplinären Ansatz in einzigartiger Weise und Konsequenz diesen ganzheitlichen Anspruch.

3.1 Überblick

Folgende Teilprojekte werden im Rahmen der Forschungsphase 2006-2008 vom Fraunhofer-Team in enger Kooperation mit den Projektpartnern erarbeitet:

- Fallstudien »Innovation und Performanz in der Wissensarbeit«
- Avatar-basierte Kommunikationssimulation
- Portal »Information Worker Performance«
- Office Performance Rating for Excellence - OPERATE
- Persönlicher KVP-Guide
- Showcase »Future Meeting Room«
- Showcase »Information Worker's Workplace«
- Szenarioanimation »Arbeitswelt 2020«

3.2 Fallstudien »Innovation und Performanz in der Wissensarbeit«

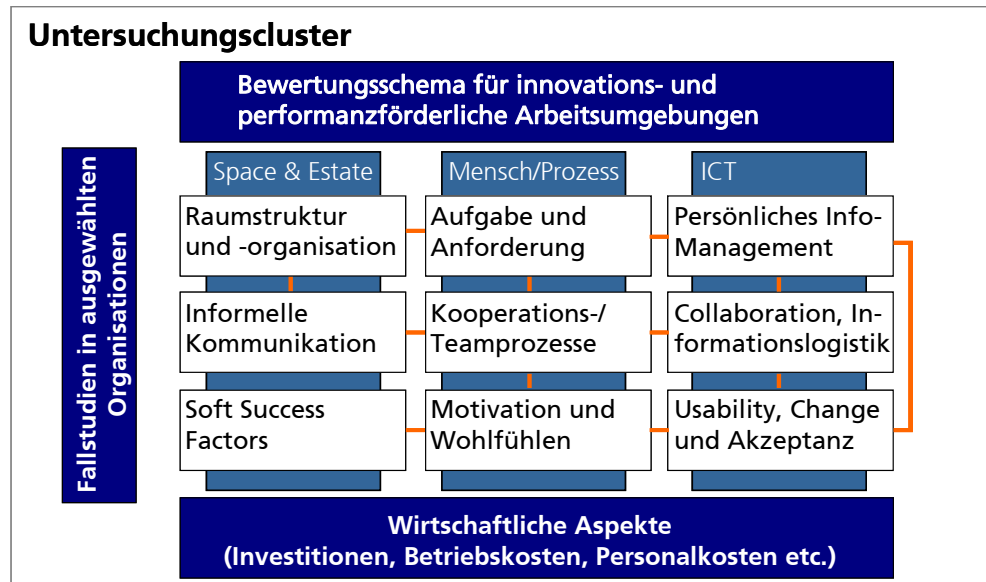


Bild 4: Untersuchungscluster für die Fallstudie »Innovation und Performanz in der Wissensarbeit«

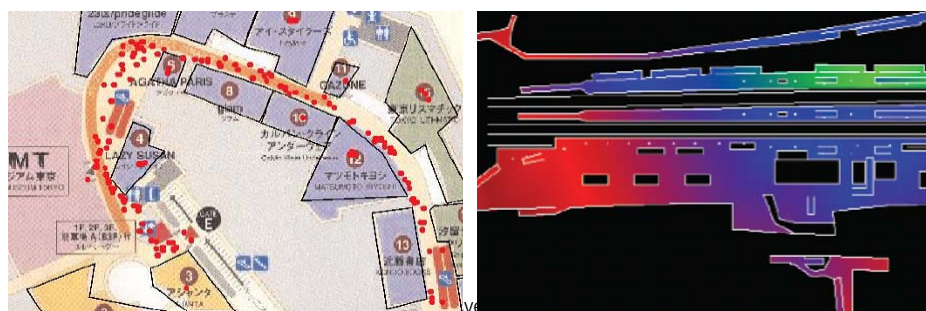
Die Fallstudien »Innovation und Performanz in der Wissensarbeit« verknüpfen die beiden Workgroups »Space & Estate« und »IC-Technologies & Processes«. Sie bilden den Ausgangspunkt für alle weiteren Forschungsthemen in den Jahren 2006 bis 2008. Die Fraunhofer-Projektgruppe entwickelt auf der Basis der exklusiven Erkenntnisse aus den vorangegangenen Studien (z. B. International Office Survey, Office Performance, Soft Success Factors, E-Work- Studien) ein modellhaftes Bewertungsschema zur Beurteilung der wirtschaftlichen Auswirkungen innovations- und performanzförderlicher Arbeitsumgebungen. Im Mittelpunkt von Modell und Studie steht die ganzheitliche Untersuchung von Kommunikations- und Collaborationsprozessen auf den drei Ebenen Individuum, Team und Organisation. Kommunikations- und Kooperationsprozessen wird sowohl aus der Unternehmenspraxis als auch von wissenschaftlicher Seite der stärkste Impact für die Steigerung von Prozessgeschwindigkeit, Prozessqualität, Innovationskraft und Performanz beigemessen, den entscheidenden Schlüsselfaktoren für den Unternehmenserfolg.

Um einen direkten Bezug zu praktischen Fragestellungen sicherzustellen, werden die Studien in zehn ausgewählten Unternehmen durchgeführt. In die Fallstudien können auch Unternehmen eingebunden werden, bei denen von Office 21[®]-Projektpartnern Veränderungsmaßnahmen (z. B. Implementierung eines neuen Dokumentenmanagementsystems, Standortoptimierung, Einführung von Collaborationssoftware) vorgenommen wurde. Projektpartner können damit Ihren Kunden einen neutralen »Check-up« anbieten und Optimierungen infolge einer neuen Produkteinführung wissenschaftlich dokumentieren.

Mit dem Fallstudienmodell, das aus unterschiedlichen, sich ergänzenden Untersuchungsklustern besteht, können alle notwendigen Aspekte zur Optimierung von Kommunikations- und Kooperationsprozessen erfasst, analysiert und beurteilt werden. Durch die Aufteilung in Cluster kann in jedem Untersuchungsfeld die optimale Erfassungsmethodik eingesetzt werden (empirische Nutzerbefragung für Usability-Aspekte, Experteninterview bei wirtschaftlicher Erfolgsbeurteilung, wirtschaftliche Aspekte, RFID-Erfassung von informellen Kommunikationsereignissen). Die Studienergebnisse werden darüber hinaus in den beiden Teilprojekten »Avatar-basierte Kommunikationssimulation« und »Information Worker Portal« zu praxisnahen Werkzeugen weiter verarbeitet.

3.3 »Avatar-basierte Kommunikationssimulation«

Im Teilprojekt »Avatar-basierte Kommunikationssimulation« entsteht auf Basis von existierender Simulationssoftware eine Applikation zur Simulation von synchronen Kommunikationsprozessen in physischen Arbeitsumgebungen. Der spontanen und ungeplanten Kommunikation zwischen den einzelnen Mitgliedern einer Organisation wird eine hohe Bedeutung und Wirksamkeit für die Geschwindigkeit und die Qualität von Kooperationsprozessen und somit der Steigerung der Performanz von Wissensarbeit beigemessen. Bis heute existieren nur rudimentäre wissenschaftliche Erkenntnisse über die Wechselwirkung zwischen physischen Raumstrukturen (Bürokonzept, Möblierung, Kommunikationszonen), der Nutzung technologisch-unterstützter Kommunikationsmittel (Nutzung von Collaborationsplattformen, Instant Messaging, Desktop VC) und deren Auswirkung auf die Kommunikationsprozesse der Wissensarbeiter. Die Office 21[®]-Studie »MeetingAnalysis«, in der knapp 400 Besprechungen untersucht wurden, hat ergeben, dass spontane und kurzfristige Besprechungen die höchste Qualität besitzen, am wenigsten Arbeitszeit in Anspruch nehmen und die Lösung von Problemen deutlich beschleunigen, also eine wichtigen Ansatzpunkt für die performante Gestaltung von Unternehmensprozessen liefern.



Weitreichende unternehmerische Entscheidungen, z. B. über die Einführung offener oder geschlossener Raumstrukturen, der Verteilung und räumlichen Zuordnung von Teams und Abteilungen oder die Zusammenlegung von Standorten werden häufig mit der Absicht getroffen die Kommunikationsprozesse zu optimieren, meist ohne wirklich fundierte Entscheidungsgrundlage.

Neben Einflussfaktoren wie Organisationsstruktur, Aufgabenbereich, Branche oder Unternehmenskultur spielen räumlich-organisatorische (z. B. Bürokonzept) und räumlich-strukturelle (z. B. Wegeführung, Sichtbarkeit, Belegungsdichte, Möblierung, Architektur) Einflussfaktoren eine gewichtige Rolle bei der Entstehung und der Quantität spontaner Kommunikationssituationen. In diesem Teilprojekt von Office 21[®] wird der Zusammenhang zwischen diesen Einflussfaktoren ermittelt, in einen Modellzusammenhang gebracht und diese Erkenntnisse in ein Pflichtenheft für eine »Avatar-basierte Kommunikationssimulation« überführt. Damit wird spontane Kommunikation in unterschiedlichen Raumkonstellationen simuliert und somit »messbar«. Spontane Kommunikation wird damit von einem weichen zu einem harten Faktor. Mit den Erkenntnissen aus dem Schwerpunktthema soll ein Werkzeug zur Simulation dieser Kommunikationsprozesse entwickelt werden. Es entsteht ein zukünftig unabdingbares Werkzeug für das Management von Organisationen. Der »kommunikative« Alltag ganzer Unternehmenseinheiten und dessen Veränderung durch räumliche und organisatorische Maßnahmen lässt sich mit diesem Werkzeug vorsimulieren und beurteilen. Veränderungen können damit noch vor der Realisierung überprüft werden.

3.4 Portal »Information Worker Performance«

Basierend auf den Forschungsergebnissen der Office 21[®]-Studien »E-Work I«, »E-Work II« und »Office Performance« wird ein internetbasiertes Webportal zur »Information Worker Performance« entwickelt. Mit dem »Information Worker Portal« werden kontinuierlich Nutzerbedarfe der Anwender erhoben, um frühzeitig Veränderungen von Anforderungen zu identifizieren. Auf einer breiten Datenbasis liefert das Portal den Office 21[®]-Projektpartnern regelmäßig zusätzliche Marktinformationen, die in der Produktentwicklung oder im zielgerichteten Produktmarketing eingesetzt werden können.

Jeder Portalnutzer erhält eine individuelle Auswertung im Hinblick auf seine Effizienz und Effektivität im Umgang mit IC-Technologien. Dieses Portal kann in der Basis-Version von Einzelpersonen genutzt werden, in der Advanced-Version können ganze Unternehmenseinheiten analysiert werden.

Die Advanced-Version unterscheidet sich in der Auswertungstiefe. Diese steht ausschließlich den Office 21[®]-Projektpartnern zur Verfügung und kann als Consultinginstrument bei Kundenprojekten eingesetzt werden. Die Auswertungen geben Hinweise darauf, in welchen Handlungsfeldern Maßnahmen ergriffen

werden müssen bzw. mit welchen Technologien, Software und Services die Performance erhöht werden kann.

Die Portalarchitektur kann modular erweitert werden, um zukünftige Forschungsarbeiten laufend integrieren zu können. Die Ergebnisse aus den Fallstudien »Innovation und Performance in der Wissensarbeit« ermöglichen die Entwicklung spezifischer Technologieprofile für unterschiedliche Kommunikations- und Collaborationsanforderungen. Diese Technologieprofile beschreiben den optimalen Mix aus Kommunikationsform und flankierender Technologie (Software, Service, Peripherie). Mit den kommunikationsorientierten Technologieprofilen wird die Advanced-Version um eine für die Performanz extrem bedeutsame Komponente erweitert.

Office 21[®]-Projektpartner erreichen mit dem Portal eine hohe Aufmerksamkeit bei wichtigen Kundengruppen. Darüber hinaus können mit den wissenschaftlichen Auswertungen und eine starke Nutzerorientierung auch weniger ICT-affine Entscheider von Unternehmen adressiert werden.

3.5 Persönlicher KVP-Guide

Der KVP-Guide ist ein kurzer und prägnanter Leitfaden für den einzelnen Wissensarbeiter. Er bildet eine Hilfestellung, um in einem persönlichen kontinuierlichen Verbesserungsprozess die eigene Performanz und das eigene Wohlbefinden im Arbeitsprozess zu steigern. Im Sinne eines Ratgebers soll der KVP-Guide folgende Themenaspekte abdecken:

- Persönliche Arbeitsorganisation (Effizienz und Effektivität)
- Work-Life-Balance (Arbeitsbelastung – Stress)
- Mobilität und Reisen
- Konzentration und Kommunikation (PIM)
- Selbstorganisation
- IC-Technologie richtig nutzen
- Gesundheitsvorsorge (Sehen, Sitzen, Stehen)
- Wohlfühlen (Brain Food, Komfort, Power-Napping)
- Führen, Delegieren und Kultur
- Wissensmanagement und lebenslanges Lernen
- Ergonomie



Bild 6: Leistungsfähigkeit, Ergonomie und Gesundheit im Arbeitsprozess

Der KVP-Guide wird auf Erkenntnissen der Arbeitspsychologie aufbauen aber in erster Linie ein »Technologiemanager« sein, der den Wissensarbeiter dabei unterstützt, seine eigene Produktivität mithilfe eines optimalen Einsatzes verschiedener Produktlösungen zu verbessern. Die Produkte, Service und Dienstleistungen der Partner stehen hierbei im Fokus der Betrachtung. Der KVP-Guide wird in Form eines Booklets erscheinen und kann von den Projektpartnern für Marketingmaßnahmen und zur Kundenbindung eingesetzt werden. Es wird zusätzlich eine Medienpartnerschaft angestrebt, um eine breite Öffentlichkeit erreichen zu können.

3.6 Showcase »Future Meeting Room«

Basierend auf den Forschungsergebnissen der Phase 2004-06, Leading-Edge-Technologien der Partnerunternehmen und aktuellen Trends in der Arbeitsgestaltung wird ein »Future Meeting Room« entwickelt und im Fraunhofer Office Innovation Center in Stuttgart realisiert.



Bild 7: Visualisierung von Ergebnissen/Verteilte Teamarbeit

Im »Future Meeting Room« verbinden sich informatorische und physische Arbeitsumgebung zu einem ganzheitlichen Arbeitsszenario. Im Showcase sollen Produktlösungen aller Partner eingebracht werden, z. B. Software, Peripheriegeräte, Möblierungselemente, Beleuchtung, Konditionierung. Das Zusammenwirken aller Komponenten wird öffentlichkeitswirksam dargestellt und prakti-

sche Fragestellungen, wie z. B. die Integration von Technologien in Möblierkomponenten beispielhaft gelöst. Der »Future Meeting Raum« bleibt dabei nicht nur Demonstrationsobjekt, sondern wird zum realen Arbeitsmittel im Fraunhofer Office Innovation Center und damit zum »lebendigen« Showcase.

Projektpartner können den »Future Meeting Room« sowohl in Form von Bildern in Broschüren als auch direkt im Fraunhofer Office Innovation Center für Kundenevents nutzen. Darüber hinaus können Nutzungssituationen in kurzen Filmsequenzen des »Future Meeting Room« festgehalten und über die Projekthomepage zum Download angeboten werden. Zusätzlich könnte eine auf Produktlösungen der Partner basierende »Bau- oder Installationsanleitung« zum Download bereitgestellt werden. Bei Interesse kann der »Future Meeting Room« auch von einigen Partnern gemeinsam als Produkt am Markt angeboten werden. Der Showcase kann mit den Standorten von Partnerunternehmen zusammengeschaltet werden, um mobile oder verteilte Teamarbeitsszenarien live zu demonstrieren.

3.7 Showcase »Information Worker's Workplace«

Der »Information Worker's Workplace« stellt eine für die Informations- und Wissensarbeit optimierte Arbeitsplatzlösung dar und umfasst alle Aspekte, die für das Erfüllen hochwertiger Informationsarbeit von Bedeutung sind:

- Hard- und Software (Endgeräte, Peripherie, Infrastruktur)
- Usability (ICT, Möblierung und Raum)
- Prozessunterstützung (ICT, Möblierung und Raum)
- Technikintegration (ICT, Möblierung und Raum)
- Geräteintegration (ICT)
- Mobilität (Zugriff, mobile Dienste, Bandbreiten)
- Sicherheit und Vertraulichkeit (z. B. Biometrie)
- Konzentration (optisch und akustisch)
- Konditionierung
- Beleuchtung

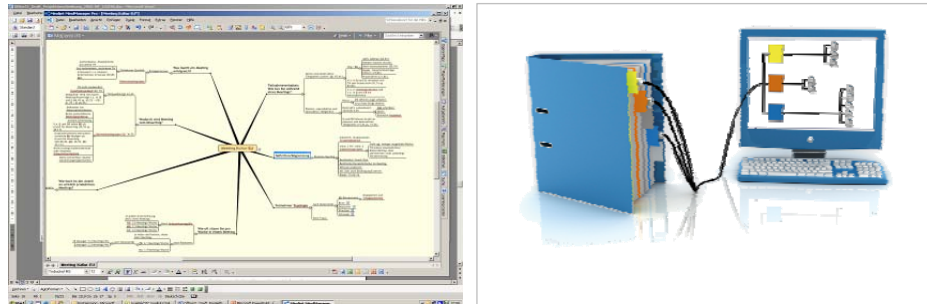


Bild 8: Strukturieren, Verwalten und Archivieren von Informationen



Bild 9: Integration von Hardware, Software, Möblierung und Raum

Der Showcase »Information Worker's Workplace« besteht dabei aus zwei Komponenten, einer stationären und einer mobilen Komponente. Beide Komponenten sind transportabel und können für Messen, Ausstellungen und Kundenevents genutzt werden. Der »Information Worker's Workplace« verknüpft Forschung und Praxis und ermöglicht den Projektpartnern die kundenwirksame Darstellung von Produkt- und Lösungsszenarien. Wie beim Showcase »Future Meeting Room« sollen Produktlösungen der Partnerunternehmen integriert werden. Folgende Aspekte sind dabei zu beachten: Softwareausstattung, Peripheriegeräte, Hardware, Medienversorgung, Sitzkomfort, Akustik, Raumgliederung, Beleuchtung etc.

In einer nächsten Evolutionsstufe sollen beide Showcases für die Verwendung für das im Jahr 2008 geplante »Fraunhofer-Haus des Wissens (ZVE)« auf dem Campus Stuttgart weiter entwickelt werden. Mit dem geplanten ZVE wird ein deutschland- und europaweit einzigartiger Leuchtturm für Wissensarbeit und Innovation entstehen, der eine hohe mediale Anziehungskraft ausüben wird.

3.8 Office Performance Rating for Excellence – OPERATE

Im Teilprojekt OPERATE – Office Performance Rating for Excellence kooperiert das Fraunhofer IAO mit dem Department of Real Estate an der European Business School, Oestrich-Winkel (ebs) und der Gesellschaft für immobilienwirt-

schaftliche Forschung e. V. (gif e. V.). Mit OPERATE entsteht ein Werkzeug zum transparenten und ganzheitlichen Abgleich zwischen den Nutzeranforderungen an Büroimmobilien und den Immobilienqualitäten, Objektfunktionalitäten und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. OPERATE folgt dem Marktprinzip, dass der Wert eines Objektes erst durch die Nachfrage eines Nutzers und dessen Cashflow entstehen kann. Momentan existiert kein einheitliches und verlässliches Instrument, welches die Anforderungen von Nutzern in einen allgemeinen und marktgängigen Standard kanalisiert. Folgende Zielgruppen werden für die Verwendung von OPERATE adressiert:

- Nutzer von Büroimmobilien (Mieter, Leasingnehmer, Käufer)
- Betreiber von Büroimmobilien (Immobilien-, Liegenschafts- und Facility Management)
- Anbieter von Büroimmobilien (Projektentwickler, Immobiliengesellschaften, Investoren, Fonds)
- Immobilienfinanzierungsgesellschaften, Immobilienbanken

Professionelle aber auch in der Immobilienbranche unerfahrene Nutzer von Büroflächen bietet OPERATE die Chance ihre Bedarfe konkret zu analysieren, zu dokumentieren und am Markt zu adressieren. Den Anbietern von Büroflächen bietet das Tool die Möglichkeit, die Qualitäten Ihrer Objekte darzustellen. OPERATE basiert in Teilen auf dem bereits entwickelten Softwaretool »Immobilien Nutzer Check« (INC) des Fraunhofer IAO und integriert folgende Bewertungsaspekte und Kriteriengruppen:

- Objektbezogene Kriterien (Standort, Lage, äußere Qualität, Gebäudetechnik, Verkehrsanbindung, Parksituation etc.)
- Funktionale Kriterien (innere Qualität, Bürokonzept, Flächenangebot, Ausbauoptionen, Flexibilität, Erschließung etc.)
- Immobilienwirtschaftliche Kriterien (Bedingungen, Kosten, Miete/AP, Objektwert, Rentabilität, Marktfähigkeit, Risikoabschätzung etc.)

Um einen allgemein gültigen Marktstandard zu etablieren, wird die Startversion von OPERATE als internetbasierte Anwendung Mitgliedern der gif e. V. zur Verfügung gestellt. An diesen Standard anknüpfend werden im Verlauf der Forschungsphase 2006-2008 modulare Erweiterungen vorgenommen und etabliert, die ausschließlich den Projektpartnern zugänglich sein werden. Die Weiterentwicklung und Fortschreibung der Qualitätsstandards, der Bewertungsmaßstäbe und der Auswertungsroutinen erfolgt im Wesentlichen aus zukünftigen Erkenntnissen des Verbundforschungsprojekt Office 21[®].

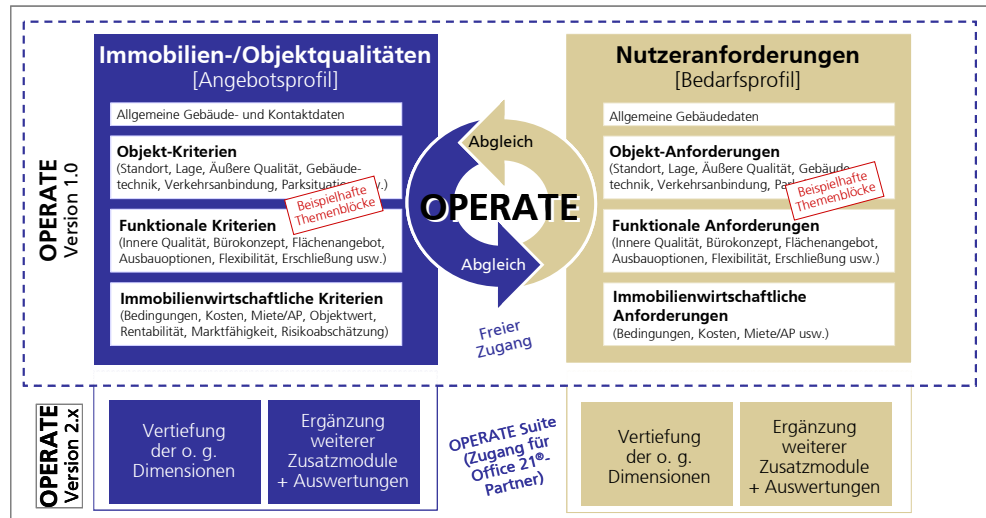


Bild 10: Struktur OPERATE

Die Verwertung der über das Webportal gesammelten Nutzer- und Objektdaten ermöglicht ein kontinuierliches Screening von sich verändernden Nutzerprofilen und Marktanforderungen. Diese Auswertungen stehen exklusiv den Projektpartnern zur Verfügung. Zusätzlich können hierdurch Anforderungsprofile und Qualitätsdefinitionen für spezifische Nutzergruppen wie z. B. Banken, Fonds, ausländische Investoren, Technologieunternehmen, KMUs oder die Öffentliche Hand abgeleitet werden. Die Partnerunternehmen können sich rechtzeitig auf veränderte Marktanforderungen einstellen und besitzen einen enormen Wissensvorsprung gegenüber anderen Marktteilnehmern.

Ein weiterer Gewinn liegt in der aktiven Definition der Bewertungsrichtlinien und der gemeinsamen Weiterentwicklung von modularen Ergänzungsmodulen (Life-Cycle, Building Performance, Office Branding, Information Worker Support). Die Office 21[®]-Projektpartner können mit OPERATE innovative Standards vorausdenken, etablieren und sich mit ihrem eigenen Unternehmen frühzeitig darauf einstellen.

3.9 Zukunfts- und Trendszenario 2020

Auch angewandte und praxisnahe Forschung muss regelmäßig den Blick in die Zukunft wagen, um die richtigen Entscheidungen für die nahe Zukunft treffen zu können. Im Teilprojekt »Zukunfts- und Trendszenario 2020« wird die Fraunhofer-Projektgruppe mittels der Szenariotechnik die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Trends analysieren. Das Fraunhofer IAO besitzt ausgewiesene Expertise im Bereich der Zukunfts- und Trendprojektion. Die Aussagen aus dem im Jahr 1996 erstmals entwickelten und im Jahr 2001 überarbeiteten Szenario »GENIUS« sind heute in vielen Bereichen Realität geworden und haben eine hohe Verlässlichkeit aufgewiesen.

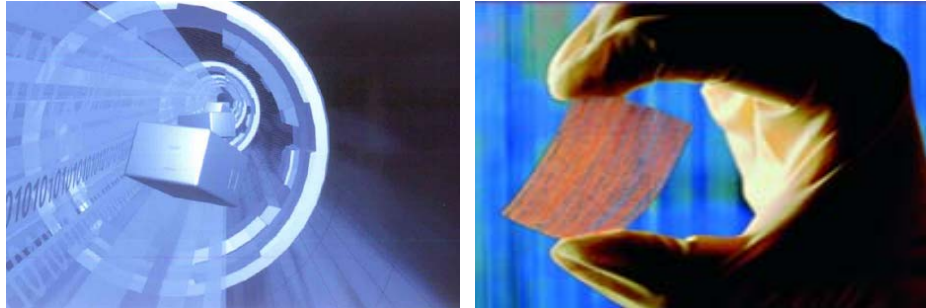


Bild 11: Internet der Dinge/Polytronik

Emerging Technologies wie z. B. Augmented Cognition, die Steuerung von Maschinen und Geräten mit Gedanken, real gelebte Globalisierung, die alternde Gesellschaft in den Industrieländern der ein Heer von gut ausgebildeten und qualifizierten jungen Menschen in den Schwellenländern gegenübersteht, werden die Arbeitswelt und die Anforderungen an die Arbeitsorganisation sowie die notwendigen Technologien in den kommenden fünfzehn Jahren weiter dramatisch verändern. Ist die Verlagerung von Produktionsarbeit heute ein aktuelles Thema, so wird die verteilte Erbringung von Wissensarbeit das Thema der kommenden Jahre sein. Leistungsfähige Übersetzungs- und Dolmetschsoftware werden die Zusammenarbeit über Grenzen hinweg verstärken, auch eine abnehmende Reisetätigkeit aufgrund steigender Energiepreise, Terrorangst und notwendiger Zeitersparnis könnten der technologisch unterstützten Zusammenarbeit zum Durchbruch verhelfen.

Welche Trends sich durchsetzen und wie Produktlösungen für das Jahr 2020 aussehen können wird das Fraunhofer-Team in einem animierten und anschaulichen Arbeitsszenario darstellen. Das Zukunfts- und Trendszenario 2020 können die Partner für die eigene Produktentwicklung nutzen aber auch ihren Kunden für einen Blick in die Zukunft zur Verfügung stellen.

4 Ausgewählte Forschungsaktivitäten im Rückblick

Der Rückblick auf die bisher abgeschlossenen Forschungsphasen dokumentiert eine außerordentlich positive Bilanz. Durchgeführte Studien und entwickelte Methoden haben bis heute eine ungebrochene und noch weiter zunehmende Relevanz und Gültigkeit und bestätigen somit den Zukunfts- und Nachhaltigkeitsanspruch der Office 21[®]-Aktivitäten. Im Folgenden wird eine kleine Auswahl von Arbeiten aus dem Wissensvorrat des Office 21[®]-Verbundes vorgestellt.

4.1 Studie »Meeting Analysis«

Bedenkt man, dass jeder Mitarbeiter in Großunternehmen europaweit durchschnittlich vier Meetings pro Woche besucht und darin zirka acht Stunden, also 20 Prozent seiner Arbeitszeit verbringt wird die Bedeutung von Besprechungsräumen als »Produktivfläche« deutlich.

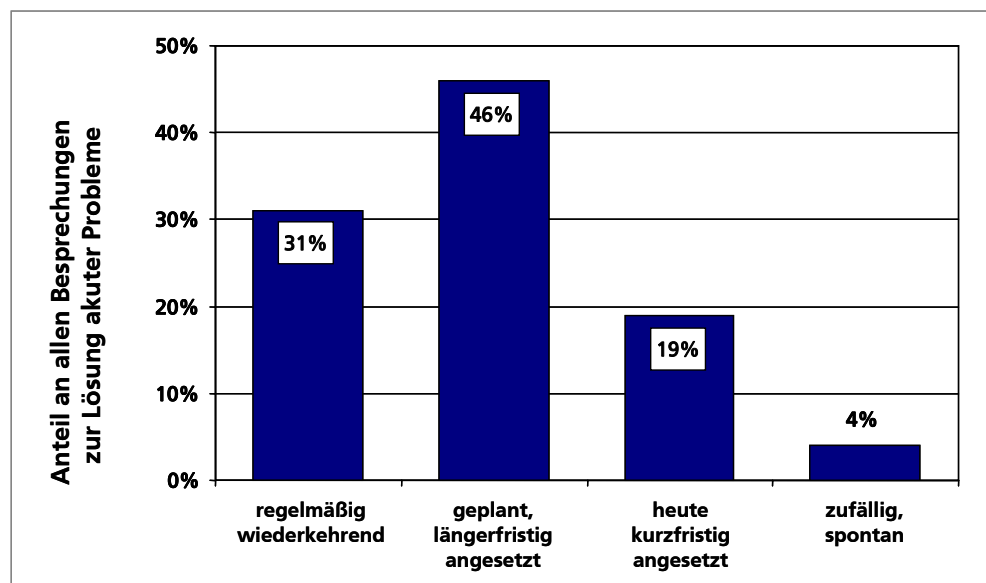


Bild 12: Studie »MeetingAnalysis«: 23 Prozent der Besprechungen zur Lösung akuter Probleme kommen innerhalb eines Tages zustande

Im Gegensatz zu typischen Mitarbeiterbefragungen, welche nur einen allgemeinen Eindruck der Besprechungsanforderungen widerspiegeln können, setzte das Fraunhofer IAO mit seiner Studie auf einen »besprechungszentrierten« Ansatz mit folgenden Teilaspekten:

- Teilnehmerzusammensetzung und Teilnehmerzahl
- Zeitdauer
- Einsatz von Medien und Arbeitsmittel
- Anlass und Inhalt der Besprechung
- Integration räumlich entfernter Besprechungsteilnehmer
- Indikatoren für den Besprechungserfolg

Aus der Studie ergaben sich erstaunliche Optimierungspotenziale für die Konzeption und Planung von Besprechungs- und Kommunikationsräumen, die in einem Leitfaden zur Planung und Konzeption von Besprechungs- und Kommunikationsräumen überführt wurden. Es wurde festgestellt, dass knapp zwei Drittel der untersuchten Besprechungen mit bis zu 4 Personen bzw. ein Viertel mit nur zwei Personen stattfinden. Demgegenüber stehen, dass 80 Prozent der erfassten Besprechungsräume für fünf und mehr Teilnehmer ausgelegt waren. Hier besteht viel Potenzial, um Einsparungen zugunsten einer besseren Medientechnik vorzunehmen. Eindeutig konnte in der Studie ein positiver Zusammenhang zwischen der »Raumqualität« und der »Meetingqualität« festgestellt werden. Es lohnt sich also in die Konzeption, Ausstattung und Gestaltung von Besprechungsräumen zu investieren.

4.2 E-Work-Nutzerstudien

In zwei empirischen Online-Studien in den Jahren 2003 und 2005 mit jeweils deutlich über 1 000 Teilnehmern aus allen Branchen und Funktionen konnte ein detaillierter Pool von Informationen über Bedürfnisse, Ansatzpunkte, Präferenzen und Performancedaten gewonnen werden. Auf Basis dieser Daten konnten konkrete Erkenntnisse gewonnen und weitgehende Handlungsempfehlungen für Unternehmen, IT-Bereiche, Hersteller und nicht zuletzt die Nutzer selbst entwickelt werden.

Den hohen Einfluss der Informationsarbeit auf die Gesamt-Performance im Büro zeigt die E-Work-Nutzerstudie II »Information Worker Performance«. Zwischen den besten und den schlechtesten Teilnehmern der Studie liegt ein Performance-Unterschied von über 50 Prozent.

Als zentrale Herausforderungen kristallisieren sich

- die Transparenz von Information, also das Finden und kontextbezogene Verstehen und Anwenden von Information,
- der mobile Zugriff und
- das Verständnis über die Möglichkeiten und Funktionsweise der verwendeten IT-Ausstattung als zentrale Herausforderungen

heraus. Über 40 Prozent der Teilnehmer klagen darüber hinaus über ineffiziente Meetings.

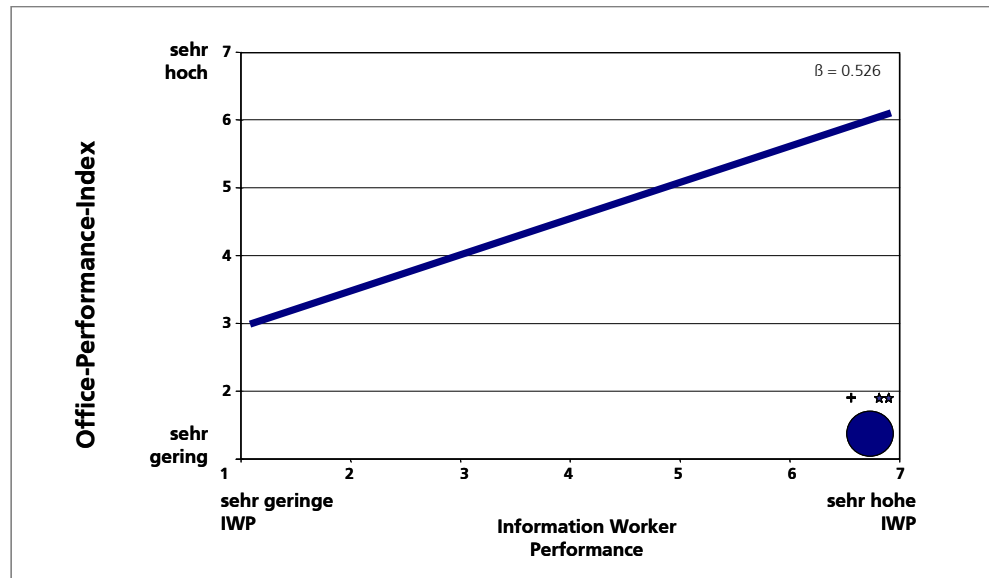


Bild 13: Zusammenhang zwischen Information Worker Performance und Office Performance

In der ersten E-Work-Studie wurde gezeigt, dass für die Anwender Technologieeigenschaften wie Stabilität, Geschwindigkeit und Benutzerfreundlichkeit die Top-Akzeptanzfaktoren für Technologien sind. Gefolgt von möglichst geringen persönlichen Belastungen und der Wirtschaftlichkeit. Genau diese Akzeptanzfaktoren sind die Aspekte, bei denen die Teilnehmer der ersten Studie den aktuellen Technologien den größten Nachholbedarf attestierten.

Erfolgskritisch ist eine effiziente Unterstützung der Anwender. So fällt auf, dass der professionelle Support zwar die beste Bewertung bezüglich der Zufriedenheit bekommt, trotzdem aber die am wenigsten verwendete Unterstützungsform ist. Folgende Ansätze sind für eine Verbesserung des Supports sinnvoll:

- Stärkere Berücksichtigung von Soft-Facts im Helpdesk für eine höhere Bereitschaft zur Nutzung
- optimierte Helpdesk-Prozesse und
- qualitativ hochwertige Unterlagen zum Selbstlernen, der meist genutzten Lern- und Problemlösungsform.

Für eine höhere Performance in der Informationsarbeit ist das Finden, Verstehen und Verwalten von Informationen der Engpass. Teilnehmer, die die erweiterten Funktionen der Werkzeuge nutzen, gehen spürbar performanter mit Informationen um. Darüber hinaus helfen Regeln und Handlungsanleitungen dabei, die Performanz bei der Arbeit mit E-Mail und Dokumenten zu steigern.

Die wichtigsten Empfehlungen für Anwender und Hersteller aus der E-Work II-Studie sind:

- Steigern des Bewusstseins über die neuen und erweiterten Möglichkeiten
- Gezielte Qualifikation der Anwender mit Fokus auf die konkreten Arbeitssituationen
- Entwickeln von adaptiven Benutzeroberflächen, welche die umfassenden Funktionen von Soft- und Hardware situationsorientiert in einer einfach zugänglichen Art und Weise anbieten
- Integration und Reduktion der Vielfalt an Anwendungen und Endgeräten

Die vollständigen Studienergebnisse liefern den Partnern aus der ICT-Branche eine pointierte Argumentation der eigenen Produktvorteile und Kompetenzen sowie Ansätze für die Produktentwicklung. Und nicht zuletzt dienen die Ergebnisse allen Partnern als Anregung für Verbesserungen im eigenen Unternehmen.

4.3 Expertenstudie »International Office Survey«

Bereits heute investieren die großen deutschen Immobilienfonds mehr als die Hälfte ihres Volumens in Europa und Übersee mit steigender Tendenz. Ähnliches gilt für viele Dienstleister, Ausstatter und Bauunternehmungen, da sie dort andere Wachstumsraten und Arbeitsmarktbedingungen vorfinden. Besonders interessant sind dabei die neuen EU-Beitrittsländer im Osten Europas, aber auch die traditionell starken Märkte wie die USA und United Kingdom oder die rasant wachsenden Regionen in China. Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Investment in diesen Märkten ist die spezifische Kenntnis über das Anforderungsprofil an Büroimmobilien aufgrund kultureller Unterschiede, die bei der Gestaltung und Planung der Büros eine Rolle spielen. Für den Survey wurden knapp 80 strukturierte Interviews mit ausgewiesenen Experten aus den einzelnen Regionen geführt.



Bild 14: Untersuchte Regionen des »International Office Survey«

Historisch bedingt haben sich bei der Gestaltung von Büros sowohl hinsichtlich der Architektur als auch bei der Grundrissgestaltung und dem räumlich-organisatorischen Bürokonzept deutliche Unterschiede herausgebildet. Diese Abweichungen lassen sich auch nach wie vor in den einzelnen Ländern feststellen. Am Beispiel der Home Office Idee lässt sich dies besonders plakativ darstellen. Während in den hoch entwickelten Ländern im Home Office eine Chance für die Mitarbeiter gesehen wird, befürchtet das Management in anderen Ländern einen Kontrollverlust. Auffallend ist das hohe Potenzial, das ausgehend von einer bisher sehr geringen Bedeutung in USA und United Kingdom für die Zukunft gesehen wird. Eine völlig andere Einschätzung findet sich in Osteuropa und Asien. Die Bedeutung wird dort sowohl aktuell als auch bisher und zukünftig als gering oder sehr gering eingeschätzt. Dies liegt zum einen an den beengten Wohnverhältnissen in diesen Ländern, die ein Arbeiten von Zuhause erschweren und zum anderen an einer Führungskultur, die solchen Modellen eher kritisch gegenübersteht.

Verteiltes Arbeiten über alle Kontinente hinweg ist in vielen Unternehmen bereits heute Realität und wird in den nächsten 5 bis 10 Jahren zur Normalität in der wissensintensiven Arbeitswelt. Entwicklungszentren wie z. B. von DaimlerChrysler oder SAP in Indien zeigen eindrucksvoll, dass mit entsprechenden Softwarelösungen und Kommunikationsmitteln Entwicklungsprojekte mit Deutschland, USA und weiteren Ländern eng verzahnt und reibungslos abgewickelt werden können. Die Unterstützung dieser Prozesse durch die IT ist mittlerweile selbstverständlich und wird hinsichtlich Sicherheit, Performance und Usability permanent optimiert.

Darüber hinaus gibt es einige global wirkende und weltweit gültige Trends, die von nahezu allen befragten Experten bestätigt wurden. Die Studie gibt dazu zu den verschiedenen Teilaspekten wie Arbeitsumgebungsgestaltung, Nutzung von IuK-Technologien oder flexiblen Arbeitsorganisationsmodellen konkrete länderspezifische Hinweise.

4.4 Leitfaden Office Branding

Um ein Produkt zu verkaufen, sind heute zwei Strategien besonders erfolgreich: Erstens, die kurzfristige Erhöhung der Verkaufszahlen durch eine Reduzierung der Preise. Zweitens, die Bindung des Kunden durch die Qualität der Marke. Ein Blick auf viele gewinnträchtigen Unternehmen beweist den Erfolg der zweiten Strategie, die konsequent auf die Entwicklung neuer innovativer Produkte mit einem hohen Qualitätsniveau setzt und durch die Ausstrahlung der Marke Marktschwankungen ausgleicht. Bezeichnend dabei ist, dass die Produkte dieser Unternehmen nicht nur über den technologischen Fortschritt und die Nutzbarkeit ein hohes Ansehen genießen, sondern eine durchgängige Gestaltung einen sehr hohen und anerkannten Wiedererkennungswert erzielen. Der Käufer kann sich dabei mit der Marke identifizieren.

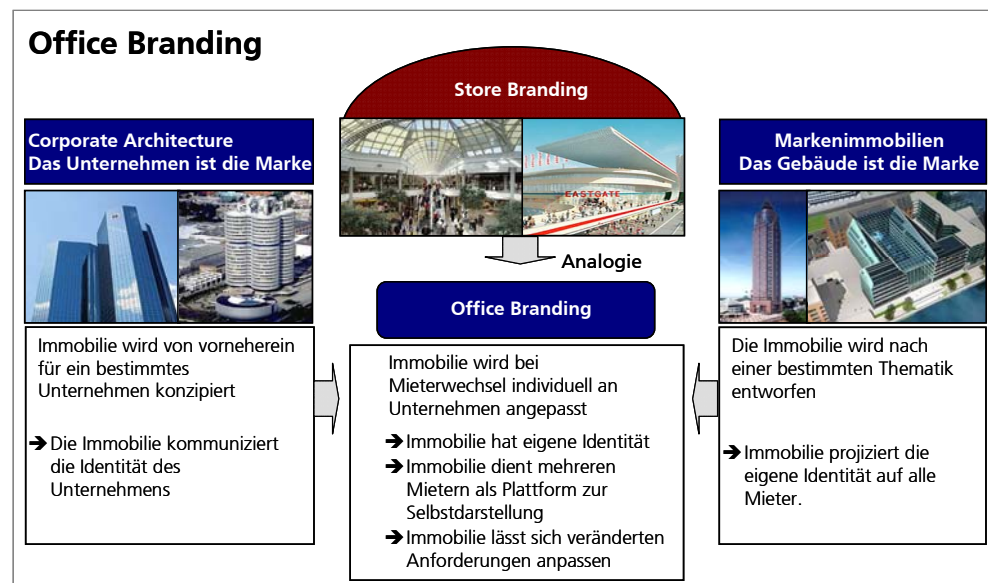


Bild 15: »Office Branding« als Bindeglied zwischen Corporate Architecture und Markenimmobilien

Während die Unternehmen mit hohem Aufwand versuchen den Wert ihrer Marken zu stärken und sich dabei sämtlicher Medien bedienen, hat die Immobilienwirtschaft diese Entwicklung bislang weitgehend ignoriert. Gerade aber durch das Gesicht ihrer Gebäude können sich die Unternehmen den Menschen vermitteln. Durch die Abbildung der Gebäude in den Nachrichten ist dieses Erscheinungsbild auch überregional von hoher Bedeutung.

Viele Unternehmen planen und bauen nicht mehr für den eigenen Bedarf, sondern decken diesen auf dem freien Immobilienmarkt. Damit verschwinden die Unternehmen hinter anonymen und austauschbaren Fassaden. Durch die Entwicklung identitätsstiftender Gebäude, die den Bedarf der Unternehmen an Präsenz und Darstellung befriedigen, kann die Immobilienwirtschaft neue Marktpotenziale erschliessen.

Im Teilprojekt »Office Branding« wurden diese Zusammenhänge aufgezeigt und ein Leitfaden entwickelt, der gerade für die drittverwertete Büroimmobilie interessante Gestaltungsbereiche definiert. Die Untersuchungen zu »Office Branding« zeigen diese Zusammenhänge von Immobilie und Markenentwicklung auf. Hieraus konnten notwendige Aktionsfelder abgeleitet werden. Das Ergebnis ist ein schlüssiger Handlungsleitfaden zur Umsetzung von Branding in relevanten Gestaltungsfragen, unterstützt durch zahlreiche Best Practice Objekte. Herausragende Beispiele zeigen, dass es möglich ist eine Büroimmobilie mit Markencharakter und entsprechender Identität zu erschaffen und damit einen deutlichen Vermarktungsvorteil zu erzielen.

4.5 Studie »Soft Success Factors« und »Office Environment Check«

Der enorme Einfluss so genannter weicher Faktoren ist in allen Bereichen der Arbeit unumstritten sowohl in der Kommunikation zwischen Geschäftspartnern, in der Gestaltung der Arbeitsatmosphäre aber eben auch bei der Gestaltung des Arbeitsumfeldes und der Arbeitsorganisation. Sobald aber der Anspruch eines Büros über die rein funktionale und kostenminimierte Zweckerfüllung hinausgeht und diese weichen Aspekte im Zuge von Bau, Einrichtung und Betrieb von Büros diskutiert und bewertet werden sollen herrscht bei allen Beteiligten enorme Unsicherheit. Häufig werden entsprechende Massnahmen aus diesem Grund einfach lieber weggelassen und somit erhebliche Möglichkeiten nicht genutzt.

Ziel für die Entwicklung des softwaregestützten Tools »Office Environment Check« war es daher, ein Werkzeug zu entwickeln, das zur »Qualitätsanalyse und Bewertung von Büroumgebungen« eingesetzt werden kann und dabei insbesondere »weiche Gestaltungsfaktoren« berücksichtigt. Die Kennzahlen, welche das System liefert, basieren auf den Ergebnissen einer eigens angestellten empirischen Studie »Soft Success Factors«. Das Gesamtergebnis wird in Form eines globalen Kennwertes und mehreren Indizes, die zur Identifizierung von Optimierungspotenzialen dienen, dargestellt.

5 Projektlaufzeit und Kontakt

Laufzeit:

Das Forschungsjahr beginnt jeweils zum 01.04. eines Jahres endet am 31.03. des Folgejahres. Die Vertragsbindung umfasst eine Mindestlaufzeit von zwei Jahren.

Kontakt:

Prof. Dr. Peter Kern
Telefon: +49 (0) 711 / 9 70-22 00
Peter.Kern@iao.fraunhofer.de

Dr. Wilhelm Bauer
Telefon: +49 (0) 7 11 / 9 70-20 90
Wilhelm.Bauer@iao.fraunhofer.de

Stefan Rief
Telefon: +49 (0) 7 11 / 9 70-54 79
Fax: +49 (0) 7 11 / 9 70-20 83
Stefan.Rief@iao.fraunhofer.de

<http://www.office21.de>

Impressum

©2006 Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart