

Büronutzer müssen sich zu Hause fühlen

Die Gestaltung des Büros hat einen großen Einfluss darauf, ob die Mitarbeiter beim Betreten der Flächen eher Freude oder eher Abscheu empfinden. Gefragt sind für ein positives Gefühl unter anderem ein wohnliches Ambiente und eine individuelle Klimatisierung, stellt der Office User Monitor 2025 nach einer Umfrage fest.

Nur die knappe Mehrheit der insgesamt 227 für den Office User Monitor 2025 befragten Büroangestellten und Personalverantwortlichen verschiedener Branchen verbindet mit den Büroflächen, in denen sie derzeit tätig sind, positive Gefühle. Dabei sind Freude und Zufriedenheit die meistgenannten Emotionen. Dahinter folgen aber schon negative Gefühle wie Nervosität, Anspannung und Hektik. Sogar extreme Empfindungen wie Abscheu und Ekel werden genannt. Die Studie mit Partnern aus dem Facility-Management und der Immobilienbranche stellt deshalb einen großen Handlungsbedarf fest. Die Büroflächen müssten genügend Raum bieten, um Bindung und Zufriedenheit der Mitarbeiter zu ermöglichen. Um dieses Ziel zu erreichen, erfordere es aber nicht zwangsläufig hohe Investitionen.

In einem durch Farben, Möbel und Dekorationen erzeugten wohnlicheren Büroambiente sehen sowohl die meisten der befrag-



Im Büro sollten sich Menschen idealerweise fühlen wie in einem zweiten „Wohnzimmer“. Quelle: Pixabay.com, Urheber: MagiDesk

ten Personalverantwortlichen als auch der Büroangestellten das wichtigste Instrument, um das Wohlbefinden im Büro zu verbessern. Das Büro müsse zum „Wohnzimmer“ der Mitarbeiter werden. Bei den weiteren Merkmalen gehen die Meinungen auseinander.

Bei den Personalern folgen an zweiter Stelle Ruheräume, gegebenenfalls mit Massageangeboten. Den Büroangestellten sind dagegen gut und individuell klimatisierte Räume sowie eine Kantine und Getränkeangebote wichtiger.

Dass eine andere Arbeitsumgebung als die jetzige ihre Produktivität steigern würde, kann sich nur etwas mehr als die Hälfte der Büroangestellten vorstellen. Am ehesten würden sich aus ihrer Sicht eine ruhigere Atmosphäre, mehr Licht und eine bessere Klimatisierung auf die Produktivität auswirken. Optimistischer fällt die Sicht der Personalern aus. Bei ihnen glaubt deutlich mehr als die Hälfte an ein Produktivitätsplus. Besonders vielversprechende Instrumente seien eine moderne technische Ausstattung, wohnliche Flächen und eine ruhige Atmosphäre.

Serviceangebote des Arbeitgebers wie Verpflegung, Fitnessräume oder Dienstfahräder werden bei zwei Dritteln der Befragten gar nicht angeboten. Gleichzeitig zeigt die Studie aber, dass die Zufriedenheit der Nutzer mit der Bürofläche deutlich höher ausfällt, wenn derartige Angebote bestehen. Wo

diese vorhanden waren, gaben 35% an, sehr zufrieden zu sein. Gab es keine Services, waren nur 19% sehr zufrieden. Allerdings warnen die Autoren des Berichts vor Aktionismus. Nicht alle Dienstleistungen würden von den Büromitarbeitern auch abgerufen.

Die Befragten sehen zudem einen wachsenden Bedarf für Räume, die ihnen die Möglichkeit für Regeneration bieten. Unter anderem deshalb sei es ein Trugschluss zu glauben, dass durch flexiblere Arbeitskonzepte künftig der Büroflächenbedarf insgesamt abnehmen wird, so die Studie. Allerdings ist eine Verschiebung der Flächennutzungen zu erwarten. So rechnen die Teilnehmer mit einem wachsenden Bedarf für Projektarbeitsflächen. Klassische Einer- bis Zweierbüros würden im Gegensatz zu Großraumbüros an Bedeutung verlieren. Die Mehrheit hält zudem keine Erweiterung der Kontaktpflege zuträglichen Gemeinschaftsflächen für nötig.

Zu den Angeboten im Büro befragt, die bei ihnen die Bindung zum Arbeitgeber stärken würden, nannten die meisten Angestellten Verpflegungsmöglichkeiten. Dahinter folgen flexiblere Arbeitszeiten und Homeoffice-

angebote. Letztere sind aus Sicht der Autoren inzwischen ein Muss, auch wenn sie in der Praxis von den Nutzern nur in geringem Maße nachgefragt würden. Weil die Mitarbeiter den sozialen Kontakt zu den Kollegen schätzen, sei eine „Angst der Arbeitgeber vor leeren Büroräumen“ unbegründet.

48% der Personalverantwortlichen sprechen den Serviceangeboten für das Recruiting eine bedingte Bedeutung zu, 19% sogar eine hohe. 33% stellen dagegen eine geringe bis keine Bedeutung fest. Als deutlich wichtiger für die Mitarbeitergewinnung als die Serviceangebote wird von ihnen die Qualität der Bürofläche bewertet. Diese spiele zudem eine erhebliche Rolle für die Bindung der Mitarbeiter.

Initiatoren der Studie sind die Facility-Manager Strabag Property and Facility Services und Wisag sowie der Investor Art-Invest Real Estate, die sich mit den Beratungsunternehmen Drees & Sommer und Bell Management Consultants zusammengetan haben. Den Office User Monitor sehen sie als Einstieg zu einer systematischen Befragung der Nutzerbedarfe in Büroflächen und grenzen ihn damit zu klassischen Mieterbefragungen ab, die eher die Zufriedenheit mit den Gebäude-dienstleistern untersuchen. **law**

Die positiven Gefühle dominieren leicht Emotionen, die das Büro auslöst

