

Neue Büroräume bei State of Football: Arbeiten im Flow

Neues Bürokonzept setzt auf multifunktionale Arbeitsumgebung und stärkt das Markenerlebnis

🕒 Lesen 10 Minuten

In den letzten 20 Jahren ist das niederländische Unternehmen State of Football, das Merchandising-Artikel für europäische Spitzenfußballvereine (FIFA/UEFA) entwickelt und herstellt, aus seinen Büroräumen hinausgewachsen: höchste Zeit für eine Neugestaltung des Arbeitsplatzes! Allen war bewusst, dass dieser Prozess Veränderungen mit sich bringen würde. Ein Umzug oder möglicher Identitätsverlust standen dabei jedoch außer Frage!

Das Unternehmen entschied, das traditionelle Großraumbüro (mit großen Schreibtischen und wenig Privatsphäre) durch eine Arbeitsumgebung mit geteilten Räumen (und weniger Ablenkungsquellen) zu ersetzen. Während der Neukonzeption des Arbeitsplatzes wurde klar, dass es um weit mehr ging als die Neuordnung von Schreibtischen und das Aufräumen der Papier-, Stoff- und Musterstapel: nämlich um ein neues Arbeitserlebnis für die Mitarbeiter und ein neues Markenerlebnis für die Kunden.

„Wir waren davon überzeugt, dass es wichtig ist, dass unser Arbeitsplatz die Arbeit widerspiegelt, die wir hier tun. Durch unsere neuen Räume ist dies mehr als je zuvor der Fall.“

JACQUELINE BRANDS | Leiterin Styling und Design bei State of Football

Inspiration finden

Als Jacqueline Brands, bei State of Football für Styling und Design verantwortlich, mit einigen Kollegen das Steelcase Learning + Innovation Center (LINC) in München besuchte, waren alle beeindruckt von der Multifunktionalität der Räumlichkeiten. Insbesondere wollten sie erfahren, wie ein einziges Setting viele verschiedene Arbeitsweisen unterstützen kann. Kaum zurück im eigenen Unternehmen begannen sie mit der Umsetzung von Veränderungen, zu denen das LINC sie inspiriert hatte. Nach dem Umzug des Teams in die neuen Räume von State of Football traf 360° Brands zum Interview. Sie gab einen Einblick in die neuen Möglichkeiten, welche die neue Umgebung dem Unternehmen, seinen Mitarbeitern und Kunden eröffnet.

360: Was war der ausschlaggebende Punkt für die Umwandlung der traditionellen Arbeitsumgebung in einen multifunktionalen Raum?

Jacqueline Brands: Wir hatten die Chance, das Learning + Innovation Center in München zu besuchen. Dort sahen wir, wie im Laufe des Arbeitstages unterschiedliche Räume genutzt werden können. Das LINC war für uns wie ein Labor.

Das WorkCafé ist ein hervorragendes Beispiel. Es ist viel mehr als eine Cafeteria. Es ist ein lebendiger Ort, an dem Mitarbeiter sich mit ihren Kollegen austauschen, und ein großartiger Ort zum Zusammenarbeiten. In unserem Büro haben wir diese Idee durch die Öffnung der Küche umgesetzt, deren Mittelpunkt nun unser alter Besprechungstisch ist. So haben wir einen offenen Raum für Zusammenarbeit geschaffen. Heute nutzen wir die neue Küche nicht nur zum Mittagessen, sondern auch als informellen Besprechungsbereich, wo man bei einer Tasse Kaffee Ideen austauschen kann.

Auch unser großer Besprechungsraum wurde neugestaltet. Er befindet sich zwar noch an derselben Stelle und wird weiterhin für Meetings mit Kunden genutzt, ist aber weniger steif. Ausgestattet ist er mit einer Kamin-Lounge und einem hohen Tisch, an dem wir sitzen oder stehen können. Außerdem können wir ihn durch Öffnen der Verbindungstür zum Nebenraum vergrößern und den dort installierten Präsentationsbildschirm nutzen.

Ein wesentliches Merkmal des neuen Arbeitserlebnisses ist die Vielfalt unterschiedlicher Bereiche: für gemeinsames Arbeiten, fokussierte Phasen und Kreativität.

360: Wie unterstützt die neue Umgebung Ihre Arbeit?

JB: Wir haben Steelcase und seinen niederländischen Händler OCS+ gebeten, ein neues Konzept für unser fast 20 Jahre altes Bürogebäude zu erarbeiten. Wir wollten, dass unser Arbeitsplatz zu unserer Marke passt und uns mehr Platz bietet, ohne dass wir anbauen müssen. Steelcase ließ sich ein Konzept einfallen, das auf mehreren Schlüsselementen beruht.

Um mehr Bereiche für gemeinsames Arbeiten zu schaffen, wurde der Platz für Einzelarbeitsplätze reduziert. Auf der so freigewordenen Fläche wurden drei kleinere multifunktionale Konfigurationen eingerichtet. Einen Raum nutzen zum Maßnehmen, um im Büro die Übersicht zu behalten. Wir arbeiten jetzt also nur noch an einem einzigen Ort mit Stoffen, an Kleidungsstücken und Fußbällen. In den beiden anderen Bereichen können die Mitarbeiter bei Bedarf die Tür hinter sich schließen. Der Bereich für konzentriertes Arbeiten ist mit einem großen Arbeitsplatz ausgestattet; der auf Privatsphäre und Entspannung ausgelegte Lounge-Bereich fördert die Entstehung neuer Ideen. Das neue, ansprechende Design gibt uns mehr Flexibilität, um im Laufe des Tages allen unseren Bedürfnissen gerecht zu werden.

Wir haben verschiedene Sitzmöglichkeiten ergänzt, um zu vielfältigen Körperhaltungen anzuregen: Neben herkömmlichen Schreibtischen gibt es auch Sofas und Lounge-Sessel. Außerdem können wir an unseren Tischen auch im Stehen arbeiten oder unsere Stauraumlösungen zu kollaborativen Oberflächen für Stand-up Meetings umfunktionieren.

Das gesamte Büro ist ein Wechselspiel von formellen und informellen Bereichen. Beispielsweise gibt es in unserem großen Besprechungsraum für Kunden einen Premium-Stehtisch und eine gemütliche Kamin-Lounge. Der angrenzende, im Wohnzimmer-Stil eingerichtete Raum mit Digitalbildschirm ist mit dem Besprechungsraum über eine Tür verbunden. Für größere Gruppen schaffen wir durch Öffnen der Tür mehr Platz und nutzen den Bildschirm zum Teilen von Inhalten.

Das Ergebnis ist ein Ort, der uns mehr Möglichkeiten bietet und unsere Arbeit durch die Ausstellung unserer Produkte (z. B. die Fußball-Kette auf grünem Teppich vor dem Besprechungsraum) sichtbarer macht.

Wir haben auch unseren Arbeitsprozess neu organisiert. Früher haben wir ständig Pakete hoch- und runtergeschleppt, vom Büro ins Lager. Nun bleiben alle eingehenden Pakete und Lieferungen unten im Lager, wo ein neuer Arbeitsplatz eigens für das Logistikteam eingerichtet wurde. Oben in unserer Arbeitsumgebung sind jetzt nur noch die Produkte, die wir für ein laufendes Projekt brauchen.

„Unser Büro ist nun abwechslungsreicher und es gibt multifunktionale Bereiche. Am selben Ort arbeiten wir jetzt so viel effizienter als vorher.“

360: Wie hat der neue Raum Ihre täglichen Arbeitsroutinen verändert?

JB: Im Allgemeinen versetzt uns die neue Umgebung in die Lage, uns im Lauf des Tages mehr zu bewegen und effizienter zu arbeiten. Einer der ersten Tipps war, den Drucker aus der Schreibtischzone zu entfernen, sodass wir nun öfter aufstehen. Außerdem bringen wir unseren Kollegen keinen Kaffee mehr mit; nicht aus Eigennutz, sondern weil sich so alle mehr bewegen. Das ist gesünder für Körper und Geist.

Die Trennwände an unseren Schreibtischen für mehr visuelle Privatsphäre sind völlig neu für uns. Früher haben wir ständig alle im Blickfeld gehabt. Durch die Trennwände können wir uns in der offenen Bürsumgebung besser fokussieren. Das ist entscheidend für den kreativen Prozess und die Konzentration.

Durch die Verbannung von Papier-, Stoff- und Musterstapeln von unseren Schreibtischen konnten wir deren Größe reduzieren. Die Mitarbeiter verfügen nun über persönlichen Stauraum direkt am Schreibtisch. Auch für jede Abteilung ist eigener Stauraum vorgesehen. Auf dem Schreibtisch hat jeder nur, was er braucht.

360: Wie haben Sie die Mitarbeiter dabei unterstützt, sich an den neuen Raum zu gewöhnen?

JB: Während des gesamten Projekts nutzten wir 3D-Animationen und KI-Brillen. Das Wichtigste war aber ein gemeinsamer Workshop. In diesem Workshop stellten uns Rick Bomer, Design Portfolio Director bei Steelcase, und sein Team das fertige Konzept vor. Alle Mitarbeiter wurden in die Nutzung des Raums eingewiesen. Das war wirklich wichtig. Wir haben den neuen Raum gemeinsam angesehen und ausprobiert – ein wichtiger Schritt für das gesamte Team.

360: Was denken Ihre Kunden über den neuen Raum?

JB: Wir haben hohe Qualitätsstandards und das sieht man unserem neuen Büro jetzt auch an. Das Markenerlebnis ist greifbarer geworden für unsere Kunden: durch den neuen Besprechungsraum, aber auch durch auffällige Installationen wie eine Wand in Fußballrasen-Optik oder die Fußball-Kette auf grünem Teppich, die Fußbälle am Anstoßpunkt imitiert. Wenn unsere Kunden aus den Niederlanden, Frankreich oder dem Vereinigten Königreich hereinkommen, ist ihr erster Eindruck der einer echten Premium-Marke. Das Feedback unserer Stamm- und Neukunden ist eindeutig: Die hohen Standards unserer Arbeit und Produkte sind nun sichtbarer als früher.