

VERMITTLUNG
VERWALTUNG
BEWERTUNG
BAUMANAGEMENT



www.ehl.at



WIR KOMMEN IN FRIEDEN

DIE ÖSTERREICHER AUF DER EXPO REAL –
UND WIE SIE DEN DEUTSCHEN MARKT ENTERN

CÄSAR 2017: DAS SIND DIE GEWINNER

FLUGHÄFEN: MEHR ALS NUR START- UND LANDEBAHN



IMMOBILIENMAGAZIN

WENN UNS GEBÄUDE FORMEN

Corporate Identity, Unternehmenskultur, effizientes Arbeiten: Auf die Innenarchitektur einer Büroimmobilie wird immer mehr Augenmerk gelegt. Welche Herausforderungen das für Büroentwickler bedeutet, wurde beim 5 o'clock-Tea diskutiert.

AUTOR: CHARLES STEINER



Hochkarätige Diskutanten: Markus Kuttner (CA Immo), Martin Müller (JPI), Ewald Stückler (t.o.c.), Gerhard Rodler, Hans-Peter Weiss (BIG), Peter Haupt (Hutchinson Drei Austria), v.l.n.r.

Der Hochsommer ist vorbei, die Temperaturen sinken kontinuierlich – Zeit für den 5 o'clock-Tea also, der sich hiermit aus der Sommerpause zurückmeldet. Diesmal mit einem Thema, das in den vergangenen zehn Jahren immer gewichtiger für die Immobilienwirtschaft – besonders im Office-Sektor – geworden ist. Nämlich: Wie sich die Unternehmenskultur von einzelnen Unternehmen in Bürogebäuden so abbilden lässt, dass nicht nur das Unternehmensziel erreicht wird, sondern sich die Mitarbeiter wohlfühlen und die Corporate Identity sichtbar gemacht wird. Das gilt auch für uns: Während Sie dieses Heft in den Händen halten, sind wir auch in ein neues Büro umgezogen, auf den Wienerberg. Hochkarätig war die Diskussionsrunde von epmmedia und Immobilien Magazin in der t.o.c.-Lounge mit dem diesmaligen Thema „First we shape our buildings, then they shape us“ besetzt. Diesmal zu Gast: Markus Kuttner, Group Head of Asset Management, CA Immo, Martin Müller, Geschäftsführer JP Immobilien, Ewald Stückler, Ge-

schäftsführer t.o.c., Hans-Peter Weiss, Geschäftsführer BIG/ARE, und Peter Haupt, Senior Head of Procurement, Logistics & Facilities, Hutchison Drei Austria, unter der Moderation von Gerhard Rodler.

„Wie beim Autokauf“

Bei Büros sollen etwa Architektur, Aufteilung oder Einrichtung zu einem guten Arbeitsklima beitragen und die Unternehmenskultur positiv beeinflussen. Heißt es also in Zukunft „offene Kultur durch offene Architektur“? Ewald Stückler verweist in seinem Eingangsstatement zunächst einmal auf die Frage, woher die Unternehmenskultur überhaupt kommt: „Es ist wie beim Autokauf. Zuerst muss ein Unternehmen definieren, was überhaupt zum Leitbild passt. Daraus leitet sich dann eine Unternehmenskultur ab.“ Diese könne aber nur funktionieren, wenn sie nicht nur nach außen – also durch das Gebäude bzw. die Einrichtung – sichtbar gemacht, sondern auch von innen gelebt wird. Sie muss also sowohl vom Management nach unten als auch um-



**UNTERNEHMEN
MÜSSEN ZUERST
DEFINIEREN, WAS
ZU IHNEN PASST.**

EWALD STÜCKLER,
GESCHÄFTSFÜHRER T.O.C.



**DIE EMOTIONALISIERUNG
IM WOHNBAU HABEN WIR
IN BÜROS ADAPTIERT.**

MARTIN MÜLLER,
GESCHÄFTSFÜHRER JPI



**„GRÖßERE
UNTERNEHMEN
BEDINGEN AUCH MEHR
KOMMUNIKATION.“**

**HANS-PETER WEISS,
CEO BIG/ARE**

gekehrt getragen werden. „Das bedarf Vorbereitung, und gerade bei diesem Thema gilt: Speed kills“, so Stücker. Dann, wenn mit dem Umzug die interne Kommunikation angepasst wird.

Change Management

Das bestätigt auch Hans-Peter Weiss aus eigener Erfahrung – BIG und ARE sind ihrerseits in ein neues Büro (DENK DREI, Anm.) umgesiedelt. „Das brachte einen ganzen Mix an Veränderungen, ein Thema war dabei Change Management. Vor fünf Jahren haben wir einen Strategie- und Planungsprozess zur Neuausrichtung des Unternehmens gestartet.“ Dabei wurden alle Ebenen des Unternehmens eingebunden. Zwei Aspekte waren dabei wesentlich: „Einerseits ist unser Unternehmen gewachsen, weswegen wir auch mehr Platz gebraucht haben. Andererseits bedingt ein größeres Unternehmen auch neue Formen der Kommunikation“, führt der

BIG-CEO aus. Und das müsse offen und breit kommuniziert werden, um Ängste bei Mitarbeitern abzubauen.

Mehrmalige Umzüge und Change Management-Prozesse hat auch Hutchison Drei Austria hinter sich. Peter Haupt: „Auch wir hatten einen Lenkungsausschuss eingeleitet und mit den Mitarbeitern und Abteilungen diskutiert und versucht, die Büroräumlichkeiten nach den neuen Kommunikations- und Unternehmensleitlinien zu planen.“ Das sei gut angenommen worden.

Herausforderung für Developer

Dass Unternehmenskulturen in Büroräumlichkeiten wachsen können, stellt allerdings Immobilienentwickler und Assetmanager vor Herausforderungen. „Da sind wir tagtäglich gefordert, unsere Immobilien ein Stück neu zu erfinden“, kommentiert Markus Kuttner. Denn die Vertragszeiten werden kürzer

gehalten, aber die Innovationen der Unternehmen stärker gelebt. „Wir müssen daher bei der Immobilienentwicklung vorausschauender planen“, erklärt der CA Immo-Assetmanager.

Auch JP hat mittlerweile ein Büroobjekt, das Telegraf 7, entwickelt und mittlerweile bezogen. JP-Geschäftsführer Martin Müller: „Auch das war nicht einfach, weil wir gewachsene Strukturen haben. Diese in zu transferieren, war nicht einfach.“ Obwohl man mit 50 Mitarbeitern ein kleineres Unternehmen darstellt, war der Umzug mit Change Management ähnlich wie bei einer großen Firma. Und das, was man beim Wohnbau hinsichtlich Emotionalisierung gelernt habe, habe man in den Gewerbebereich implementiert, erklärt Müller. Auch mit Gimmicks wie etwa einem Fitnessraum oder einer büroeigenen Suite. ■

WEBTIPP
Das Video zur Diskussion finden Sie hier – <http://immo.ac/3L>