



# Lebenswerte Arbeitswelten

Räume beeinflussen Menschen weit mehr als wir glauben. Räume können motivieren und Geborgenheit spenden oder aber lähmen und krankmachen. Das sagt Ulrich Krüger (62). Krüger ist Gründer und Miteigentümer der TON Gesellschaft für Objekteinrichtung mbH in der Speicherstadt in Münster-Coerde. Sein Credo: Die Arbeitswelt ändert sich rasant. Wir müssen handeln. Wirksames Handeln braucht wirksame Räume.



High-Tec meets Holzbank: Wo Arbeitsabläufe immer digitaler und damit abstrakter werden, erden natürliche Materialien und Farben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der realen Welt. Ein Besprechungsraum bei der TON Gesellschaft für Objekteinrichtung mbH in Münster.



**Krügers ganze Leidenschaft gilt der Beziehung von Raum und Mensch im Arbeitsumfeld. Er versteht sich seit mehr als 20 Jahren als Umfeldgestalter und Objekteinrichter. Vor allem aber als Ermöglicher: Wo die Digitalisierung unsere Souveränität beschneidet, schenkt er Menschen den Glauben an die Bedeutung ihres realen Lebensraumes zurück. Er verortet sie in der realen Welt.**

**Unser Alltag digitalisiert sich rasant: Wir können quasi überall arbeiten, in der Hängematte, im Park oder im Café. Warum spielt das Arbeitsumfeld trotzdem so eine große Rolle?**

Weil Menschen zwar digital arbeiten, aber nicht digital sind. Wir fühlen, spüren, empfinden Freude, empfinden Angst. Ich beobachte in den letzten Jahren eine Entwicklung, die mir eine Reaktion auf die Digitalisierung zu sein scheint: Die Menschen wollen nicht nur die Geborgenheit einer Familie, sondern auch die Geborgenheit eines Arbeitsumfeldes. Viel mehr als dies noch in meiner Generation der Fall war.



Der Meeting-Point der Grafschafter Volksbank Nordhorn e. G. verfügt über ein flexibles, freundliches Raumkonzept. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben daran in Workshops mitgearbeitet.

#### Was bedeutet das für Sie als Einrichter?

Wir wollen den Menschen den Glauben an ihre Gestaltungsfähigkeit zurückgeben. Die Digitalisierung sorgt für Überforderung und Ängste, weil alles so schnell geht. `Kontrollverlust` ist da ein wichtiges Stichwort. Wir von TON verstehen uns als Treuhänder der Bedürfnisse unserer Kunden: Wir helfen ihnen, ihre alltäglichen Wünsche und Sehnsüchte zu entdecken und sie zu formulieren. Dann schlagen wir Lösungen vor.

#### Überfordert das nicht Menschen, die gewohnt sind, nach der Müttze des Chefs zu funktionieren?

Nicht, wenn wir richtig kommunizieren und moderieren. Die meisten fühlen sich dadurch wertgeschätzt. Das ist wohl das Wichtigste. Dann reden sie über das, was ihnen wichtig ist. Ein wunderbares Erlebnis übrigens. Ich sehe das so: In jedem Menschen steckt ein unentdeckter Schatz. Durch Alltag, Arbeit, Sorgen wird er oft verdeckt. Wir wollen ihn heben, indem wir mit den Menschen, die Räume neu gestalten möchten, ehrlich, empathisch und schnörkellos reden – ihren Wünschen Raum geben im wahrsten Sinne des Wortes. Und das gelingt ohne Hierarchien, ohne Denkverbote, ohne Eifersucht zwischen den Ebenen einer Firma am besten. Diese Ideen, gepaart mit ei-

„Räume sind in der Lage Menschen wachzuküssen.“

ner fundierten Umfeld-Analyse, also Kundenverkehr, Kommunikationsbedarf und Funktionen, ergeben eine Lösung, die Räume schafft, in denen man gerne und gut arbeitet. Räume sind in der Lage Menschen wachzuküssen.

#### Meinen Sie, dass die richtige Gestaltung des Arbeitsumfeldes unmittelbar eine Anziehungskraft auf Fachleute und Kunden bewirken kann?

Ja, auf jeden Fall. Mitarbeitergewinnung und -bindung funktioniert in Räumen, in denen sie gerne arbeiten, in denen sie leistungsfähig sind und sich anerkannt und geborgen fühlen, einfach besser. Was für viele Unternehmen außerdem immer noch wichtiger wird, ist die Differenzierung gegenüber Wettbewerbern. Also die klare Sichtbarkeit der Unternehmenskultur. Was für ein Unternehmen ist das eigentlich, in das ich da gehe? Wie gestaltet sich das Gebäude? Wie gestaltet sich der eingerichtete Raum? Wie tickt das Unternehmen? Das richtig zu vermitteln, ist für viele Unternehmen eine ganz wesentliche Aufgabe, weil sie in ihrer jeweiligen Zunft sonst immer vergleichbarer werden.

#### War das denn schon mal anders?

Ich erinnere mich noch sehr gut, dass das Thema „Design und Produktdesign bei Einrichtungsgegenständen“ zumindest als ich gelernt habe, ein Nischenthema war. Erst in den letzten zwei Jahrzehnten ist es populär geworden. Seit zwei, drei Jahren finden sich sogar in großen Publikumszeitschriften wie „Fokus“ oder „Frankfurter Allgemeine“ Beiträge, die sich genau mit dem Themenspektrum befassen, von dem wir leben.

Das Bewusstsein für Umfeldgestaltung ist zudem bei der jüngeren Generation deutlich gewachsen. Insofern glaube ich, dass Innenarchitekten, die ihre Kunden in meinem Sinne wirklich wertschätzen, die Zukunft noch vor sich haben.

„Kunden  
wertzuschätzen  
ist der Schlüssel  
zum Erfolg.“

**Herr Krüger, Sie und Ihr Partner Christian Wolf sehen TON vor allem als hoch professionellen Dienstleister. Da ist die Erwartungshaltung hoch: Welchen Anteil haben Sie als Einrichtungsexperten am Erfolg Ihrer Kunden?**

Seit 2016 verfügen wir über Ergebnisse weltweit angelegter wissenschaftlicher Studien, die genau das untersucht haben: den direkten Einfluss der Umfeldgestaltung auf das Wohlbefinden, auf die Mitarbeiterzufriedenheit und die Attraktivität für Kunden. Diese These ist durch Studien wie dem „Steelcase Global Report“ nun belastbar geworden. Und das bedeutet ohne Übertreibung: Wir können heute das Maß an steigender Zufriedenheit bei Mitarbeitern und Kunden durch unsere Maßnahmen ziemlich genau prognostizieren und unseren Bauherren darlegen. Um nur ein kleines Beispiel zu geben: Der richtige Einsatz von Grünpflanzen und natürlichen Materialien kann die Arbeitseffizienz in einem Büro um fast 40 Prozent steigern.

**Wie bewerten Sie Projekte und Partnerschaft mit der Raumfabrik?**

Uns verbindet viel. Vor allem die Sicht auf Kunden und Projekte. Sagen wir mal so: Unsere Kunden stehen selbst in Verantwortung gegenüber allen Menschen, die ihren Geschäftsmodellen folgen, gegenüber Mitarbeitern, Kunden, Partnern. Diesem Vertrauen mit einer Haltung absoluter Wertschätzung zu begegnen, war uns von Anfang an ein Anliegen. In der TON-Grammatik – also unserem Leitbild – haben wir das programmatisch zum Ausdruck gebracht. Die darin beschriebene Haltung der Treuhänderschaft ist in unserer Branche wichtiger denn je. Außerdem verbindet uns mit der Raumfabrik der Anspruch an perfekte Planung und handwerkliche Ausführung. Darin wollen wir zeigen, dass wir das Vertrauen unserer Kunden verdienen. Genau das wollen die Macher der Raumfabrik ebenfalls erreichen. Da ticken wir auf einer Wellenlänge.



*Bei der TON Objekteinrichtungen mbH handelt es sich um ein erfahrenes und professionell breit aufgestelltes Unternehmen in den Bereichen Umfeldgestaltung, Objekteinrichtung und Realisierung. Seit mehr als 20 Jahren planen und realisieren die Planer und Gestalter von der Speicherstadt in Münster-Coerde anspruchsvolle Raumkonzepte – für etablierte Unternehmen mit dem gleichen Engagement wie für StartUps. TON versteht sich als kreativer Impulsgeber und zuverlässige Sparringspartner für Bauherren und Architekten. In dem kleinen Buch „Die Grammatik des Einrichtens“ formuliert Ulrich Kröger sein Verständnis von der Arbeit als Objekteinrichter.*



Erfahren Sie mehr über die neue Business-Line der Raumfabrik auf den folgenden Seiten sowie im Internet unter [www.raumfabrik.de](http://www.raumfabrik.de)