

DAS DIGITAL-VEGETALE BÜRO

Kreativarbeiter brauchen kreative Arbeitsumgebungen – so könnte man den Ansatz beschreiben, den Mathieu Lehanneur für seine Innenraumgestaltungen wählt. In den vergangenen Jahren gestaltete er in Paris sowohl das experimentelle Arts- und Designcenter «Le Laboratoire» für den Schriftsteller und Chemiker David Edwards als auch das Kinderatelier im Centre Pompidou. Jetzt wagte sich der Designer in die schicke Banlieue von Paris und baute in Neuilly sur Seine die Büros der international arbeitenden Werbeagentur JWT zum Kreativcenter für Onlinekampagnen um. Dabei spielten die Farbe Grün und intelligente Pflanzen eine wichtige Rolle.

Text: Barbara Hallmann

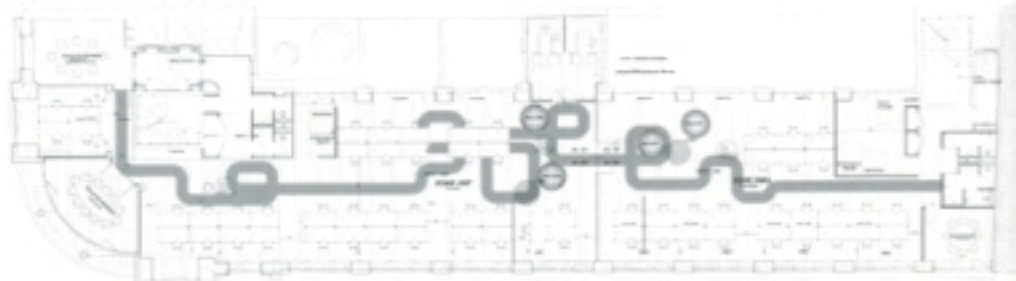
Fotos: Véronique Huygues



Neuilly sur Seine, westlich von Paris am Bois de Boulogne gelegen







3. Obergeschoss



Erdgeschoss



Die höhlenartigen Kreativzellen sind innen ganz in Weiss gehalten, von aussen wurden die Wände mit einem Rohmaterial aus Papier gestaltet



Das Bürogebäude an der Avenue Charles de Gaulle stammt aus den Neunzigerjahren und darf wohl als recht typischer Vertreter zeitgenössischer französischer Investorenarchitektur nach «Schema F» angesehen werden: etwas nordische Klarheit trifft auf eine grosse Portion klassizistische Verzierung, zum Beispiel mit Säulen oder Friesen.

Im Inneren haben die Dinge seit dem Mieterausbau für die international arbeitende Werbeagentur JWT allerdings ganz andere Formen angenommen. Der Innenarchitekt und Designer Mathieu Lehanneur konzipierte in Zusammenarbeit mit der Architektin Ana Moussinet auf 1000 Quadratmeter eine Spiellandschaft für kreatives Arbeiten.

Im Erdgeschoss betritt der Besucher die Büros durch eine Lobby, in der ein gestalterisches Kernelement bereits deutlich auffällt: ein schmaler grüner Rasenteppich leitet den Weg; allerdings läuft er nicht gerade, sondern verliert sich teils in Schlaufen – wohl als Anspielung an die Umwege, die das Denken manchmal nehmen muss, um zu wirklich kreativen Ergebnissen zu kommen. Dieser Rasenteppich ist die Leitlinie für alle Wege im Büro und zieht sich auch in der zweiten Büroetage im 2. Obergeschoss weiter.

Singende, klingende Pflanze

In der Lobby platzierte der Gestalter auch die «Akousmafflore», eine Installation des Künstlerkollektivs Scenocosme: Von der Decke hängt eine normale Zimmerpflanze. Berührt man ihre Blätter, gibt sie Töne von sich. Die Funktionsweise der Installation halten die Künstler geheim – wichtiger ist vielmehr die Bot-

schaft: Das digital-vegetale Kunstwerk soll als Beleg dafür dienen, dass jeder Mensch eine Art kosmische Energie ausstrahlt, die die Pflanzen aufnehmen und in Töne umwandeln. Dies wiederum kann im Alltag der Werbeagentur Inspiration und Motivation sein – oder einfach eines der spielerischen Elemente, die ein Büro braucht, wenn es die Kreativität fördern soll. Genau wie die grossen, aber dennoch leichten Bauklötze in der Lobby, die sich als Hocker oder eben als Spielzeug benutzen lassen.

Anarchie für Kreative

Von der Lobby gelangt man direkt in die Begegnungszone des Büros. Dort dient eine meteoritenartige Skulptur als Ablagefläche für Obst, Zeitungen oder einen Kaffeebecher – kurz, eine Sammelstelle für Fundstücke aller Art. Eine Glaswand trennt die Begegnungszone vom Besprechungsraum; hier finden Präsentationen oder formelle Teamsitzungen statt. Unmittelbar links davon liegen die Direktionsbüros. Den Schritt, kein Eckbüro im obersten Geschoss für die Vorgesetzten der Pariser Niederlassung zu reservieren, sondern sie mitten im Geschehen zu platzieren, bezeichnet Mathieu Lehanneur als eine wichtige symbolische Geste: So seien die drei Chefs wirklich Teil des Büroalltags und nur durch gepolsterte Schallschutztüren vom «wahren Leben» isoliert.

Als besondere Herausforderung darf man bei diesen Büros die grosse Tiefe betrachten: Von der Strassenfront bis zur grösstenteils nicht natürlich beleuchteten Rückseite sind 15 Meter zu überbrücken; in die hinterste Zone fällt kaum Tageslicht. Indirekte, unsichtbar inte-

Spielwiese in Grün-Weiss: Von der Decke hängt eine Pflanze aus der «Akousmafflore»-Serie. Wenn man ihre Blätter berührt, gibt sie Töne von sich.



n die Ergebnisse stimmen, sind die Mittel
Ohne Tischkicker geht es in einer Kreativ-
tur nicht. Und das ist gut so.

grierte Deckenleuchten sorgen nun in diesen
Bereichen für das passende Licht.

Die Wand des rund ausgeformten Bespre-
chungsraums im Erdgeschoss ist mit Recy-
clingpapier verkleidet – als Referenz an die
Absicht der auf Onlinewerbung spezialisier-
ten Pariser Niederlassung von JWT, zum völlig
papierlosen Büro zu werden. Durch die Struk-
tur der Oberfläche gewinnt die Besprechungs-
zone etwas Archaisches; eine Wirkung, die mit
dem ansonsten recht kühl gehaltenen Innen-
ren des Besprechungsraumes hervorragend



Der Architekt

Mathieu Lehanneur

Geboren 1974 in Rochefort. 2001 gründete er
seine eigene Agentur (www.mathieulehanneur.com). Sein Ziel war, intelligente Objekte
für den Haushalt zu schaffen, die auf die per-
sönlichen Bedürfnisse der Anwender reagie-
ren und Alltagsprobleme auf eine kreative
Weise lösen. Er trat hauptsächlich als Pro-
duktgestalter und Szenograf in Erscheinung;
erst seit einigen Jahren widmet er sich auch
der Innenarchitektur.

Projekte (Auswahl)

2010 Kinderatelier Centre Pompidou, FR-Paris
2008 Flakon-Kollektion für Paco Rabanne
2007 Luftreiniger «Bel Air»

architektur technik meint

Sicher, diese Büros unterscheiden sich im
Wesentlichen – der Gestaltung der Einzel-
arbeitsplätze – nicht vom allgemein Üblichen:
Es steht Schreibtisch an Schreibtisch. Viel-
leicht ist diese platzsparende, recht konven-
tionelle Anordnung auch finanziellen Zwängen
geschuldet; schliesslich ist es eine vergleichs-
weise preisgünstige Variante der Büroeinrich-
tung. Was an diesem Projekt beeindruckt,
sind die zusätzlichen Einbauten, die sich stark
an den Bedürfnissen der Nutzer orientieren
und gleichzeitig spielerische Elemente in die
Bürolandschaften integrieren. Jedes Büro
braucht Besprechungsräume, eine Lobby,
eine Cafeteria. Wenn diese Räume aber
gleichzeitig zum kreativen Umgang einladen,
dann haben freies Denken und Gedankenspa-
ziergänge im Büro einen Platz. Genau richtig
also für eine Werbeagentur – und für alle
anderen Unternehmen, in denen die Mitarbei-
ter täglich innovative Lösungen finden sollen.