Nå blir kontorene hjemmekoselige

Ordet hjemmekoselig har nærmest vært et fy-ord for profesjonelle innredere fram til nå. Men nå er tabustempelet borte, og hjemlig hygge er en voksende trend i kontormarkedet.

Av Bjørg Owren/ifi.no, ifi.no



– Ja, trenden med hjemlig-gjøring av kontorer vokser, og vi tar interiørspråket tilbake. Mange interiørarkitekter har vært redde for å bruke ord som hygge og kos, ord som ikke var helt «corporate», men det er i ferd med å snu, sier interiørarkitekt MNIL Trond Ramsøskar hos Ramsøskar Interiørarkitekter.

– Nå innreder vi gjerne kontorer intimt og koselig, med farger, gardiner, planter og til og med løse puter i en sofa, sier han.

Et skille viskes ut

For 10-15 år siden var dette utenkelig. Da var det et skarpt skille mellom privat-, hotell- og kontormarkedet. Årsaken til endringen er sammensatt; endring fra cellekontor til åpent landskap, ny teknologi og nye måter å jobbe på nevnes som drivere.

– Hjemmet har nok flyttet inn på kontoret også fordi vi jobber på andre tidspunkt og vil ha et mindre skille mellom de to verdenene, sier Kari Ihle, interiørarkitekt MNIL i Metropolis arkitektur & design.

– Til og med sosiale medier virker inn, for når vi har det fint på jobben, deler vi bilder på Instagram. Man

begynner å snakke om Instagram-vennlige kontorer, sier Ramsøskar.



NESTEN HJEMME: Trivsel for ansatte og besøkende er målet i den nye kontorstilen. Helheten er mer intim og koselig enn før, og er inspirert av både hjemmeinnredning og hotellstil.



MØTEPLASS: I de nye åpne kontorlandskapene skapes nye møteplasser. De hyggelige sonene kunne like gjerne vært en krok i stuen. Her fra Ramsøskar sine egne kontorer.

Rommet som ble tatt fra oss

Overgangen fra cellekontor til åpent landskap har ført til nye måter å jobbe på, og vi har fått behov for nye typer rom. I tillegg til soner med arbeidsstasjoner er det nå telefonrom, samhandlingsrom og ulike sosiale soner som skal kompensere for det som forsvant med cellekontorene.

– Vi mister noe når vi får beskjed om å ta med oss alle de personlige sakene våre hjem, og vi flyttes ut i åpent landskap uten vegger for bilde av kjæresten, barnetegninger eller andre personlige ting som gir følelsen av at dette er «min hule», sier Trond Ramsøskar.

Plassen der vi kan jobbe uforstyrret, diskutere med en kollega og oppleve at «dette er mitt» har blitt borte. Dette går ut over de ansattes trivsel. For når folk opplever store, åpne landskap som kalde og upersonlige, virker det negativt på både trivsel og effektivitet. Da får vi en motreaksjon.

– Vi vet fra mange undersøkelser også at når det blir for grått og sterilt rundt oss, presterer vi ikke lenger optimalt. Vi trenger tilgang til natur og farger for å trives, og da er et av virkemidlene å gjøre det fint og funksjonelt rundt oss, sier Nancy Sporsheim, daglig leder av Unilon interiørarkitekter.



HJEMMEKOSELIG: Farger, tekstiler og hjemlig hygge har ikke hørt hjemme på kontorer tidligere. Men nå skal hjemmekosen inn på kontorene.

Mer fokus på brukerne

Nå utformes rom og soner mer individuelt enn tidligere, og er basert på hvordan de ansatte jobber.

– Tidligere tenkte man at rommene skulle endres etter bruken, men i praksis skjer ikke det. Da er det bedre å ta et valg om hva rommet og sonene skal brukes til, og tilrettelegge for det, sier Kari Ihle.

Bedriftens merkevare

Interiørarkitektene peker på at lokalenes utforming også er en viktig del av bedriftens merkevarebygging, og at det også har virket til en oppmyking av uttrykkene.

– Fornøyde ansatte er en viktig del av merkevaren, og det å lage arealer som gjør at ansatte «føler seg som hjemme» er en del av denne strategien, sier Kari Ihle.

Sporsheim mener at for bedrifter med varme verdier er det særlig viktig at de gjenspeiles i interiøret.

– Det holder ikke å snakke om samhandling og åpenhet hvis det ikke legges til rette for det i lokalene. Hvis signalene lokalene sender ut ikke samsvarer med det bildet bedriften ønsker å formidle, oppstår inkongruens og du taper troverdighet, sier Sporsheim.



FRAMTIDENS KONTOR: Både i konkurransen om de beste hodene og i møte med kunder har det mye å si at lokalene samsvarer med bedriftens verdier og inntrykket man ønsker å skape. Her fra kontorene til Polyflor.

Et strategisk valg

Fine lokaler er også et middel i kampen om de rette folkene, og mange jobber bevisst med uttrykket for å gjøre seg attraktive. Det som i starten kunne se ut som en utvikling mot mer kos og hygge, handler i stedet om et mer bevisst forhold til sammenhengen mellom lokalenes utforming og driftens effektivitet og resultat.

– Det merker vi på organiseringen av prosjektene. Ansvaret er flyttet fra resepsjonssjef og HR-avdelinger til toppledelsen, og interiørarkitektene kommer tidligere inn i prosjektene som rådgivere, kommenterer Ramsøskar.

Hjemliggjøringen av kontorene fører til:

Flere og varmere fargerMer tekstiler, blant annet velur og ullFlere tepper, som skaper soner og demper lydTapet som luner og er blikkfangGrønne planter som gir naturfølelseSort interiør erstatter hvitt og bøkStoppede, mykere møblerMer bruk av mønsterFlere dekorelementer som lamper og diverse stylingprodukter