Hightech mit Wohngefühl : Innenarchitektur : die Räume von Swiss Call in Zürich

Autor(en): **Locher, Adalbert**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **14 (2001)**

Heft 6-7

PDF erstellt am: **06.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-121635

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Bilder: Naas & Bisig

Hightech mit Wohngefühl

Beinahe wie in einem Szene-Treff fühlt man sich in den neuen Räumen von Swiss Call in Zürich. Das kleine, aber schnell wachsende Call Center will es seinem Personal so angenehm wie möglich machen. Der Telefonjob bleibt dennoch hart.

Die Frauen und Männer an den grossen, hellblauen Tischen sind auffallend gut gekleidet, auffallend gut aussehend und auffallend jung. Sie tragen Sprechgarnituren und tippen, während sie sprechen, in eine Maske auf ihrem Bildschirm. In Gruppen zu siebt sitzen sie an den weich geformten, an Surfbretter erinnernden Inseln. Ein Team ist bei unserem Besuch gerade dabei, einer grossen Telefongesellschaft Kunden abzujagen, im Auftrag einer Neueinsteigerfirma. Eine Laufschrift auf einer Säule zeigt fortlaufend die Erfolgsquote. Zurzeit 17 Prozent. 17 von hundert zufällig Angerufenen wechseln ihre Gesellschaft aufgrund telefonischer Einladung. Das ist erstaunlich, denn die Tarifunterschiede sind ja nicht mehr so gross . Dass sich die aggressive Strategie der Auftraggeber aber auszahlt, zeigt der Erfolg dieses Call Centers. Erst vor drei Jahren gegründet, hat es schon 74 Mitarbeiter, davon die meisten auf Teilzeit. Nebst Telemarketing bietet die Firma auch telefonische Antwortdienste und Informationsdienste auf dem Internet, an sieben Tagen die Woche rund um die Uhr. Unter den Kunden sind viele Zeitungen, einige Versicherungsgesellschaften und querbeet Autohändler, Reiseveranstalter usw.

Oben: Die Leuchten sorgen für etwas wohnliche Stimmung

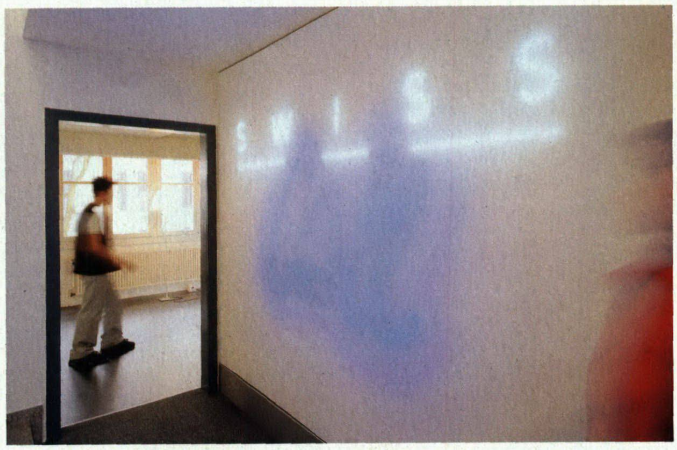
Durchlauf-Arbeitsplatz

Ziemlich locker hängen einzelne Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf ihren neuen Stühlen. Doch der Schein trügt. «Die meisten bleiben nur etwa drei Monate», räumt der kaum dreissigjährige Inhaber und Geschäftsführer Noël Boller ein. Für viele ist es ein Job neben dem Studium. Da die Fluktuation gross ist, hat Boller die Firma im schicken Seefeldquartier angesiedelt, trotz hoher Mieten. Hier sind Kinos und In-Bars in der Nähe, zum See und in die Altstadt sinds nur ein paar Schritte. Das ist für junge Leute attraktiver als die Dienstleistungsgettos am Stadtrand und ein wichtiges Plus zum bescheidenen Lohn. Auch die gepflegte Innenarchitektur wertet den Arbeitsplatz auf. Aber auch die Kunden erwarten mehr als blosse Funktionalität. Boller: «Immer wieder fragten mich Kunden vor dem Umbau, wann wir uns denn einrichten. Dabei hat alles funktioniert, wir selbst haben die früheren Räume nicht als Provisorium empfunden». Einrichtungen für Call Centers können ab Stange gekauft werden, aber Boller wollte mehr, nämlich attraktive Arbeitsplätze mit einem persönlicheren Ambiente, ohne Trennwände und Kabäuschen. Dass die Leute akustisch nicht voneinander abgeschottet sind und Blickkontakt haben, wirkt sich positiv auf Arbeitsklima und Leistung aus.

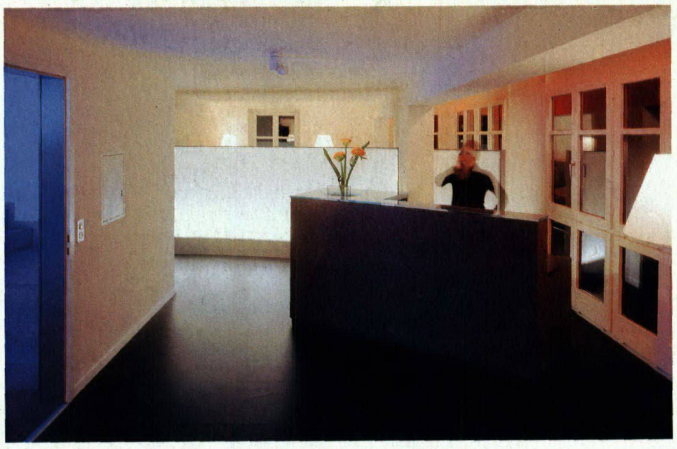
Hightech, Wohnlichkeit und Nostalgie

Das junge Büro für Design und Innenarchitektur ‹designrichtung› von Jérôme Gessaga und Christof Hindermann entwickelte die Insel-Arbeitsflächen selber. «Neue Wege beschreiten heisst für uns, bestehende Formen des Ausdrucks zu überdenken und sie in neue, zuweilen ungewöhnliche Zusammenhänge zu stellen», umreisst Christof Hindermann das Firmenkredo. Zusammen mit dem Bauherr versuchten

die beiden neu mit dem Thema Call Center umzugehen. Weg von monotonen Einzelplatzvarianten, hin zu einem teamorientierten Umfeld. Ausserdem muss ein Arbeitsplatz für mehrere, sich abwechselnde Personen verfügbar sein. Nichts an den Plätzen hat individuelle Züge. Nur dem Teamleiter, einer pro Insel, steht eine persönliche Ablage zu. Die andern erkennen das Terrain ihres Platzes an den Stossfugen der acht Elemente, aus denen der Tisch zusammengesetzt ist. Mit dem Licht brachten die beiden Innenarchitekten einen Hauch von Wohnlichkeit in die Hightech-Atmosphäre. Statt kühlen Strahlern beleuchten italienische Designleuchten mit orangem Schirm den Raum. In der Empfangszone ist eine Wand indirekt orange beleuchtet. Gessaga: «Das sind einerseits Bezüge zur Firmenfarbe Orange, schafft aber auch wohnliche Atmosphäre. Wir wollten weg von technoider, anonymer Büro-Atmosphäre.» Ein hinterleuchtetes Fotofries einer Berner Landschaft zieht sich über die Längswand des Hauptraumes. Ob das nostalgische Zeichen – zuerst wollte der Bauherr einen Alpaufzug – in der weiten Internetwelt etwas Heimat vermitteln soll? Wohl kaum. Für die junge Afrikanerin mit Zöpfchenfrisur, die daneben telefoniert, ist das Bild exotisch. Aber der Gegensatz ist reizvoll: hier Hightech, da sattes Wiesengrün. Hindermann: «Der Ausblick in die weite, virtuelle Landschaft ist eine Entsprechung zur weiten Internetwelt.» Nicht auf Anhieb merkt man, dass der 14 Meter langen Wand eine weisse Folie vorgespannt ist, um den Schall der 28 Sprecherinnen und Sprecher zu dämmen. Eine weisse, hinterleuchtete Folie mit dem blauen Logo verwenden die Innenarchitekten im Treppenhaus sowie im Entree bei einem weiss leuchtenden, geschwungenen Element, das sowohl trennt, aber auch die Richtung weist. Das Empfangspodest ist mit Filz überzogen, die eingelassene Vase enthält stets frischen Blumenschmuck. Für die Schrankmöbel haben die Architekten auf ein Industrieprodukt aus feuerverzinktem Blech zurückgegriffen, es aber mit einer hellbraunen, polierten MDF-Abdeckung aufgewertet. «Eine Anspielung auf den Firmennamen ‹Kommunikationsfabrik›», erklärt Gessaga. Und ausserdem eine preisgünstige Lösung. Mit 200 000 Franken war das Budget bescheiden. Dank guter Ideen ist der Ausbau schliesslich nicht teurer gekommen, als wenn man für die Arbeitsplätze ein Normsystem verwendet hätte. Die Innenarchitektur wirkt edel und gepflegt, aber nicht luxuriös – schick wie die Partygäste am Einweihungs-Apéro, die keine Brillanten brauchen, um etwas zu scheinen. **Adalbert Locher**



Eine hinterleuchtete Wand mit dem Logo empfängt die Besucher im Treppenhaus



Nochmals die das Thema hinterleuchtete Wand: Sie weist den Weg in die hinteren Räume. Die Empfangstheke ist mit Filz überzogen

Landschaftsfries und Surfbrett-Tisch: schöne Arbeitsplätze für harte Telefonjobs

Swiss Call Kommunikationsfabrik, Zürich

Die Innenarchitekten
Jérôme Gessaga und Christof Hindermann vom Büro ‹designrichtung› sind in den Bereichen Grafik, Produktdesign, Ausstellungsgestaltung und Innenarchitektur tätig. Die beiden haben die Höhere Schule für Gestaltung in Basel absolviert.
Designrichtung GmbH
Gessaga und Hindermann
Zollikerstrasse 128
8008 Zürich
www.designrichtung.ch
Der Bauherr
Noël Boller
Swiss Call Kommunikationsfabrik
Florastrasse 58
8008 Zürich
www.swisscall.ch