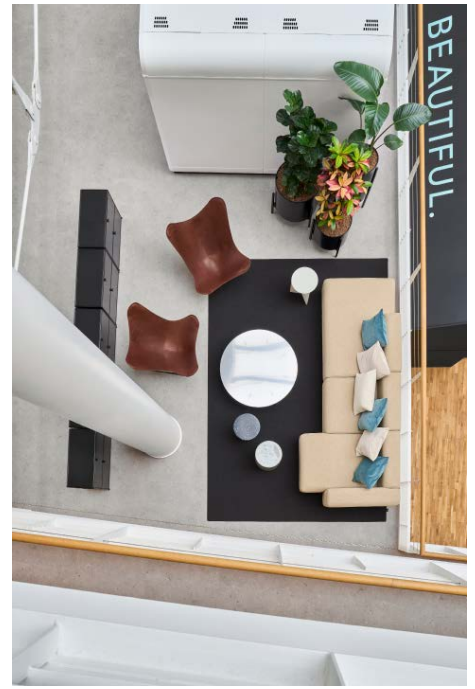




WELCOME TO BEAUTIFUL

Fotos: Vorname Nachname

Die Hauptzentrale eines Parfümerieunternehmens setzt auf New Work in Flingern-Nord

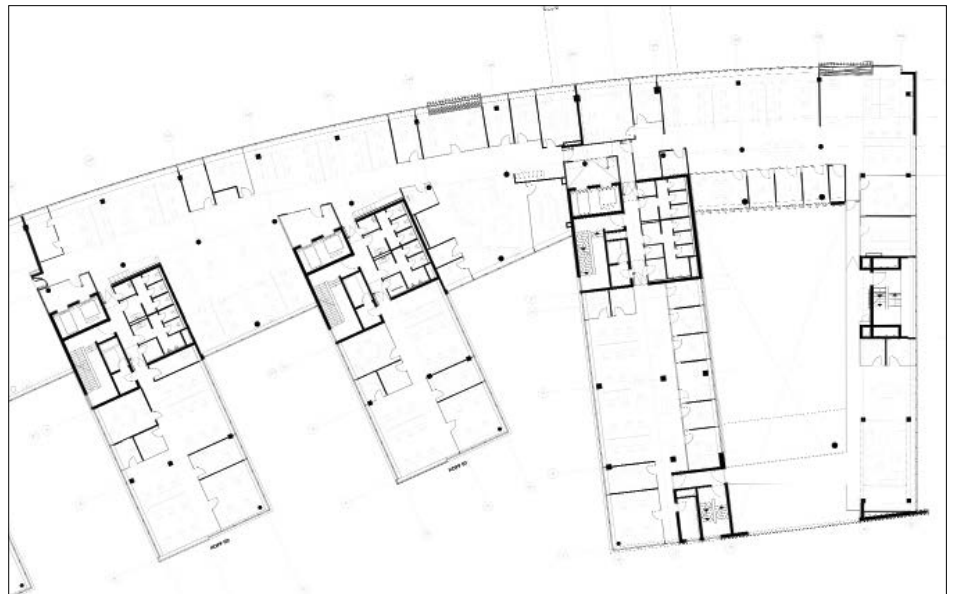
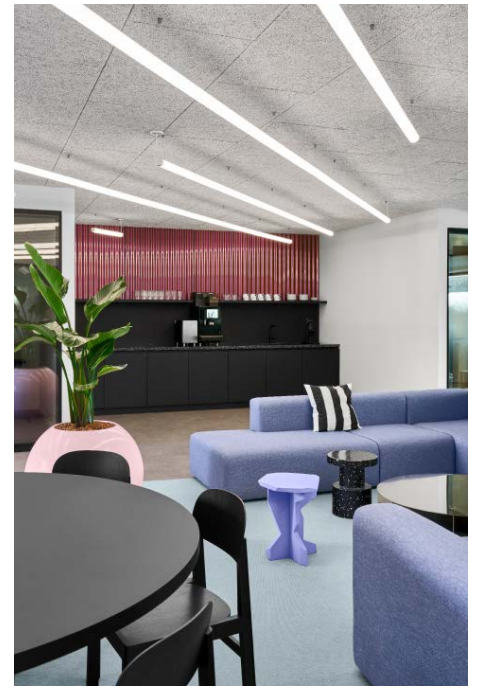
Das klassische Büro ist heute kein bloßer Ort der Pflichterfüllung mehr. Es kann tatsächlich das Herzstück der Unternehmenskultur sein – wie das Beispiel der deutschen Hauptzentrale der Parfümerie Douglas deutlich zeigt. Das Planungs- und Beratungsstudio loop_creating places stellt im Düsseldorfer Stadtteil Flingern-Nord eindrücklich unter Beweis, dass der physische Raum in einer hybriden Welt wichtiger ist denn je. Als räumlicher Anker stiftet die Arbeitswelt hier Identität und bildet den Rahmen für den sozialen Austausch.

Die letzten Jahre waren für die Büroarchitektur disruptiv. Hybrides Arbeiten, digitale Tools und neue Kommunikationswege haben die Anforderungen grundlegend verändert. Das neue Konzept für Douglas in einem Bürogebäude an der Louise-Rainer-Straße reagiert direkt auf diesen Wandel programmatisch. Während das "Mobile Office" Flexibilität bietet, braucht ein Unternehmen gleichzeitig Orte der Begegnung, um erfolgreich zu bleiben. Arbeiten, Entwickeln und Lernen sind hochgradig soziale Prozesse. Das neue Headquarter bietet genau dafür den



Rahmen: Es ist ein Ort, der die Marke Douglas räumlich erlebbar macht und eine Atmosphäre schafft, in der Zusammenarbeit von Heute und Morgen funktioniert. Ein Umfeld in dem Austausch stattfinden kann und die Kultur gestärkt wird. Das neue Arbeitsweltenkonzept

wird innenarchitektonisch als Freiheit, Selbstständigkeit und Sinnhaftigkeit übersetzt. Die Gestaltung folgt dem Leitsatz, dass der Arbeitsort dem Menschen dient und nicht umgekehrt. Die Flächen sind keine starren Raster und Strukturen mehr. Stattdessen gibt es eine hohe Varianz von

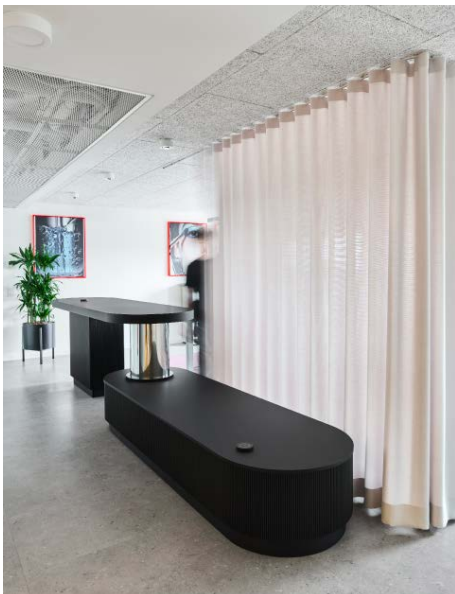
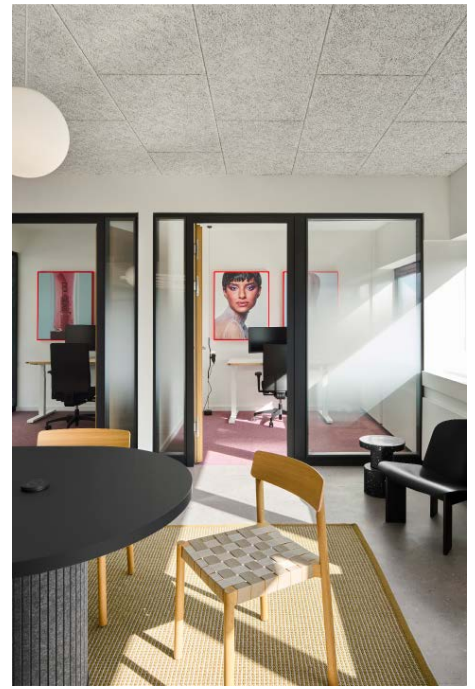
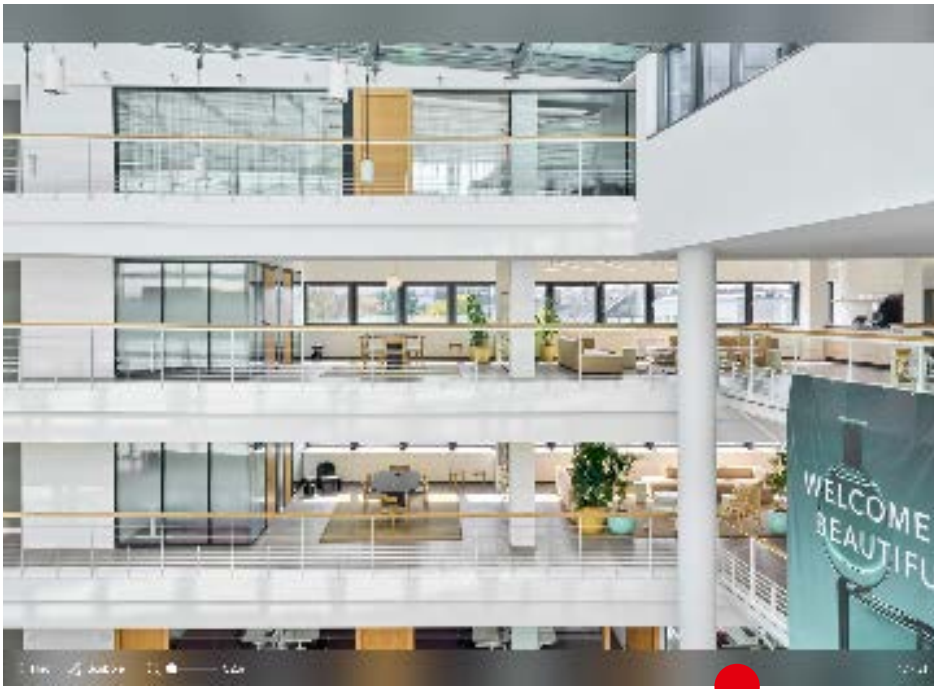


ergonomischen Einzelarbeitsplätzen und Rückzugsräumen für fokussiertes Arbeiten bis hin zu speziellen Modulen für Meetings, Austausch und Workshop-Formate. Die Mitarbeiter entscheiden eigenverantwortlich, welche Umgebung ihre aktuelle Aufgabe am besten unterstützt. Diese Flexibilität bricht alte Strukturen auf und fördert die Kreativität.

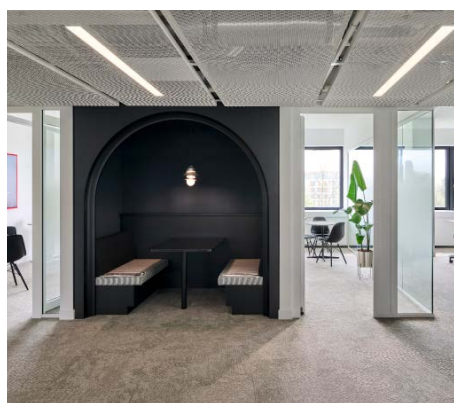
Die Innenarchitektur der Flächen macht die Marke Douglas haptisch und visuell erlebbar. Das repräsentative Entree setzt mit markantem



Branding und edlen, dunklen Oberflächen ein deutliches Statement. Der Einsatz von Materialien und Oberflächen in den typischen Douglas CI-Tönen schlagen dabei direkt die Brücke zur Marke Douglas. Eine Öffnung der Raumstrukturen erhöht die Aufenthaltsqualität: Durch bewusst platzierte Trennungen werden Zonen gebildet und das Raumgefühl variiert innerhalb der Etagen und Nutzungen. Auf den komplexen Baukörper und die unterschiedlichen Bundtiefen des Gebäudes wird mit individuellen Raumlösungen und Ausstattungskonzepten reagiert,



die eine effiziente Flächennutzung schaffen. Orte der Begegnung wurden im gesamten Gebäude an zentralen Orten positioniert: Kuratierte Designmöbel und großzügige Lounge Bereiche laden zum informellen Austausch ein. Die Begegnungszonen wurden bewusst in verschiedenen Farbwelten gestaltet, welche die vielfältigen Produktwelten der Marke Douglas im Raum erlebbar machen. Die Umgestaltung der Arbeitswelt ist eine strategische Entscheidung: In einem Dienstleistungsunternehmen ist der Wissenstransfer der größte Wert. Die neue Architektur ist da-



her ein Werkzeug, um Talente zu begeistern, die Mitarbeiterbindung zu stärken und die Unternehmenskultur lebendig zu halten. Damit wird die Douglas Hauptzentrale zu einem Ort, der Zusammenarbeit zelebriert und die Identität der Marke spürbar macht.
(Beteiligte Gewerke/ Hersteller siehe. S. xyz)

www.loop-places.com