

T

25

N



25 Jahre TON: Ära und Vision einzigartiger Töne, die sich in ganzheitlich durchdachten Räumen für Bürowelten widerspiegeln.

25

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

gemeinsam mit Ihnen möchten wir unser 25-jähriges Jubiläum feiern! Und weil unser Vierteljahrhundert viele spannende Geschichten und Geschehnisse bereithält, muss nicht nur des guten TON wegen ein solches Jubiläumsmagazin wie dieses hier erscheinen. Lassen Sie uns gemeinsam einen Blick zurückwerfen, auf unsere Visionen, Meilensteine und Projekte.

Vor allem aber möchten wir gemeinsam mit Ihnen nach vorne schauen:

Wo geht unsere gemeinsame Reise in der Raumgestaltung der Office-Welt hin? Wussten Sie zum Beispiel, dass auf Platz 1 der Faktoren für eine leistungsstarke Arbeitsumgebung nicht etwa eine eindeutige Hierarchie steht, sondern es laut Umfragen am wichtigsten ist, dass wir in einem einladend wirkenden Umfeld arbeiten? Spannend war es auch, dazu mit Raphael Gielgen, dem Trendforscher bei Vitra, zu

sprechen. Er drückt sich deutlich aus und sagt, die Businessstransformation ist nicht verhandelbar – aber lesen Sie selbst das ganze Interview auf Seite 36. Eines ist gewiss: Das digitale Zeitalter hat die Art und Weise, wie wir arbeiten, bereits grundlegend verändert und tut das weiter. Das Büro wird zwar weiterhin ein sehr wichtiger Bestandteil der Arbeitswelt bleiben, aber es konzipiert sich anders. Denn unsere Ansprüche an den Arbeitsplatz und wie wir miteinander agieren, haben sich gewandelt. So müssen sich etablierte Unternehmenskulturen, die sich jahrzehntelang bewährt haben, im Sinne neuer Ansätze weiterentwickeln. Das Maß an Veränderungsfähigkeit, das von jedem Einzelnen von uns verlangt wird, kann manchmal im ersten Augenblick geradezu überfordern. Werfen Sie deshalb auf den folgenden Seiten gern einen Blick hinter die TON-Kulissen. Erfahren Sie, wie wir mit einer solchen Situation umgehen – wie wir gemeinsam mit Ihnen Lösungen für individuelle Raumkonzepte kreieren und Büros von morgen entstehen lassen. In diesem Sinne: Tauchen Sie ein in unsere fünf Magazin-Räume Marktplatz, Think Tank, Teambüro, Lounges sowie Meeting und Kollaboration – wir wünschen Ihnen viel Freude in der Welt von TON.

Christian Wolf und Philipp Krüger
Geschäftsführung

* Aufgrund der vereinfachten Lesbarkeit wird im Folgenden das generische Maskulinum verwendet. Es werden aber ausdrücklich alle Geschlechter angesprochen und integriert.

UNTERWEGS IN RÄUMEN

06

MARKTPLATZ

Im Interview: die TON-Geschäftsführung über TON
und eine neue Kultur in Unternehmen
25 Jahre TON: die größten Meilensteine
Bürowelten im Wandel der Zeit

08
10
12

16

THINK TANK

Wissenswertes über TON: Zahlen, Daten,
Fakten und Wertegedanken

17



20 TEAMBÜRO

Live bei TON: eine Reportage über den
Arbeitsalltag bei TON

21

24 LOUNGES

Beispielhafte Kooperationen und
Projektarbeiten von TON mit Partnern

24

32 MEETING UND KOLLABORATION

Wie wir (gern) arbeiten (würden): News und Statistiken

35

Das neue Office, oder die Gestaltung künftiger Arbeitswelten

38

Ein visueller Zukunftsblick: TON in der Arbeitswelt von morgen

40

Marktplatz mit Work Café



Auf dem Marktplatz ...

... trafen sich alle. Hier wollte oder musste jeder hin. Hier gab es die Lebensmittel. Hier hat man erfahren, was gerade los ist. Hier lief man garantiert jemandem über den Weg – und Austausch war damals so wichtig wie heute.

Das Grundkonzept des Marktplatzes lässt sich eins zu eins auf die Arbeitsumgebung übertragen: Wir brauchen eine offene, große, aber überschaubare Fläche, zentral, zwischen unseren täglichen Stationen liegend. Diese Fläche sollte die attraktivste im Gebäude sein, mit dem besten Kaffee. Hier ist man gerne, hier trifft man jeden, hier lernt man sich kennen, hier passiert das, was wir über den strukturierten Austausch und die Meetingblocks nicht mehr hinbekommen: schneller, relevanter und informeller Austausch, zufällige Begegnungen und Erkenntnisse sowie ein größeres, gemeinsames Wir-Gefühl. Aber auch Nischen für kurze Zweiergespräche oder das Schreiben von Mails am Laptop findet man hier.



„VISIONEN BRAUCHEN ZIELE“

25 Jahre TON – und ein Markt im Wandel! Für uns der Zeitpunkt, einen Blick zurück zu werfen und vor allem nach vorne: Was hat sich getan? Wo geht die Reise hin? Ein Diskurs, der einen Einblick in unsere Gedanken und Vorhaben gibt.



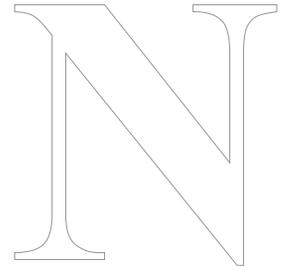
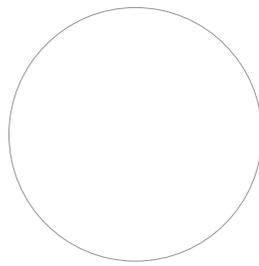
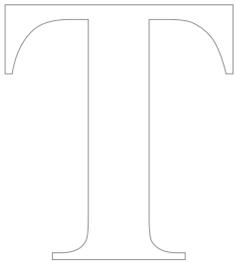
Ulrich Krüger



Christian Wolf



Philipp Krüger



Was war die Vision bei der TON-Gründung und ist sie Realität geworden?

Ulrich Krüger (UK): Damals galt der Grundsatz: Ohne Ausstellungsflächen kann man im Objektgeschäft nicht überleben. Im Gegensatz dazu war für mich von Anfang an ein in jeder Beziehung gut funktionierendes TON-Studio entscheidend wichtig, in dem wir selber arbeiten. Mir ging es immer darum, am eigenen Beispiel den Kunden ‚abzuholen‘ und mit ihm und seinen Mitarbeitern seine ganz individuelle Einrichtungslösung zu erarbeiten. Seit 25 Jahren ‚leben‘ wir diese Realität!

Wie wichtig ist es, als Unternehmer Visionen zu haben?

UK: Ohne Visionen hat man keine Ziele und ohne Ziele lässt sich auch kein Unternehmen entwickeln. Visionen und damit Ziele entwickeln sich in unserer Branche im Austausch mit Kunden, Architekten, Herstellern, Zukunftsforschern und Hochschullehrern ständig weiter. Hier neugierig zu sein, im Gespräch zu bleiben und Freude an der Kommunikation mit Menschen zu haben, das ist der Stoff, aus dem Visionen entstehen.

Christian Wolf (CW): Das Schöne ist, dass unsere Arbeit für sich motiviert: Zu erfahren, dass das, was wir für unsere Kunden ‚gestalten‘, einen wichtigen Beitrag zu deren Erfolg leistet, ist einfach genial.

Philipp Krüger (PK): Wir verstehen uns als ein nachhaltig wertvoller Partner für den Kunden, den wir ertüchtigen, konstruktive Impulse zu setzen, um so seine Potenziale zu entfalten. Man darf sich einfach nie ausruhen, sondern muss neugierig und lernwillig bleiben und nichts für selbstverständlich nehmen. Wie heißt es so schön: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.

Was waren unsere größten Meilensteine in der Unternehmensentwicklung?

UK: Direkt mit der Gründung wurden wir von den anspruchsvollsten Architekten und Bauherren Westfalens gefordert. Wir hinterließen unsere TONSpuren in Berlin und Ostdeutschland, in Hamburg und München und erweiterten unsere Geschäfte bis nach Rotterdam, Luxemburg und Taiwan. Und der für mich mit Abstand größte Meilenstein: der Eintritt meines Sohnes Philipp im Februar 2020.

CW: Für mich ist unsere Entwicklung eine kleine Weltreise: Von der vorwiegend flächenoptimierten, ergonomischen, funktionalen und belegorientierten Arbeit im Büro hin zu einer ortsungebundenen, hochtechnisierten, flexiblen, agilen Arbeitswelt mit hoher Gestaltungsqualität.

Unsere TON-Kultur: Was hat sich getan, was ist geblieben?

UK: Bei uns stand und steht immer nur der Mensch im Mittelpunkt. Darum wird sich auch in Zukunft alles drehen.

CW: Unverändert ist auch, dass jeder Kunde seine Geschichte, seine Ziele, seine Ideen hat und wir darauf mit unserer ganzen Kraft gemeinsam seine spezifische Lösung finden. Geändert hat sich, neben dem erheblichen technischen Fortschritt in der IT, vor allem die hohe Mitarbeiterorientierung.

PK: Richtig, denn die Bedürfnisse haben sich geändert. Nicht mehr ausschließlich Sicherheit, Status und Geld spielen die ausschlaggebende Rolle, sondern insbesondere auch Selbstverwirklichung und -entfaltung und Sinnhaftigkeit. Deshalb ist es wichtig, dass sich unsere Führungskultur transformiert.

Die Unternehmens- und Führungskultur 4.0, ein super spannendes Thema.

Was beschäftigt uns und wie ist TON hier aufgestellt?

PK: Neben digitaler Infrastruktur sind hier Mitbestimmung, flache Hierarchien mit kurzen Wegen, Freiheit, Unterstützung in der eigenen Entfaltung, Mobilität, Wohlbefinden, Vereinbarkeit von Beruf und Privatem und Professionalisierung die Keywords.

CW: Es gilt, es bestmöglich umzusetzen, Mitarbeitern echte Verantwortung zu übertragen und damit ein hohes Maß an Aktivierung und Selbstbestimmtheit zu fördern.

PK: Wichtig dabei ist, dass wir uns mit der Geschwindigkeit des steten Wandels und dem, was wir beim Kunden propagieren, synchronisieren. Frei denken zu dürfen und dies sogar einzufordern, um sich über den eigenen Horizont hinaus entwickeln zu können, ist eine Entwicklung, die zugleich einen absoluten Gewinn für den Einzelnen und den Erfolg einer Unternehmung darstellt.

Ist TON dann ein echter Trendsetter?

UK: Schon zu meiner aktiven TON-Zeit drehte sich immer alles um den Menschen. Und immer wenn man nah am Menschen ist, ist man vorne. Wenn wir unserem Anspruch nach bester Qualität in der Kommunikation, nach bester Qualität im Produkt und nach bester Qualität in der Materialität folgen, zeigen wir automatisch Trends mit auf.

PK: Wir müssen am Nabel der Zeit sein, experimentieren und hinterfragen, um dann effektiv und konstruktiv anleiten zu können – nur so können wir abschließend den Bedürfnissen bestmöglich gerecht werden.

CW: Deshalb ist es so wichtig, dass wir eher zwei Schritte voran und einen zurückgehen, als andersherum.

Was steht im Zentrum der innovativen (künftigen) TON-Arbeit?

CW: Die Einrichtung und das Arbeitsumfeld werden immer komplexer und unterstützender und das Produkt als solches wird immer mehr effizientes Mittel mit übergeordnetem Zweck. Dadurch wird die Planungs- und Beratungskompetenz umfangreicher und noch wichtiger.

PK: Der Schlüssel liegt aber nicht nur in der Prozessberatung, sondern ebenso in der Kulturwandelbegleitung und wie die jeweilige Firma und vor allem der einzelne Mitarbeiter effizienter und zufriedener arbeiten kann. Im Kontext des physischen Umfeldes und in enger Zusammenarbeit mit Architekten werden wir Unternehmen darin beraten, erfolgreicher und resilienter zu werden.

T

1996

Eva und Ulrich Krüger gründen die TON Gesellschaft für Objekteinrichtungen mbH.

Der erste Firmensitz: am Krögerweg in Münster, bei befreundeten Unternehmern der Krügers.



**„Zeit ist
das Bild der
Ewigkeit
in Bewegung.“**

Platon



1998

TON bezieht seine ersten eigenen vier Wände – im alten Hafenspeicher. Und wird auch ansonsten flügge: Mit der Sparkasse Neuruppin wird das erste Großprojekt realisiert und „TONI“, das erste Montagefahrzeug, ist im Einsatz unterwegs.

2006

Happy Birthday! Wir ziehen vom Hafen in die Speicherstadt und haben unser neues Büro im Speicher 6. Gefeierte wird im heutigen TON Studio, welches damals noch im Rohbau war.

2009

TON setzt auf Nachwuchs! Als verantwortungsbewusstes Unternehmen mit Blick für die Zukunft startet TON damit, die Fachkräfte von morgen selbst auszubilden. Ein erfolgreicher Schritt, der sich u. a. darin widerspiegelt, dass die erste Azubine 2019 die 20-jährige Firmenzugehörigkeit feierte und bereits mehrere Auszubildende für herausragende Leistungen auf regionaler und Landesebene ausgezeichnet wurden.



2019

Im Zuge von Digitalisierung und steigender Mobilität möchte TON maximal flexibel sein – und richtet sich technisch umfangreich darauf ein.

2012

Neue Wege brauchen neue Räume: TON zieht in den Speicher 5 um. Eine neue Wirkungsstätte, in der TON seine Visionen rund um NewWork kreisen lässt. 2015 ist es dann soweit: TON startet mit Nutzerworkshops und unterstützt Firmen beim Change Management. Erstes Projekt in dieser Form realisiert TON mit der Grafschafter Volksbank.

2020

Generationenwechsel und 20-jähriges Firmenjubiläum von Christian Wolf. Philipp Krüger wird Geschäftsführer und zum Jahreswechsel auch Gesellschafter und TON setzt ein kleineres Change Management bei der eigenen Aufstellung um: Die zweite Führungsebene wird über Teamleader in sämtlichen Bereichen gestärkt.

2000

TON stellt sich breiter auf! Christian Wolf steigt als Geschäftsführer ein und wird später Gesellschafter, Martin Wolke und Eva Krüger nehmen die Position der Prokuristen ein, Nikola Rosenbaum bildet die neu erschlossene Planungsabteilung und die frisch gegründete Inhouse-Logistik übernimmt Thorsten Heitmann.



2016

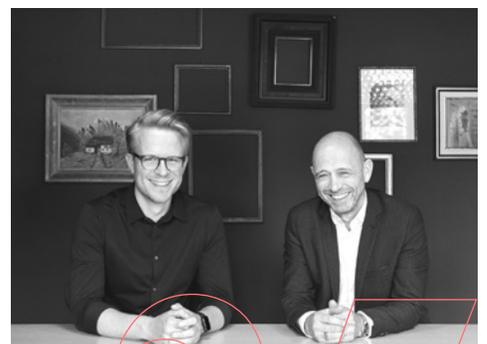
20 Jahre TON – TON, durch das viel Herzblut fließt. Symbolisch dazu: „TON mit Herzblut“ als Schriftzug bei der TON-Geburtstagsparty. Christian Wolf wird paritätischer Gesellschafter. Ein Jahr später bezieht TON als große Logistikdrehscheibe eine neue Immobilie an der Wienburgstraße.

2018

Dass TON gewachsen ist, u. a. an viel Wissen und Erfahrung, wird auch dadurch merklich, dass mit Eva Krüger (2019) und Elisabeth Elksnat die ersten Mitarbeiterinnen nach rund 25 bzw. 20 Jahren in den Ruhestand gehen.

2021

Neues weiteres Standbein: die Wandelberatung! Mit TON feiert Martin Wolke sein 25. Firmenjubiläum.



25



BÜRO

IM WANDEL DER ZEIT

Das Chefbüro hat genauso ausgedient wie das Großraumbüro

Die Arbeitsstruktur im Büro verändert sich stetig. Das betrifft nicht nur die Digitalisierung und den Ausbau von Netzwerken, sondern auch die Innenarchitektur der Büroräume. Einen Souterrain-Raum mit einsamem Schreibtisch und schummrigem Deckenlicht findet man in der modernen Arbeitswelt nicht mehr. Heute setzen die Unternehmen auf helle, flexible Arbeitsplätze und eine gemütliche Atmosphäre, die Wohlbefinden fördert.

Einzelbüros als Statussymbole sind out

Vor einigen Jahrzehnten war die gesamte Bürofläche in eine Reihe von Einzelbüros aufgeteilt. Nicht selten konnte man anhand der Bürogröße den Status des Mitarbeiters erkennen: Der Vorstandsvorsitzende verfügte über ein großzügig geschnittenes, lichtdurchflutetes Zimmer, nicht selten mit großer Fensterfront und einem atemberaubenden Ausblick, einem riesigen Schreibtisch, einer gemütlichen Sitzecke und voll ausgestatteter Bar. Die Sekretärin hingegen zwängte sich in ein beengtes Vorzimmer.

Hierarchisch aufgestellte Unternehmensstrukturen sind heute aufgebrochen. Damit haben sich auch die Anforderungen an die Büros gewandelt. Einzelbüros machten zunächst Platz für Großraumbüros, die die Interaktion zwischen den Mitarbeitern ankurbeln sollten.

Einige Studien fanden jedoch schnell heraus, dass die Gesprächsdauer unter den Kollegen in einem Großraumbüro entgegen der vorherigen Prognosen nicht zu-, sondern abnahm. Die fehlende Privatsphäre schürte offensichtlich die Hemmungen, ein ungezwungenes Gespräch miteinander zu führen. Das gab den Anstoß für einen weiteren Wandel: ineinanderfließende Raumkonzepte ziehen in die Bürowelt ein.

Lounges für unterschiedlichste Arbeits Situationen

Für eine lockere Atmosphäre während der Mini-Konferenzen sorgen ab jetzt gemütliche Business Lounges mit weichen Sofas, niedrigen Tischen oder auch Tresen mit Barhockern. Hierhin können sich Kollegen für ein konzentriertes Gespräch zurückziehen. Daneben bieten die Lounges die Möglichkeit, den Laptop unter den Arm zu klemmen, sich eine Pause von dem quirligen Treiben im Teambüro zu gönnen und ungestört zu arbeiten. Dieses Office Design brachte eine neue Dynamik ins Zeitalter des flexiblen Arbeitsplatzes („flexible office“). Erweitert wird diese Flexibilität durch die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten.

WELTEN

Homeoffice: flexibel arbeiten von zu Hause für eine bessere Vereinbarkeit individueller Bedürfnisse

Nachdem Ende des 20. Jahrhunderts der Fokus vielfach auf einem arbeitsintensiven Leben lag und Überstunden toleriert wurden, setzen seit Anfang des zweiten Jahrtausends viele Angestellte oder Selbstständige auf eine ausgewogenere Work-Life-Balance. Die Digitalisierung schwemmt eine Reihe von Möglichkeiten in die Arbeitswelt. Eine davon ist die Option, von zu Hause aus zu arbeiten und über digitale Kanäle Verbindung zu Kollegen zu halten oder auf Arbeitsmaterialien zuzugreifen.

Das Arbeiten von zu Hause ergänzend zum Arbeitsalltag im Büro – im sogenannten „Homeoffice“ – spart nicht nur den Arbeitsweg, sondern ermöglicht auch eine flexiblere Zeiteinteilung. Zwischen der Vorbereitung der Präsentation kann das Kind von der Kita abgeholt oder frisches Gemüse vom Markt eingekauft werden. Die privat genutzte Zeit wird dann im Laufe des Tages nachgearbeitet. Diese Freiheit, Privat- und Berufsleben aufeinander abzustimmen, steigert die Zufriedenheit und die Lebensqualität der Mitarbeiter – eine gute Voraussetzung, um Fachkräfte langfristig an das Unternehmen zu binden.



Coworking-Spaces für eine maximale Flexibilität

Mit dem Beginn der Startup-Kultur brach die Zeit der Coworking-Spaces an. Coworking-Spaces bieten einen flexiblen Arbeitsplatz für Selbstständige oder auch kleine Startup-Unternehmen. Diese können sich einen Arbeitsplatz in größeren Büros mieten und hier neben anderen Freelancern ihre Projekte vorantreiben. Dadurch bilden die Coworker eine zeitlich befristete Gemeinschaft. Der Vorteil: In Coworking-Spaces treffen Menschen verschiedenster Branchen aufeinander.

Der Austausch miteinander fördert die Kreativität und schafft eine unverbindliche Arbeitsatmosphäre. Besonders beliebt sind diese Arten des Arbeitens in Städten mit vielen Startups wie München, Berlin oder Frankfurt.

Heutzutage dient ein Büro weniger als fester Standort für Schreibtisch und Arbeitsunterlagen, sondern viel mehr als Treffpunkt, der Raum für einen regen Austausch in inspirierender Atmosphäre schafft. Die Büros werden aufwendig gestaltet und begrünt, Erholungsräume, Sportmöglichkeiten und Kommunikationshotspots eingerichtet sowie für ideale Beleuchtung gesorgt. Denn: Nur Mitarbeiter, die sich an ihrem Arbeitsort wohlfühlen, erbringen dauerhaft eine gute Leistung.

USM bietet allen Pflanzenliebhabern und solchen, die es werden wollen, ein ebenso elegantes wie einfaches System zur Begrünung des Büros – aber auch des Zuhause oder des öffentlichen Raums.



TON-PARTNER SEIT 25 JAHREN: USM

Mit dem Eintritt von Paul Schärer Junior, Enkel des Gründers, durchläuft USM eine Neuausrichtung hin zu einem modernen Industrieunternehmen.

Beginn der Serienproduktion und Verkauf des USM Möbelbausystems Haller. Erste internationale Großaufträge.

1885

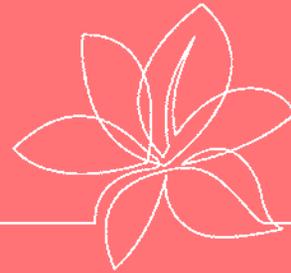
Gründung einer Eisenwarenhandlung und Schlosserei in Münsingen bei Bern (CH) durch Ulrich Schärer – die Geburtsstunde des Unternehmens.

1961

1963

In Zusammenarbeit mit dem Architekten Fritz Haller entsteht im Rahmen eines gemeinsamen Projektes das flexible USM Möbelbausystem Haller.

1969



NEUESTE ENTWICKLUNGEN:

Pflanzenwelten für USM Haller



TON und USM verbindet eine langjährige, erfolgreiche Partnerschaft. Gemeinsam haben wir verschiedenste Projekte erarbeitet, innovative Lösungen entwickelt und unterschiedlichste Trends der Möbelbranche erlebt.

Eine prägnante Entwicklung der letzten Jahre ist das Biophilic Design. Dahinter steht das Konzept, Natur in Innenräume und Städte zu bringen – es soll eine natürliche und naturnahe Umgebung um uns herum schaffen. Auch in Bürolandschaften und öffentlich genutzten Räumen erlangt Begrünung einen immer höheren Stellenwert. Hier setzen die neuen Pflanzenwelten für USM Haller an. Sie schaffen durch ihr leicht zu integrierendes Design im Handumdrehen atemberaubende, grüne Landschaften – für Pflanzenliebhaber und alle, die es noch werden wollen.

Begrünte Räume sind ideale Orte für Begegnungen, zum Wohnen oder zum Arbeiten. Heutzutage verbringen Menschen täglich 80 bis 90 % ihrer Zeit in Innenräumen. Pflanzen in Räumen haben einen erheblichen Einfluss auf unser Wohlbefinden, so können sie beispielsweise dabei helfen, Stress zu reduzieren und gleichzeitig unsere Leistungsfähigkeit bei der Arbeit zu steigern.

In Open Offices oder Coworking Spaces schützen USM Haller Möbel mit integrierten Pflanzen die Sicht zwischen Arbeitsplätzen oder helfen bei einer natürlichen Gliederung großer Räumlichkeiten. Im Restaurant schaffen sie gemütliche Ecken oder separate Bereiche, im Museumsshop stehen sie auflockernd neben Postkarten- und Accessoires-Auslagen oder bereiten Krankenhausbesuchern im Eingangsbereich einen aufmunternden Empfang.

Wie immer bei den USM Möbelbausystemen, lassen sich die neuen Accessoires auch in bereits bestehenden Möbelkonfigurationen integrieren. Schon seit jeher nachhaltig – jetzt auch mit grüner Komponente: Die Schweizer Firma steht zu ihren Werten im verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt.

TON wird mit Unternehmensgründung
Fachhändler für USM – Beginn einer
erfolgreichen Zusammenarbeit.

1993

Eintritt der vierten Generation
in die Familien-AG durch den Sohn
Alexander Schärer.

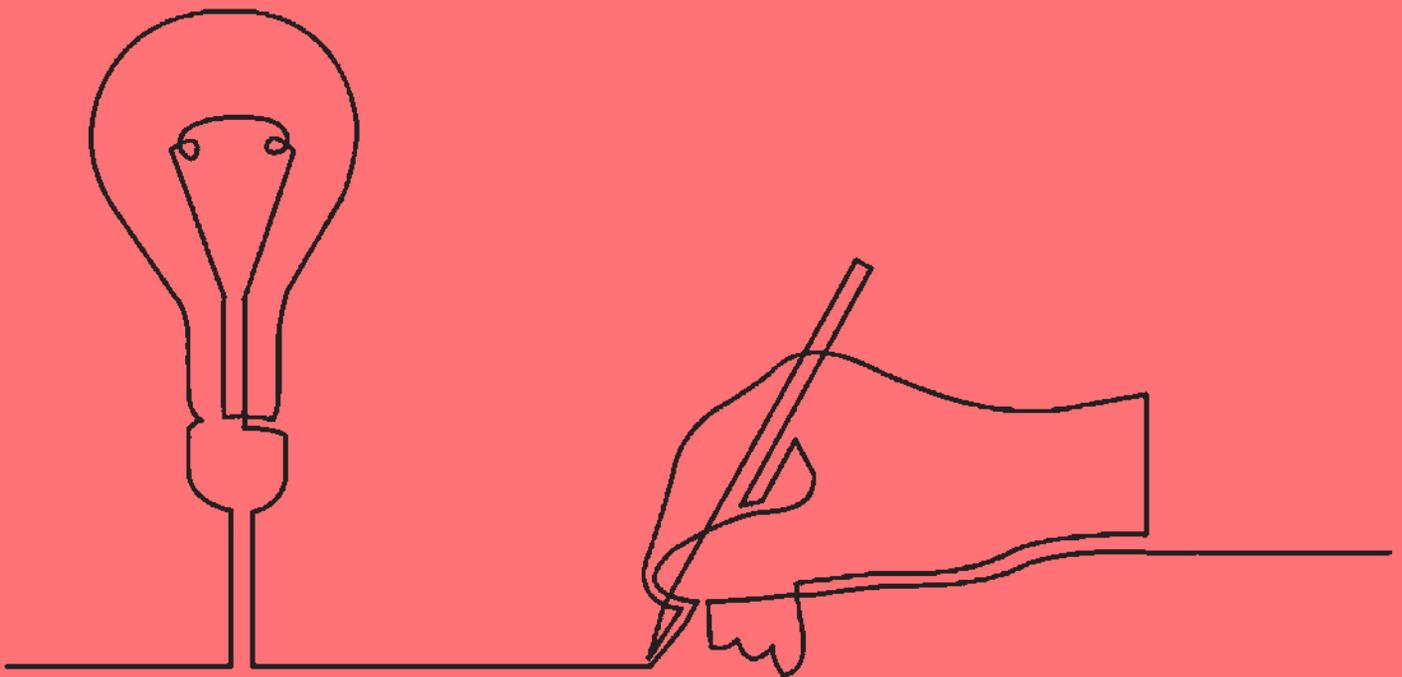
1996

Anfang 2000er

Gemeinsame Projekte gab es viele. Ganz im Sinne der
damaligen Ästhetik blicken wir heute beispielhaft auf das
Projekt Backer Tilly AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
(ehem. Rölfs) in Düsseldorf zurück.

25

THINK TANK

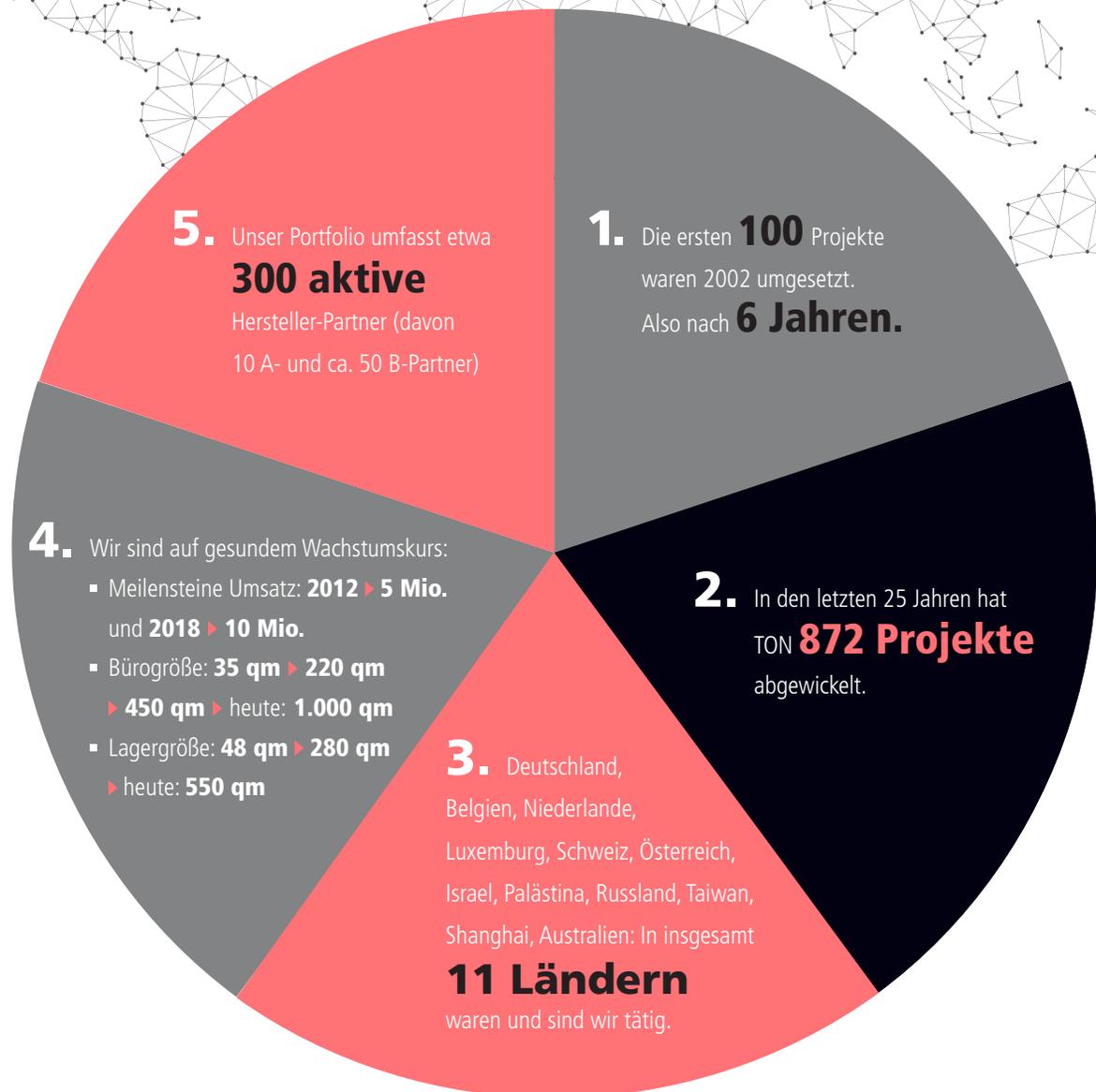


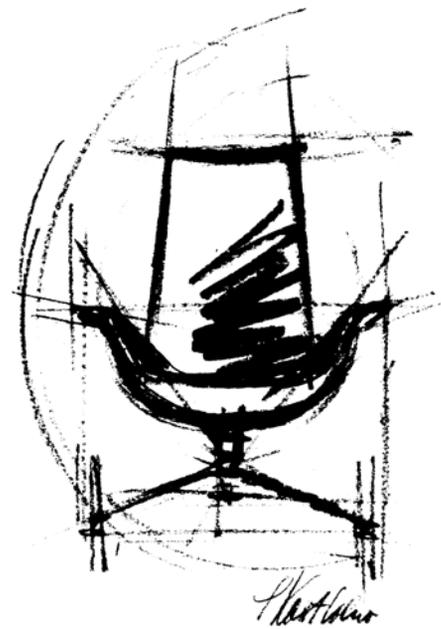
Pssst ...

Der Think Tank, ein Raum für konzentriertes Arbeiten. Hierhin zieht man sich für Aufgaben wie kreative Einzelarbeit, Durchlesen von Dokumenten oder Vorbereiten von Präsentationsunterlagen zurück.

WISSENSWERTES ÜBER TON

5 ZAHLEN DATEN FAKTEN





Gemeinsam mit Partnern wie Walter Knoll schaffen wir Lebensräume, die durch Ästhetik bestechen und durch Funktionalität überzeugen, die ergonomisch perfekt sind und die Sinne beleben, die einen auf lange Sicht mit zeitlos schönem Design und solider Qualität erfreuen.

T

wie Treuhänder,

O

wie Objekteinrichter,

N

wie Neuschöpfer

Treu | hã n | der – weil jeder Kunde uns sein besonderes Vertrauen schenkt. Er baut darauf, dass wir in gewissenhafter Erfüllung unseres treuhänderischen Auftrags die bestmögliche Lösung für sein Objekt und die darin tätigen Menschen erarbeiten. Indem wir einrichten, nehmen wir unmittelbar Einfluss auf ihr Wohlbefinden, ihre Leistungsfähigkeit und Motivation. Deshalb ist unser Ziel deckungsgleich mit dem unseres Auftraggebers: Wir wollen das Optimum erreichen in persönlicher Identifikation mit der uns gestellten Aufgabe. Gelungene Einrichtungskonzepte werden in Respekt vor den künftigen Nutzern, ihren Wünschen und Bedürfnissen entwickelt. Sie sind zukunftsorientiert, dabei durchaus traditionsverbunden, aber nicht vergangenheitshörig. Treuhänder zu sein, bedeutet auch Vordenker zu sein – kreativ, innovativ und dennoch mit den Werten der Vergangenheit verbunden.

Ob | jekt | ein | rich | ter – weil wir mit Einrichtungen Ordnung und Orientierung und eine Beziehung zwischen Mensch und Materie schaffen. Schon bevor man einen Raum betritt, nehmen unsere Sinne ihn wahr und so ist der erste Eindruck nicht selten von ausschlaggebender Bedeutung: Im positiven Fall ist er Auslöser von spontanem Behagen und Sympathie. Unser Trachten nach hochwertigen, langlebigen und funktional durchdachten Ausstattungselementen dient letztendlich der Wirtschaftlichkeit und Produktivität des Unternehmens unseres jeweiligen Kunden. Gleiches gilt für unser Streben nach harmonischem Einklang zwischen Mensch und Raum: Er schafft innere Balance und damit die Basis für konstruktives, ertragreiches Arbeiten.

Neu | schöp | fer – weil es unsere Aufgabe ist, die Einrichtung für eine Alltagswelt zu gestalten, die von modernsten Technologien geprägt ist, immer komplexer und anforderungsreicher wird, die rasches und flexibles Handeln erfordert, aber gerade deshalb auch Gelegenheit bieten muss zur inneren Einkehr und Konzentration. All das macht die Umfeldgestaltung zu einer spannenden Herausforderung. Wir wollen das Beste, deshalb arbeiten wir mit den Besten und wählen unsere Partner mit Sorgfalt aus. Sie sind – wie wir – innovativ und treten durch eine stete Suche nach neuen, kreativen Lösungen aus dem Kreis der Mitanbieter hervor. Strategische Allianzen und Kooperationsbündnisse sorgen dafür, dass wir unsere Einrichtungskonzepte auch nach Jahren mühelos veränderten Bedarfssituationen neu anpassen können.



DIE GESCHICHTE EINER MÖBELMARKE, geprägt vom Verständnis für Werte

Mit Walter Knoll verbinden wir von TON eine langjährige Business-Freundschaft, die geprägt ist von einer sehr ähnlichen Herangehensweise Räume auszustatten. Im Wesentlichen geht es beiden Unternehmen darum, für menschliches Wohlbefinden zu sorgen – und zwar langfristig. Mit Markus Benz, der seit 1997 das Unternehmen Walter Knoll führt, sprachen wir in diesem Kontext über Möbel-Ikonen und Wertewandel, und inwieweit der bei Walter Knoll stattfinden musste – oder eben nicht?

„Wir verstehen uns als ‚Möbelmarke der Moderne‘. Als diese dreht sich heute vieles um das Thema Nachhaltigkeit“, entgegnet Markus Benz auf die Frage, was für ihn die Marke und Produktwelt Walter Knoll ausmacht. Um greifen zu können, was jedoch der Claim genau impliziert, hilft ein Blick zurück: Von Beginn an steht bei Walter Knoll höchste Qualität, meisterhaft verarbeitet, im Fokus des Handelns. So wurde bereits der weit gereiste Lederfachmann Wilhelm Knoll, der Urvater der Knoll-Dynastie, der sein ‚Leder-Geschäft‘ 1865 in Stuttgart gründet, vom Württembergischen Herrscherhaus zum königlichen Hoflieferanten ernannt. Seine ‚internationale Denke‘ galt als modern und Knoll Leder schon damals als ein

Markenzeichen. Als dann 1907 aus der Ledermöbel- eine Ledersitzmöbelfabrik wurde, bewies das Unternehmen in den Folgejahren viel Mut zur Handwerkskunst mit modernen Polstermöbeln. Sie spiegelten den jeweiligen Zeitgeist wider, berührten die Sinne, waren aber niemals überzogen verkünstelt, sondern geradlinig gestaltet und natürlich sehr hochwertig verarbeitet. Das revolutionäre Agieren erlangte 20 Jahre später tragende Bekanntheit: Im Rahmen der Werkbundausstellung „Die Wohnung“ auf dem Stuttgarter Weißenhof unter der Leitung von Ludwig Mies van der Rohe durfte Walter Knoll insgesamt neun Wohnungen ausstatten. Die Weißenhofsiedlung setzte weltweit Maßstäbe für modernes Bauen und Wohnen – und das Walter-Knoll-Mobiliar stand mittendrin. Das bedeutete den endgültigen Durchbruch als international anerkannte Marke der Moderne. Seit der Nachkriegszeit designt Walter Knoll bis heute immer wieder Klassiker mit Gültigkeit, die sich auch morgen noch als wertvoll erweisen.

„Diese Chronik, die Erfolge, die Klassiker – das alles verpflichtet mich geradezu, mit dem Marken- und Produktverständnis, mit dem Walter Knoll aufgebaut wurde, fortzufahren. Bedeutet explizit: An den

Werten der Moderne, die Möbel eine nachhaltige Gültigkeit verleihen, anzuknüpfen. Was aber sind die heutigen Werte der Gesellschaft? Ein zündender Moment, der mir ein stückweit die Antwort darauf gab, war, als wir uns im Jahr 2000 – nachdem immer alles größer und schneller wurde – damit beschäftigten, wie es in dem neuen Millennium weitergehen soll. Eines war klar, einfach nur konsumieren, das wird nicht mehr lange funktionieren. Wir müssen nachhaltiger werden. Der Mensch heutzutage hat das Bedürfnis nach einer neuen Natürlichkeit. Hier müssen unsere Kollektionen ihren Beitrag leisten.“

Heute setzt man sich bei Walter Knoll bereits seit Längerem mit ressourcenschonenden, natürlichen Materialien und nachhaltigen Herstellungsprozessen auseinander. „Wir produzieren mittlerweile klimaneutral und schreiben mit unserem natürlich belassenen Leder Elen Erfolgsgeschichte. Alles mussten wir jedoch im neuen Zeitalter nicht anders aufstellen – im Gegenteil: Unserem Design hat ein nachhaltiger Gedanke immer schon innewohnt. Schließlich kommen wir aus der Moderne, in welcher der Minimalismus quasi mit erfunden wurde. Unsere Produkte eint deshalb schon ewig ein minimaler

Materialeinsatz bei gleichzeitig hoher Funktionalität und besonderer Ästhetik – eine Reduktion auf das Wesentliche, gut erkenn- und spürbar unter anderem bei unserer Fabricius- oder Oki-Serie“, erklärt Benz.

Walter Knoll bedient damit traditionell entscheidende Gegebenheiten fürs menschliche Wohlbefinden. Denn der Mensch hat seit jeher nicht nur ein Gespür für zeitlose Gültigkeit, sondern auch dafür, ob der eingesetzte Aufwand im Verhältnis zum erstrebten Zweck sinnvoll ist. Viele Möbel-Ikonen, so auch die von Walter Knoll, begegnen diesen Gefühlen geradezu empathisch, egal ob damals oder heute. Denn sie strahlen Klarheit und Kraft aus, sie schaffen eine Aura des Besonderen. Und halten ein Leben lang. Die Werte, die man damit jedoch unmittelbar verbindet und in den Fokus stellt, haben sich geändert. Bei zeitlosem Minimalismus geht es heute insbesondere um das Thema „Nachhaltigkeit im ökologischen Sinne“ – hier liegt das Werteempfinden unserer heutigen Gesellschaft und das von Walter Knoll, der Möbelmarke der Moderne.

In der Team-Zone wird die alltägliche Arbeit vollbracht. Interne Abläufe verbessern sich deutlich, wenn jede Abteilung ihr individuelles Arbeitsumfeld bekommt. Die Konzentrationsfähigkeit sowie die Mitarbeiterzufriedenheit steigen mit einem starken Zugehörigkeitsgefühl im Team.

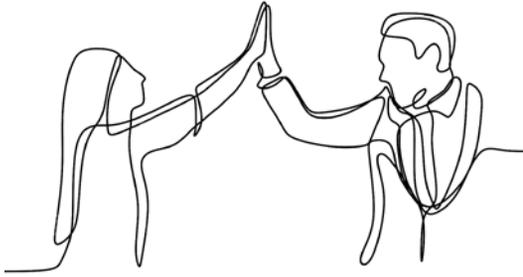


TEAMBÜRO

Ein Blick in den TON-Alltag, der dann doch alles andere als Alltag ist.

Die Gestaltung von Arbeitsumfeldern ist ein anspruchsvolles, ein sensibles Feld. Immer wieder neu, immer wieder anders. Wir werden dabei als einfühlsame Erweiterer zeitgemäßer Gewerbe- und Unternehmensarchitektur engagiert. Mit Sachkompetenz, Erfahrung und im Dialog mit unseren Kunden wie auch Architekten entwickeln wir Einrichtungskonzepte – im Spannungsfeld von Funktionalität, Effizienz, Komfort, Ästhetik und Nachhaltigkeit. Wir lassen Sie hier einen Blick hinter die Kulissen unseres Arbeitsalltags werfen.





TON ist für das
TON-Team ...

... ein ganz wichtiger Teil
meines Lebens(-werks)
... Gestaltungsspielraum

... ein passendes, kreatives Arbeitsumfeld
in dem nicht der einzelne, sondern
das Team als Ganzes im Vordergrund
steht. Das leben wir und unsere Kunden
spüren das.

... Kultur ... Herzblut
... Team-
geist

... Familie, weil wir zusammen einfach unschlagbar sind

... immer wieder Neudenken

7 Uhr in der Früh, die ersten Kolleg:innen
füllt sich jetzt das TON-Studio nach und nach. Eine tes
Die braucht es, um unseren Kunden ein zuverlässiger Partne
zu schaffen. Unsere eigenen TON-Räumlichkeiten dienen dabei te
unserer Branche ausprobieren und evaluieren. **Das, was sich bew**
uns bewusst: Jeder Kunde, der uns die Einrichtung seines B
darauf, dass wir in gewissenhafter Erfüllung unseres treuhänd
realisieren. Egal ob Traditionsunternehmen oder Start-ups, ob Bauherren oder A
tektonisch neu aus- und einrichtet. Reine Teamleistung ist dabei gefragt. Nur wenn
erfolgreich gestalten. Wir verstehen uns als perfekte Mannschaft, die auf dem Spielfel
League zu sein. Unsere Kernkompetenzen liegen dabei in der Wandelberatung zur Unte
diese Weise lassen wir das zu Anfang möglicherweise verschwommene Bild von einem R

Die Konzeptphase Ein Raum nimmt unmittelbar Einfluss auf unser Wo
Wandelberater und Umfeldgestalter sehr ernst. Aus Respekt vor den Nutzern, ih
Architekten ganzheitliche Einrichtungskonzepte. Zu den essenziellen Bausteinen gehören neben
analyse, der Innenraumplanung sowie die Planungsbegleitung. Die Analyse von Arbeitsweisen,
Ermittlung und Auswertung von Basisdaten wie Unternehmensgröße und -struktur, Wachstums
Und über Befragungen, Interviews und Workshops mit den Mitarbeitenden gelangen wir an zu
besser spüren. Die Ergebnisse der Wandelberatung und Umfeldanalyse fließen dann in ein erste

Die Innenraumplanung Viel Wissen, viel Erfahrung und viele Schritte sind nötig, dam
muss deshalb sehr ganzheitlich ausgerichtet sein: **Sie umfasst bei TON Leistungen wie da**
und Farben, 3D-Visualisierungen, Grundriss-Möblierung und vieles mehr. Au
von unseren Kunden in Kooperation mit unseren Architekten und Innenarch
der Lage, bereits in einer sehr frühen Planungsphase detaillierte Ansichten von der künftige
scheidungen für die anstehenden Investitionen zu vereinfachen. Immer wieder erleben wir,
mit ihrem Vorhaben bereits in einer sehr frühen Phase fördern.

Die Umsetzung Von der Analyse über die Planung und Konzeption bis hin zur
vielen TON-Händen. Unsere Passion, die dabei nie verloren geht, ist die für gutes De
für die neusten Designrends und für zukunftsweisende Material- und Produkte
Einrichtungen immer als solche, die Ordnung und Orientierung
sorgen. Denn betreten wir Räume, so nehmen wir sie mit un
und stimmt uns auf etwas Freudiges ein: auf ein niveauvo
Gastlichkeit etc. Hier setzen wir mit unseren Partnern an. Im
bietern realisieren wir nicht nur gestalterische Visionen, son
ertragreichen Arbeitens und zu Botschaftern von Unte
Möglichkeiten verstehen wir uns als Navigator,
Sinn für Stil, Harmonie, Qualität und F
aufs Neue moderne, individ

nen haben sich bereits eingefunden – bis 9 Uhr
ste Bürozeit gibt es nicht, jedoch eine Kernarbeitszeit.
er zu sein und um als Team agieren zu können und Neues
eilweise als eine Art Labor, indem wir Lösungen und Designtrends
fährt, fließt jeweils in passende Aufträge mit ein. Wir sind
avorhabens überlässt, schenkt uns sein Vertrauen. Er baut
erischen Auftrags die bestmögliche Lösung für seinen Bedarf
Architekten – wir sind der richtige Treuhänder, der ein Büro, ein Objekt, innenarchi-
wir unterschiedliche Kompetenzen zusammenbringen, können wir nachhaltig und
d der zukunftsweisenden Büro- und Objekteinrichtung den Anspruch hat, Champions
nehmenskultur, der Umfeldanalyse, Projektkonzeptionierung und der Realisierung. Auf
raum am Ende zu einem sehr konkreten werden.

helfen, unsere Leistungsfähigkeit und Motivation. Das nehmen wir als
ren Wünschen und Bedürfnissen entwickeln wir daher partnerschaftlich mit Bauherren und
en der Begleitung des Kulturwandels unserer Kunden die Umfeldgestaltung mit einer Umfeld-
-umfeldern und Unternehmensbereichen steht dabei am Anfang. Zur Ist-Aufnahme gehört die
prognosen, Leitbilder und Visionen. Wertvolle Eindrücke sammeln wir zudem bei Begehungen.
sätzliches Insider-Wissen. Über dieses Vorgehen können wir die jeweilige Unternehmung noch
s Innenraumkonzept ein.

it am Ende eine Planung vorliegt, auf deren Realisierung sich alle freuen. Eine Innenraumplanung
als Produkt Scouting, die Empfehlung von Ausstattungselementen, Materialien
ch die Planung von Licht, Raumakustik und Präsentationstechniken werden
itekten als Aufgaben an uns herangetragen. Durch 3D-Visualisierungen sind wir in
en Objekteinrichtung anzubieten – eine wichtige Basis, um Abstimmungsprozesse und Ent-
wie wir mit diesem Vorgehen bei der Innenraumplanung die Identifikation der Mitarbeiter

Realisierung und Montage bekommen unsere Kunden alles aus einer Hand bzw. aus
esign. Wir lieben langlebige Design-Klassiker, interessieren uns aber besonders auch
entwicklungen. **Wenn wir unsere Konzepte realisieren, so sehen wir**
schaffen und für eine Beziehung zwischen Mensch und Materie
nsen Sinnen wahr. Im besten Falle löst das Sympathie aus
lles Gespräch, eine ertragreiche Diskussion, aufmerksame
n gemeinsamen Zusammenspiel mit Architekten und Produktan-
dern lassen Räume zu produktiven Orten des konstruktiven,
ernehmenskulturen werden. In einer Welt der tausend
der die einzig richtige Lösung mit ausgefeiltem
unktionalität aufspürt – und jedes Mal
uelle Arbeitswelten schafft.



... Weiterentwicklung

... interessante Kunden,
spannende Projekte

... wie moderner Fünfkampf –
abwechslungsreich und innovativ

... bereits zum zweiten Mal
die beste Wahl

... definitiv
nicht langweilig

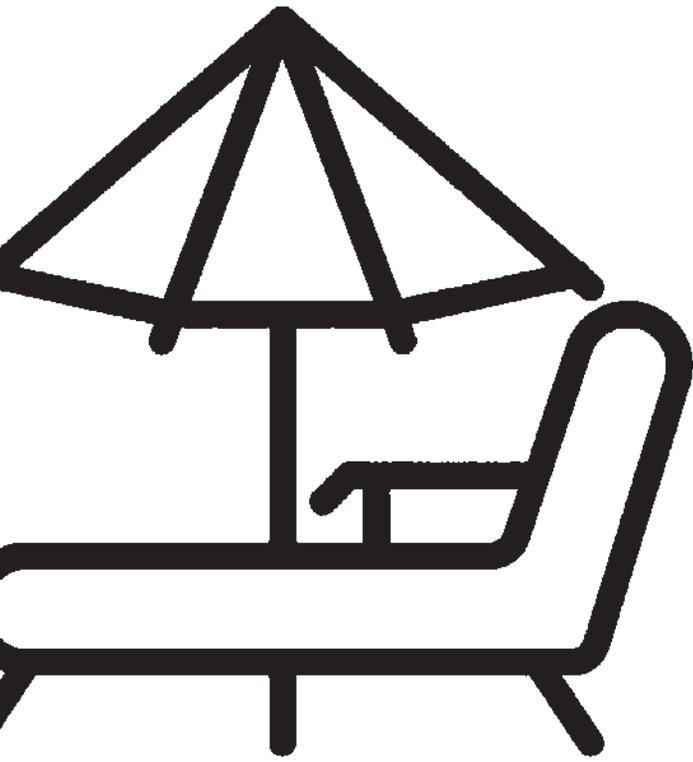
... Zukunft

... die Chance,
meine Leidenschaft
zum Beruf zu machen

... immer für eine Überraschung gut

Gemütliche eingerichtete
Lounges ...

... laden kleinere Gruppen zum entspannten, lockeren Austausch ein. Sie sind auf der Bürofläche so integriert, dass sie zwar frei zugänglich und nach allen Seiten hin offen gestaltet sind, aber das Agieren in der Lounge selbst die anderen nicht bei ihrer Arbeit tangiert.



wernerworks
Stauraum mit Atmosphäre

Wir gratulieren unserem
Handelspartner TON zum
Jubiläum und bedanken uns
für die langjährige, gute
Zusammenarbeit.

Gemeinsam neu und beispielhaft denken

Vom ICH zum WIR ist in der heutigen Zeit wichtiger denn je. Auf die Fachkompetenzen anderer zurückzugreifen, sich auszutauschen und Partnerschaften zu bilden, das bringt einem als Person, aber ebenso als Unternehmen nicht selten einen weitaus nachhaltigeren Fortschritt als der Alleingang. Hier ein paar Beispiele für gemeinsame Projekte und wie wir gemeinsam mit unseren Partnern im Daily Business den Kooperationsgedanken verstehen und leben.



NEW HOSPITALITY

Neue Perspektiven auf skandinavisches Design



Tourismusziele mit alternativem Designansatz werden immer beliebter. Individualität und Identität im Objekt spielen ebenso eine Rolle wie ansprechendes und hochwertiges Design. Die Anforderungen sind auch für Muuto wichtig. Das umfassende Produktportfolio kann vielseitig in die moderne, nachhaltige Welt der New Hospitality integriert werden.



Der Name Muuto leitet sich von muutos ab, was auf Finnisch „neue Perspektive“ bedeutet. Muuto ist in der skandinavischen Designtradition verwurzelt, die sich durch dauerhafte Ästhetik, Funktionalität, Handwerkskunst und einen ehrlichen Ausdruck auszeichnet. Indem Muuto dieses Erbe mit zukunftsweisenden Materialien, Techniken und kühnem kreativen Denken erweitert, werden neue Perspektiven auf das skandinavische Design eröffnet.



Muuto möchte Designs schaffen, die Räume intuitiv stimmig wirken lassen. Sei es durch den einladenden Komfort eines Sofas, das stimmungsvolle Licht einer Tischlampe oder die subtile Textur eines Kleiderhakens, sodass wir uns überall zu Hause und inspiriert fühlen können. Ausgehend von der Überzeugung, dass sich Design auf das Wohlbefinden und die Zufriedenheit der Menschen auswirken kann, hat Muuto das Ziel, mit seinen Produkten an jedem beliebigen Ort auf dieser Welt ein Gefühl von Zuhause vermitteln zu können. So interpretiert Muuto auch New Hospitality – mit einem Gefühl von Zuhause.

So ist im Rahmen der langjährigen Zusammenarbeit von Muuto und TON das ganzheitliche Einrichtungskonzept der Sauerland Lodge entstanden. Die Kombination aus alpiner Bauweise und skandinavischer Klarheit erfüllt die neuen Ansprüche der New Hospitality an Design, Qualität und Funktion.

www.muuto.com | www.sauerlandlodge.de

MUUTO

brunner ::



Rolf Brunner
Gründer und
Geschäftsführer

VERLÄSSLICHKEIT UND LANGELEBIGKEIT, JUGEND UND INNOVATION

Wie gemeinsame Werte zwei Unternehmen zueinander gebracht haben.

„Ich weiß noch genau, wie es angefangen hat. Damals auf der Orgatec, als Brunner den neuen Stuhl von Matteo Thun vorgestellt hat und wir plötzlich eine gemeinsame Designsprache gesprochen haben. Ab da war ich Brunner-Fan“, erinnert Christian Wolf, wenn er nach dem Startpunkt der Zusammenarbeit mit Brunner gefragt wird. Es bleibt nicht bei der gemeinsamen Designsprache. Im Laufe gemeinsamer intensiver Projektarbeiten wird deutlich, dass auch und vor allem das Verständnis von Werten Brunner und TON verbindet.

1977 von Helena und Rolf Brunner gegründet, wird das Familienunternehmen heute in zweiter Generation von Dr. Marc Brunner und Philip Brunner geführt. Brunner entwickelt, fertigt und vermarktet hochwertige Stühle, Tische und Objektmöbel für Büro- und Verwaltungsgebäude, öffentliche Räume sowie Einrichtungen für Pflege und Gesundheit. Die Möbelmanufaktur zeichnet sich durch außerordentliches Qualitätsbewusstsein „Made in Germany“,

hohe Gestaltungskompetenz und Kooperationen mit international bekannten Möbeldesignern aus. Dabei stehen immer die individuellen Kundenbedürfnisse im Vordergrund und nicht selten wird aus besonderen Herausforderungen ein neues Meisterstück.

Brunner versteht sich als Innovationstreiber: „Möbel sollen Grenzen verschieben und neu definieren. Sie sollen die Lebensqualität verbessern“, so Gründer Rolf Brunner. Dabei zeichnet Brunner sich neben der Qualität insbesondere durch die hohe Verlässlichkeit sowie den exzellenten Service aus. „Bei uns hört die Qualität nicht mit der Lieferung auf. Wir sorgen dafür, dass unsere Kunden langfristig etwas von ihren Möbeln haben und sind immer zur Stelle, wenn man uns braucht.“ Die Kombination aus traditionellen Werten der Verlässlichkeit und Langlebigkeit mit zukunftsorientierten Visionen der Jugend und Innovation sind es, die die Zusammenarbeit von Brunner und TON prägen. Als Partner, mit Leidenschaft, für die beste Lösung.

www.brunner-group.com

ICONS OF THONET



PROJEKT COWORKING SPACE CO:VIRON

Ein flexibler, unabhängiger Arbeitsplatz, an dem Freiberufler, Außendienstler, Selbstständige, Start-ups sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kleiner und mittelständischer Unternehmen in kreativer Atmosphäre ihrer Arbeit nachgehen können: Genau dies bietet der Coworking Space co:viron. Die zukunftsorientierte New-Work-Location ist von unserem Partner TON eingerichtet worden. Mit hohem Designanspruch wurden die vielen verwendeten Thonet-Produkte ausgesprochen gut in das Konzept eingefügt. Wir freuen uns mit TON über das realisierte Projekt und gratulieren zum Firmenjubiläum!



© Ernsting's family, © Wini, © Kaibel Foto Design

NAH, MENSCHLICH, BODENSTÄNDIG, ABER INNOVATIV – DAS IST DIE FIRMA TON

WINI Büromöbel über die Zusammenarbeit mit TON – ein Referenzbericht am Projekt-Beispiel „Ernsting's family GmbH & Co. KG in Coesfeld“.

Unsere langjährige Partnerschaft mit TON ist geprägt von Vertrauen und hoher Lösungskompetenz. Schnelle und unkomplizierte Kommunikation zwischen allen Akteuren sowie die Präsenz vor Ort fördern die Zufriedenheit unserer gemeinsamen Kunden. Dieses Feedback bekamen wir zum Beispiel auch von Ernsting's family GmbH & Co. KG aus Coesfeld-Lette. Ein Projekt mit der zusätzlichen Herausforderung, dass die Einbringung und Installation der 400 Arbeitsplätze im laufenden Betrieb erfolgte.

Das Innere der 8.000 qm großen Firmenzentrale wurde nach Plänen des Coesfelder Architekturbüros BOCK NEUHAUS PARTNER neu strukturiert und eingerichtet. Es entstand eine freundlich-helle Arbeitswelt in dezenter Farbgebung mit vorwiegend 2er- und 4er-Benches auf großzügigen Open-Space-Flächen, Teambüros, wenigen Einzelbüros, diversen Konferenz- und Besprechungsräumen, einer zentralen Cafeteria sowie einem „Kreativ-Raum“. Motorisch verstellbare Steh-Sitz-Arbeitsplätze sorgen in den neu gestalteten Büroräumen für hohen ergonomischen Komfort. Zugunsten einer effizienten Flächennutzung und einer optimierten Akustik wurde gemeinsam eine individuelle Lösung für den Kunden entwickelt, so zum Beispiel:

schallabsorbierende Fronten, beidseitig nutzbare Regalaufsätze, stoffbezogene Rückwandblenden, ein Prüfarbeitsplatz auf Rollen. Stoffbezogene, pinnbare Raumteiler sorgen für Sicht- und Schallschutz zwischen den Teams, schaffen wohnliche Farbakzente und halten zugleich die kreativen Ideen der Mitarbeiter im Blick.

Mehr über WINI Büromöbel Georg Schmidt GmbH & Co. KG: www.wini.de

ALLES, ALLES GUTE
der Firma TON und allen
Aktiven wünschen die
WINIs und freuen sich auf
weitere spannende gemein-
same Projekte!

WINI  **MEIN BÜRO.**

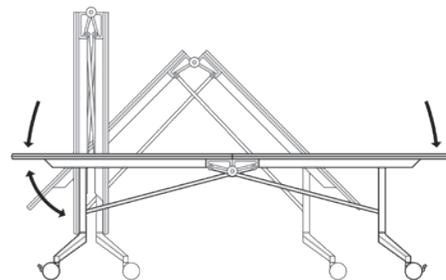
1996–2021

Der TON macht die Musik

© Wilkhahn / tzu33

Gemeinsam schaffen wir Raum für Innovationen

Was ist für die Zukunft wichtiger, als die Ideen und Potenziale der Menschen zu gewinnen? Zur Gründung von TON wurden die ersten Exemplare des genialen Confair-Falttischs ausgeliefert. Der Klassiker fördert Wohlbefinden und Gesundheit, verbessert die Kooperation, steht für eine moderne Unternehmenskultur und sorgt für Ressourcenschonung bei Raum und Bewirtschaftung. Weitere Zukunftsperspektiven des „Human Centered Workplace“ unter wilkhahn.com



Wilkhahn

Herzlichen Glückwunsch
**25
Jahre
TON**

**NACHHALTIGE UND WOHNGESUNDE
DESIGNTTEPPICHBÖDEN**

OBJECT CARPET
×
Ippolito Fleitz Group



WWW.OBJECT-CARPET.COM/OCXIFG



Um Besprechungen durchzuführen, aber insbesondere um gemeinsam etwas zu entwickeln und Neues entstehen zu lassen, bedarf es einer spezifischen Arbeitsumgebung, die die Kreativität fördert.

Laut Studien können Menschen immer dann besonders kreativ und produktiv sein, wenn sie sich wohlfühlen. In Zeiten von Arbeit 4.0 geht es auch darum, in diesen kreativen Räumen die Räume mit entsprechenden Technologien zu vereinen.



Mobiles Arbeiten
Office 4.0 Hybridlösungen
Networking Bürowelten
im Wandel
CoWorking Flexibilität Homeoffice
Nachhaltigkeit Digitalisierung
Raumkonzepte Möglichkeitsraum
Flexible Offices Wohnzimmeratmosphäre
Arbeit 4.0 Work-Life-Balance
Digital Leadership Wohlbefinden
Kreativität Transformation
Smarte Strukturen Desk Sharing
Neue Arbeitswelten Agilität
Change Management



Nicht Stuben-, aber (Home-)Office-Hocker?

57,2 Prozent der Männer,
50,2 Prozent der Frauen sind
„Dauersitzer“ und sitzen
täglich über **4 Stunden**.

„Angestellte in Deutschland
benötigen eine Arbeitsumgebung
mit Fokus auf mehr Wohlbefinden.
Mit **47** Prozent treffen diese
Aussage fast die Hälfte der
Beschäftigten.“

Aspekte für eine leistungsstarke Arbeitsumgebungen:

1. Einladend
2. Gemeinschaftssinn
3. Neueste Technologie
4. Auf die Job-Anforderungen abgestimmt
5. Eindeutige Hierarchie
6. Vielfalt an Räumen
7. Gestaltung von Fluren/Gemeinschaftsbereichen

52% ziehen
einen offen angelegten
Arbeitsbereich vor, solange
Rückzugsmöglichkeiten
bestehen.

WISSENSWERTES UND SKURRILES AUS DER OFFICELANDSCHAFT.

So arbeitet Deutschland! Und was wir uns wünschen.



Homeoffice?

Jeder Zweite nutzt es
(Stand 06/2020). Jedoch fast **3/4** der
Angestellten möchten weiterhin auch einen
„festen Standort“ zum Arbeiten haben.

Vorgeschrieben:
12–15 qm
pro Arbeitsplatz im
Großraumbüro

Wussten Sie ...

... dass sich nur **zwei von zehn**
Mitarbeitern mit der Firma verbunden fühlen.
... dass bereits jeder Fünfte unter den
gesundheitlichen Stressfolgen leidet.
... dass der Mensch rund **8 Jahre** seines
Lebens im Durchschnitt im Büro, aber nur
9 Monate spielend mit seinen
Kindern verbringt.

Wie viel Prozent verbringen
wir in Meetings?
Etwa **25 bis 50%**
unserer Arbeitszeit, wobei nur etwa
44% der Zeit nützlich sind.


 vitra.

„Du musst träumen können.“

Wie arbeiten wir morgen und inwieweit muss ein Umdenken in der Führung deutscher Unternehmen stattfinden? TON-Geschäftsführer Philipp Krüger hat dazu den Experten Raphael Gielgen, Trendscout Future of Work bei Vitra, gesprochen.

Philipp Krüger: Hat sich mit der Pandemie die Arbeitswelt komplett gewandelt?

Raphael Gielgen: Sagen wir mal so: Die Pandemie hat die Startlinie der Transformation massiv verschoben. Und das insbesondere in der Arbeitswelt. Jedoch ist der Reifegrad der Unternehmen hierbei total unterschiedlich – oder wie Konrad Adenauer einst auch so schön sagte: Wir leben zwar alle unter dem gleichen Himmel, haben aber nicht alle den gleichen Horizont. Das müssen wir akzeptieren. Wir haben in Deutschland Unternehmen, die sind richtige Thought Leader – nicht nur in ihrem Unternehmenskern, sondern in der gesamten Organisation, und das ist entscheidend.

Philipp Krüger: Thought Leader in der gesamten Organisation, was bedeutet das konkret?

Raphael Gielgen: Nehmen wir Vitra als Beispiel. Bei Vitra ist der Unternehmenskern das Thema Design. Um jedoch vorne mitspielen zu können, reicht es nicht aus, nur hier sehr gut zu sein. Auf allen Ebenen muss man sich mit den Besten matchen können – egal ob im HR-, Accounting- oder Rechts-Bereich,

als Thought Leader ist man in allen Abteilungen bestens aufgestellt.

Philipp Krüger: Und wie erfolgreich schlagen wir uns, sind wir hierzulande bestens aufgestellt?

Raphael Gielgen: Wir haben bedingt dabei angesetzt, wie wir zukünftig erfolgreich zusammenarbeiten: Wir hinterfragen das Thema Leadership und wir lernen die Kombination aus Arbeit im visuellen und physischen Raum kennen. Aber die wesentlichen Muster, die Arbeit ausmachen und Voraussetzung sind für den Wohlstand und für den Fortschritt, haben wir noch nicht verschoben. Zum Beispiel die momentane Frage, wie geht es weiter: Homeoffice oder Büro? Hier sollte es vielmehr darum gehen, welche Arbeitsumgebung in vielfacher Hinsicht darauf einzahlt, dass der/die einzelne Mitarbeiter*in sowie letztendlich das Team das bestmögliche Potenzial entfaltet. Heute ist es entscheidend, dass wir Zusammenhänge verstehen und in deren Sinne denken und agieren.

Es geht nicht mehr um asynchrones Arbeiten, bei dem man sich quasi nach jedem Schritt ein „Okay“ einholt, sondern um

synchrones Arbeiten unterschiedlicher Expertisen und um eine neue Form des Führens. Führen heißt heute, die Sache in den Vordergrund zu stellen, die Teams für das große Ganze zu orchestrieren – und vor allem Vertrauen in das zu haben, was der andere leistet.

Philipp Krüger: Das klingt vor allem nach Kulturwandel in der Führung. Kann das aber so einfach geschehen? Und können das große wie kleinere Unternehmen gleichermaßen realisieren?

Raphael Gielgen: Lass uns einmal kurz abstrahieren, um das Problem greifbarer zu machen. Angenommen als Familie entscheidet man sich, nicht mehr mit Öl oder Gas zu heizen, sondern mit erneuerbaren Energien. Jetzt reicht es eben nicht, die Ölheizung rauszuschieben und eine Wärmepumpe einzubauen. Sondern der Kontext der erneuerbaren Energien muss verstanden werden. Übersetzt in die Arbeitswelt bedeutet das, es ist keine Frage der Größe einer Organisation, es ist das Mindset, das sich ändern und prägen muss. Und das, finde ich, ist die Verantwortung einer jeden Führungskraft. Die Herausforderung liegt dabei häufig in der Ambidextrie. Es geht darum, als

beidhändiges Unternehmen zu agieren und zwei völlig verschiedene Arbeitsweisen unter einem Dach zu vereinen: Auf der einen Seite das fehlervermeidende prozess- und effizienzorientierte Umsetzen auf bekanntem Terrain und auf der anderen Seite das risikoaffine, explorative Ausprobieren von Neuem.

Ein plastisches, erfolgreiches Beispiel dafür: Die Rügenwalder Mühle, einst ausschließlich bekannt für Fleischprodukte, ist heute zudem eine starke Marke auf dem veganen Markt.

Philipp Krüger: Was ist vonnöten, um die organisatorische Ambidextrie zu meistern?

Raphael Gielgen: Entscheidend ist, zu erkennen, dass die Businesstransformation nicht verhandelbar ist. Du kannst heute beispielsweise als Mittelständler nicht Spezialmaschinenbauteile liefern ohne eine Applikation für eine Fernwartung zu haben. Und hier liegt der wichtige Punkt: Als Betrieb muss du deine Themen- und Aktionsfelder, die in eine neue Zeit führen, artikulieren können. Du musst decodieren, was ist die Wertschöpfungskette und was ist der Workflow. Und dann müssen wir

„Die Business-
transformation ist nicht
verhandelbar.“

aufpassen, dass wir nicht unsere alten Verhaltensweisen in ein neues System kopieren. Hierzu sprach ich kürzlich auch mit Microsoft. Die erzählten unter anderem, dass in Europa weniger als 30 Prozent der Kapazität von MS Teams bzw. MS Office 365 genutzt werden. Es braucht letztendlich Zeit, dass wir verstehen, die erweiterten Werkzeugkisten des digitalen Zeitalters zu nutzen – und alte Werkzeuge auszusortieren. Eine Firma darf sich nicht nur partiell, sondern muss sich insgesamt auf ein anderes Level heben.

Philipp Krüger: Welche Rolle spielt denn zukünftig noch die physische Ebene?

Raphael Gielgen: Eines ist sicher, der virtuelle Raum wird gleichberechtigt werden, und wenn wir uns dazu einmal sehr bewusst entscheiden, weil die Qualität besser wird, konkurriert jeder physische Ort mit dem virtuellen Raum. Umso mehr müssen wir herausfinden, was dem physischen Ort die Bedeutung gibt. Die Architektur wird dabei noch nie in ihrer Qualität so gefordert werden wie in den vor uns liegenden Jahren.

Philipp Krüger: Wenn der virtuelle dem physischen Raum gleichgestellt sein wird, was empfiehlst du dann Unternehmen, damit sie auch das Menschliche und das, was sie eigentlich ausmacht, behalten und gefördert bekommen?

Raphael Gielgen: Jedes Unternehmen hat seinen Gründungsimpuls. Und oft ist es so, dass dieser Gründungsimpuls bis heute der Polarstern ist, der Orientierung gibt. Es geht darum, sich gemeinsam zu sortieren, zu fragen, warum sind wir hier, was ist unser Beitrag. Gemeinsam auszusprechen, was man gut kann und wo man Marktführer ist. Als Unternehmer sollte man regelmäßig vor die Truppe treten und aufzeigen, was ist der Polarstern, warum machen wir die Extrarunde und was macht uns stolz? Das verleiht einem breite Schultern und macht der Organisation bewusst, es gibt Hausaufgaben zu erledigen. Bezogen auf die Businesstransformation bedeutet das, die Augen zu öffnen – für neue Technologien, für Mitbewerber und

„Jedes Unternehmen hat
seinen Gründungsimpuls.
Und oft ist es so, dass
dieser Gründungsimpuls bis
heute der Polarstern ist, der
Orientierung gibt.“

neue Player. In der kulturellen Transformation zudem zu verdeutlichen, wir brauchen jeden Mann, aber wir müssen noch viel mehr voneinander lernen. Jedem einzelnen Mitglied der Unternehmung bewusst zu machen, du musst und darfst dein Potenzial entfalten, und meine Aufgabe ist die unternehmerische Fürsorge.

Philipp Krüger: Was ist Mitarbeitern wichtig und definiert einen gleichzeitig als attraktiven Arbeitgeber?

Raphael Gielgen: Mitarbeiter suchen sich zukünftig die Arbeitgeber danach aus, was sie bei diesen lernen werden. Learnability wird ein großes Thema sein. Bedeutet, dass die Organisation per se eine neugierige, eine lernende, keine wissende ist – und dass zweitens die Organisation den Menschen Raum gibt, zeitlich wie auch räumlich zu lernen. Die Vermittlung von Lerntechniken wird quasi etwas ganz Normales sein – man wird sich Zeit nehmen, sich gegenseitig Sachen zu vermitteln. Es wird Teil einer Organisation sein, sich immer wieder zu hinterfragen, wie kann man was anders machen. Hier schafft man neben dem, was sehr technisch und schnell ist, eine Art Kontrapunkt, der sehr mit den Menschen und deren Kreativität verbunden ist.

Philipp Krüger: Was denkst du, wie arbeiten wir in 20 bis 30 Jahren?

Raphael Gielgen: Es bedarf wenig hellseherischer Fähigkeiten, dass dann eine Vielzahl der Arbeit, die wir heute ausüben, nicht mehr existiert. Aber das war in den letzten 100 Jahren nicht anders. Werfen wir einen Blick darauf, wie unsere Großeltern geackert haben, so hat auch das nichts mehr mit dem Heute zu tun. Das Wesen der Arbeit wird ein vollkommen anderes sein: Die Wissensarbeit oder die Arbeit im Büro steht vor einer ähnlichen Transformation, wie es einst der Montan- oder Stahlindustrie im Ruhrgebiet widerfahren ist. Wir werden meiner Meinung nach mindestens solch eine tektonische Verschiebung haben. Und das muss allen bewusst sein.

Philipp Krüger: Was ist entscheidend, um den Weg des Wandels erfolgreich zu gehen?

Raphael Gielgen: Geistige Beweglichkeit im Kopf. Man muss in Alternativen denken. Es gibt nicht die eine Zukunft. Und das Wichtigste, was ich oft gar nicht wage auszusprechen: Du musst träumen können.



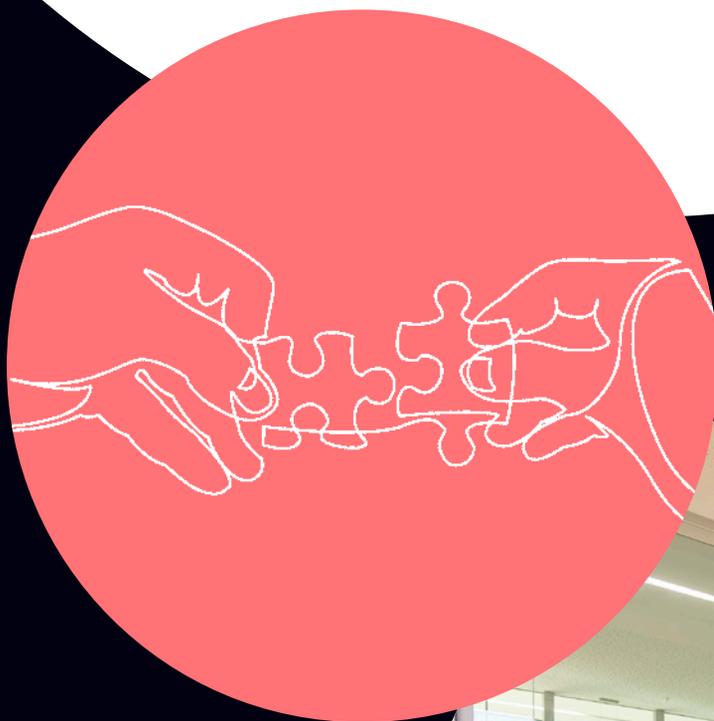
„Wir leben alle
unter dem
gleichen Himmel,
aber wir haben
nicht alle den
gleichen Horizont.“

Konrad Adenauer.

DAS NEUE OFFICE

DER MÖGLICHKEITSRAUM ALS ANTWORT AUF NEUE ANFORDERUNGEN

Digitalisierung und Globalisierung beeinflussen längst, wie und wo wir heute arbeiten. Welche Einflüsse stecken aber genau dahinter – und worauf kommt es bei der Neuaufstellung von Unternehmenskulturen und Gestaltung künftiger Arbeitswelten an?



Das neue Zeitalter mit seinen digitalen Technologien oder der Lebensstil der heranwachsenden Arbeitnehmergeneration, der nicht mehr der klassischen Trennschärfe zwischen Privatem und Arbeit unterliegt und der den Wunsch nach Selbstbestimmung fordert, transformiert die Arbeitswelt. Und nicht zuletzt auch die Corona-Pandemie. Sie hat die Arbeit im Homeoffice zur flächendeckenden Realität gemacht und bewiesen, dass sie in einigen Bereichen bestens funktioniert. Mobiles Arbeiten außerhalb des Unternehmens, wozu auch das Homeoffice zählt, wird also nicht mehr wegzudenken sein. Doch, und das zeigen Statistiken deutlich, wird das Büro weiterhin ein sehr wichtiger Bestandteil der Arbeitswelt bleiben.

VON DESK SHARING BIS DYNAMIC SPACES

In die neuen Offices werden vielfältige Landschaften mit eigenständigen Modulen einziehen: Marktplatz mit Work Café, Think Tanks, Teambüros mit Homebases, Lounges und Meeting- bzw. Kollaborations-Zonen. Das Konzept dahinter sind Arbeitsplätze, die aufgabenbezogen sind. Bedeutet: Für verschiedene Tätigkeiten wechselt man seinen Arbeitsort.

Ein fester Arbeitsplatz mit Schreibtisch hat damit ausgedient – auch für die Chefetage. Mobiles Arbeiten innerhalb des Büros und Desk Sharing sind angesagt. Nicht selten werden zudem sogenannte „Dynamic Spaces“ eine beliebte Einrichtungslösung darstellen: Durch das Zusammenschieben von Elementen – beispielsweise Schiebetüren oder rollfähige Trennwände – lassen sich im Nu neue Räume einteilen und wieder auflösen. Solch anpassungsfähige Arbeitsumgebungen schaffen ideale Rahmenbedingungen für flexible, effektive und angenehme Arbeitsalltage 4.0.

EIN MIX AUS HUB & HOME

Der Gang ins Office dient immer weniger zur Abarbeitung von Sachaufgaben, oder um Arbeiten mit stets gleich ablaufenden Prozessen nachzukommen. Ersteres wird mehr und mehr im Homeoffice erledigt und Letzteres zunehmend von der Automatisierung übernommen. Das Büro von morgen wird eher als eine Art Dreh- und Angelpunkt fungieren, um kreativ zu sein, gemeinsam Ideen zu entwickeln und sich auszutauschen. Hier liegen die künftigen relevanten Fähigkeiten, um dem Anspruch der sich

stark und teilweise sehr schnell fortlaufenden Entwicklungen mehr als nur genügen zu können. Zugleich müssen die New-Work-Räumlichkeiten aber auch ein Zuhause sein, in dem sich der Einzelne bei Bedarf zurückziehen kann und sich wohlfühlt – ein Ort, mit dem er sich identifizieren kann.

ERFOLGREICHE BÜRO-TRANSFORMATION FUNKTIONIERT STRATEGISCH

Smarte Technologien optimieren nicht nur Arbeitsabläufe und steigern die Produktivität, sie zahlen auch explizit auf das menschliche Wohlbefinden ein. Dazu zählen intelligente Gebäudesysteme, bei denen sich beispielsweise Beleuchtung, Verschattung und Belüftung automatisch an die Gegebenheiten anpassen bis hin zu quantitativer und qualitativer Datenerhebung zur laufenden Optimierung der Raum- und Flächennutzung.

Wie die neue Office-Welt im Einzelfall aber konkret gestaltet ist, sollte strategisch angegangen werden – und zwar aus zwei Gründen: Um dem individuellen Anspruch der jeweiligen Unternehmung optimal begegnen zu können und um die firmeninternen

Skeptiker mit auf die Reise zu nehmen. Es ist kein klassisches Umbauprojekt, sondern ein Change-Prozess, der einer professionellen und individuellen Begleitung bedarf. Jede Firma sollte sich intensiv damit auseinandersetzen, wie die zukünftige Zusammenarbeit im Sinne des gemeinsamen Unternehmenserfolges ausschauen kann und welche Schritte man geht. In diesem Vorgehen liegt die Basis der Büro-Transformation. Hier setzt unsere vierte Unternehmenssäule an: Im neuen TON Wandelwerk beschäftigen wir uns mit der Begleitung von Unternehmen in ihren individuellen Change-Prozessen und bieten kompetente Unterstützung bei der Integration aller Mitarbeitenden in den Kulturwandel.

In der neuen TON Wandelberatung beschäftigen wir uns noch intensiver mit der Begleitung von Unternehmen in ihren individuellen Change-Prozessen. Wir analysieren bestehende und erarbeiten neue Kommunikations- und Arbeitsweisen und bieten dadurch kompetente Unterstützung bei der Integration aller Mitarbeitenden in den Kulturwandel.

Uppenkamp



Montana

**Making room
for personality.**



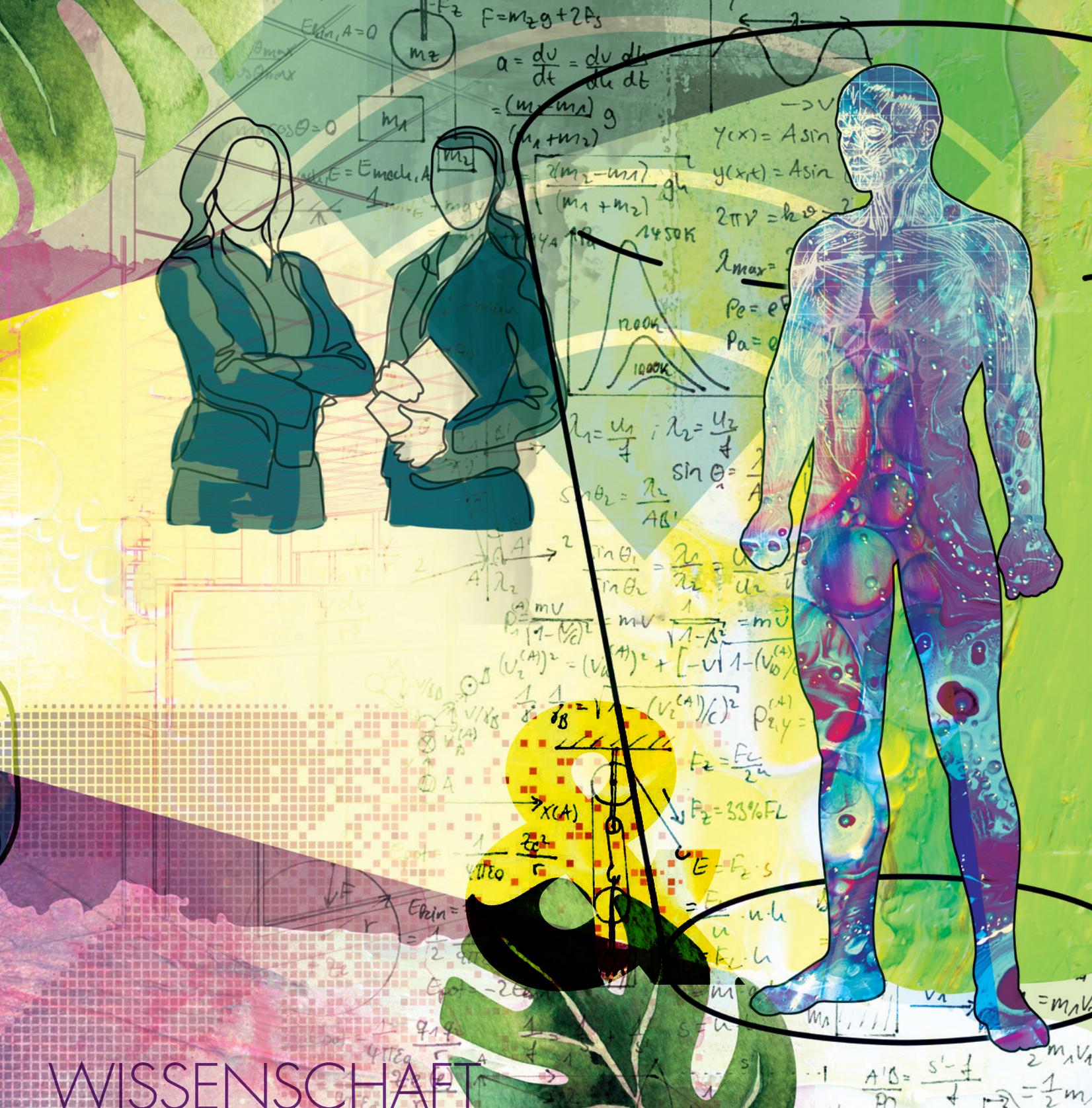
DER MENSCH IM MITTELPUNKT

GEMEINSCHAFT

GEMEINSCHAFT

SCHAFT

MOBILITÄT



WISSENSCHAFT
FORSCHUNG
VERNETZUNG

OPTIMIERTES
UMFELD
INTELLIGENTES
BÜRO



Dankeschön ...

25 erfolgreiche Jahre mit stetigen Erfolgen und immer wieder neuen, innovativen Ansätzen – eine Geschichte, die wir nicht alleine gegangen sind, sondern mit all unseren langjährigen Netzwerkpartnern und Architekten. Ihnen allen als unsere treuen Partner und Weggefährte möchten wir an dieser Stelle noch einmal unser herzliches Dankeschön ausdrücken.

Wir freuen uns auf weitere wunderbare Jahre gemeinsamer Projekte.

25

COR

Conseta. Neu seit 1964.



HAPPY BIRTHDAY
TON
25
YEARS!

Dass unsere Conseta nach 55 Jahren noch so gut in Form ist, liegt an ihrer zeitlosen Schlichtheit. Und an ihrem raffinierten Modul-System, das sich zu unzähligen Kombinationen konfigurieren lässt. Von Sitzmaßen, Armlehnen und Fußformen über Stoffe und Farben bis hin zu verschiedenen Kissenfüllungen lässt sie sich individuell zusammenstellen. Wie wär's zum Beispiel mit elektrikblauen Kufen?



100% MADE
IN GERMANY



NATÜRLICH
NACHHALTIG



MIT LIEBE
HANDGEFERTIGT

[COR.DE/CONSETA](https://www.cor.de/conseta)

T O N
OBJEKTEINRICHTUNG



TON Gesellschaft für Objekteinrichtungen mbH
An den Speichern 5 | 48157 Münster



t +49 251 96246 0



info@ton-objekt.de



Follow us on Instagram



www.ton-objekt.de