

FREMTIDENS ARBEIDSPASS:
TRIVSEL OG PRODUKTIVITET MED MENNESKET I FOKUS

Prosess- og prosjektbeskrivelse



BACHELOR I INTERIØRARKITEKTUR
BOP3103 - Våren 2020 – Kandidat 6255
Høyskolen Kristiania

«Denne oppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.»

FORORD

Helt siden jeg startet på interiørarkitektur studiene for nærmere tre år siden har jeg vært nysgjerrig på hva det er som gjør at noen steder oppleves som gode steder å være, mens andre steder kan gjøre at man mistrives. Med 15 års erfaring fra arbeidslivet har jeg selv merket på kroppen hvor viktig det er med en god arbeidsplass, både med hensyn til trivsel og produktivitet. Det påvirket både stoltheten og tilknytningen til egen arbeidsplass, samtidig som det i underbevisstheten påvirket mitt syn på de bedriftene jeg besøkte og deres merkevere. Målet mitt med denne oppgaven har vært å lære mer om hvordan jeg kan være med å skape gode og positive arbeidsplasser for menneskene som jobber der. Og, etter å ha jobbet meg gjennom dette prosjektet har jeg fått en forsterket tro på at som interiørarkitekt har man muligheten til å påvirke andre folks liv positivt, med gjennomtenkt og meningsfull design.

Selvom jeg nå er glad og lettet over å ha kommet i mål med et prosjekt jeg er fornøyd med, har det vært en lang reise, med mye opp- og nedturer. Det er mye å lære, ta hensyn til og mange valg å ta, og i perioder har det føltes overveldende. Sett i ettertid skulle jeg gjerne begrenset oppgaven noe mer i forhold til tema og omfang. At Covid-19 pandemien inntraff i en kritisk fase gjorde ikke jobben enklere. Da er det godt med gode støttespillere rundt seg, både familie, venner, medstudenter og ikke minst veileder Jarle Fotland. Tusen takk for gode råd og sparring underveis. Det er godt å ha «ei hand å holde i». Og, selvfølgelig en stor takk til Tomra som lot meg få tilgang til bygget og informasjon om deres tanker knyttet til hva en god arbeidsplass er og opplevelsen av den.

Avslutningsvis er jeg takknemlig for at denne oppgaven har gjort meg mer nysgjerrig og motivert til å jobbe med mennesker og deres arbeidsplasser, så nå gleder jeg meg stort til å ta fatt på arbeidslivet igjen.



SAMMENDRAG

Denne bacheloroppgaven i interiørarkitektur tar for seg hvordan trivsel og produktivitet på arbeidsplassen kan optimaliseres med hensyn til menneskene som jobber der, både i dag og for fremtiden. Tomra ble benyttet som case, både for å få et innblikk i hvordan arbeidsplassen deres påvirket de ansatte og for å få tilgang til bygget deres i Asker (bygget i 1994). Tomra er et selskap i stadig vekst og ønsket å skape et innovativt og effektivt kontor. Arbeidet med oppussingen var allerede i gang i deler av bygget, men dette prosjektet tar for seg 1. etasjen (minus garderobe og treningsrom) med resepsjon, kundeområder, kantine og kontorlandskap. Hovedfokuset er kontorlandskapet, men det er naturlig å se på andre fasiliteter og rom også når man tar for seg arbeidsplassen som helhet.

Utviklingen går i retning av løsninger som rommer mange typer arbeidssoner i motsetning til tidligere hvor valget sto mellom cellekontorer eller åpent landskap. Kontorløsningene som rommer flere typer arbeidsstasjoner kan utformes på mange måter. Det essensielle er at de må tilpasses typer av aktuelle arbeidsoppgaver og hvilke funksjoner bygningen skal inneholde. Fellesarealene og den individuelle arbeidsplassen (fast eller variert) må ses i sammenheng. Det viktigste når en skal velge nye arbeidsplasser er at det ikke bygges for hvordan organisasjonen har jobbet de siste 10 årene, men benytt heller anledningen til å se på hvordan organisasjon jobber i dag, og om det er riktig fremover.

Løsningen hos Tomra har i tillegg til å endre form fra cellekontor til aktivitetsbaserte arbeidsplasser, med et stort fokus på hvordan man som interiørarkitekt kan påvirke livene til menneskene som jobber der. Ved å tenke helhet og benytte arkitektoniske virkemidler kan man skape gode og positive omgivelser som motiverer oss til å prestere og føle oss bedre. I dette arbeidet har biofilisk design og tiltakene i WELL Building Standard stått sentralt.

Innholdsfortegnelse

1	INNLEDNING.....	1
1.1	BAKGRUNN	1
1.2	FORMÅLET	1
1.3	PROBLEMSTILLINGEN.....	2
1.4	AVGRENSNINGER	2
2	TEORI.....	3
2.1	ARBEIDSPLASSENS UTVIKLING	3
2.2	ULIKE KONTORLØSNINGER	3
2.2.1	<i>Cellekontorer (det tradisjonelle)</i>	3
2.2.2	<i>Delekontorer (som følge av plassmangel eller utnyttelse av store kontorer)</i>	4
2.2.3	<i>Åpne landskap (mange løsninger)</i>	4
2.2.4	<i>Aktivitetsbaserte arbeidsplasser</i>	5
2.2.5	<i>Kontorarbeidsplassen mer enn arbeidsstasjonen</i>	6
2.3	HVA SIER FORSKNINGEN?	8
2.3.1	<i>Leesman rapporten</i>	8
2.3.2	<i>Planlegg for fremtiden</i>	9
2.4	MÅLGRUPPEANALYSE.....	10
2.4.1	<i>Menneskelige behov</i>	10
2.4.2	<i>Generasjoner</i>	11
2.5	SERTIFISERINGER	13
2.5.1	<i>BREEAM (bygget)</i>	13
2.5.2	<i>WELL Building Standard (mennesket)</i>	15
2.5.3	<i>SMAP (Smart – Attraktiv – Produktiv: Merke for god arbeidsplassarkitektur)</i>	16
2.6	BIOFILI OG BIOFILISK DESIGN.....	17
3	DATAINNSAMLING OG METODE.....	19
3.1	DATAINNSAMLING	19
3.1.1	<i>Bygget og beliggenheten</i>	19
3.1.2	<i>Bedriften (Tomra)</i>	21
3.1.3	<i>Merkevaren</i>	21
3.1.4	<i>Utfordringen</i>	22
3.3	KVANTITATIV METODE – STATISTIKK.....	23
3.4	KVALITATIV METODE - DYBDEINTERVJU.....	23
3.5	KREATIVE METODER	25
3.5.1	<i>Befaring – en analyse</i>	25
3.5.2	<i>Referanseprosjekter</i>	26
3.5.3	<i>Inspirasjonstur i skogen</i>	26
3.6	IKKE GJENNOMFØRTE METODER	27
4	KONSEPTUTVIKLING OG LØSNING	28
4.1	KONSEPT.....	28
4.2	ARKITEKTONISKE VALG.....	28
4.2.1	<i>Form og planløsning</i>	28
4.2.2	<i>Farger og materialer</i>	30
4.2.3	<i>Belysning</i>	31
4.2.4	<i>Akustikk</i>	32
4.3	BÆREKRAFT.....	32
4.4	UNIVERSELL UTFORMING.....	33
5	AVSLUTNING OG OPPSUMMERING.....	34
6	LITTERATURLISTE	36

VEDLEGG

VEDLEGG 1 – TOMRA Brand Standards s. 39

VEDLEGG 2 – Intervjuguiden

VEDLEGG 3 – Intervju - Interiørarkitekt

VEDLEGG 4 – Intervju – Ansatt 1

VEDLEGG 5 – Intervju – Ansatt 2

VEDLEGG 6 – Bilder fra befaringen/omvisningen hos TOMRA

1 INNLEDNING

1.1 Bakgrunn

Vi tilbringer nærmere 90 prosent av tiden vår innendørs, og mer enn halvparten av vår våkne tid på arbeidsplassen. Hvis vi kan gjøre den mer helsefremmende, vil det ha stor effekt på helsen vår og produktiviteten på arbeidsplassen (Byggallianse, 2020). I tillegg er arbeidsplassen vår nest viktigste lykkfaktor, etter hjem og familie. Er man i full jobb, er det gode sjanser for at kontoret er det stedet man tilbringer mest våken tid. Og mestringen du opplever der er sentral for din personlige utvikling og velbefinnende, og for landets produktivitet og velferd. Skal man se litt stort på det (Forskningsrådet, 2020). Fra et bedriftsøkonomisk perspektiv vil verdien av lønningene være 20 ganger høyere enn verdien av husleien i et bygg. Verdien av husleien er helt marginal. Selv den minste forstyrrelsen i produktivitet vil dermed ha stor økonomiske betydning sammenliknet med det man eventuelt har spart inn på husleie. At arbeidsplassutformingen er viktig både for bedriften og menneskene som jobber der er det liten tvil om. I et større samfunnsperspektiv er det et faktum at fremtiden innebærer endring, og at endringen skjer raskt spesielt med hensyn til den teknologiske utviklingen. I den sammenheng er det også spennende å se nærmere på hvordan fremtidens arbeidsplasser vil se ut, og hvordan kan vi forutse de nye trendene ved å forstå «det nye arbeidslivet» og fremtidens arbeidstakere (generasjon Z).

1.2 Formålet

Med dette som bakteppe tar denne oppgaven for seg de forskjellige faktorer som påvirker moderne arbeidsplassarkitektur. Disse faktorene inkluderer verdiene, egenskapene, behovene og preferansene til de ulike generasjoner, trender i eiendomsmarkedet, trivsel, produktivitet, bærekraft, ulike arbeidsformer og teknologi. Å studere en av disse faktorene alene er ikke tilstrekkelige for å få en helhetlig forståelse om hvordan enkeltpersoner blir påvirket av omgivelsene på arbeidsplassen sin, så ved å kombinere de nevnte faktorene i ett prosjekt er hensikten å lage designstrategier som kan benyttes som scenarioer i den virkelige verden. Oppgaven har som mål å tilfredsstille de menneskelige behovene som er til stede på arbeidsplassen, med fokus på det helsemessige aspektet. I tillegg er det relevant å se nærmere på den yngre generasjonen. Denne generasjonen kalles generasjon Z og er det årskullet som vi fortsette å øke i løpet av de neste to tiårene, med hensyn til tilstedeværelse på arbeidsplassen. Det å forstå generasjon Z sine behov og preferanser vil være verdifull kunnskap for interiørarkitekter som ønsker å skape fremtidens arbeidsplasser.

1.3 Problemstillingen

Hvordan kan man som interiørarkitekt bidra til å skape smarte, attraktive og produktive arbeidsplasser for fremtiden, med fokus på mennesket og brukernes behov?

1.4 Avgrensninger

Forskningen knyttet til fremtidens arbeidsplass er naturligvis teoretisk, ettersom arbeidsplassens behov og preferanser fremdeles er ukjent. Ved å se på sosiologisk og psykologisk teori, markedsundersøkelserdata og nåværende trender på arbeidsplassen, er det mulig å forutse hvordan arbeidsplassen kan se ut i nær fremtid. Videre undersøkelser inkluderer analyser og litteraturgjennomgang om miljø og psykologiske faktorer som påvirker trivsel og produktivitet på arbeidsplassen. Hver undersøkelse gir verdifull innsikt i utformingen av fremtidens arbeidsplass.

Resultatet av utformingen av fremtidens arbeidsplass eksemplifiseres i casen med Tomta Systems ASA (heretter kalt Tomra), en tradisjonsrik teknologi- og kunnskapsbedrift som ble etablert i 1972 og som holder til i Drengsrudhagen 2 i Asker. Tomra ble valgt på grunn av sitt sterke merkenavn, sin miljøprofil og deres utdaterte lokaler i et spennende arkitektonisk kontorbygg i tegl fra 1994.

Oppgaven tar ikke for seg hele kontorbygget men et utvalgt område i hovedetasjen, med fokus på kontordelen. Det utvalgte området er variert i forhold til ulike funksjoner som resepsjon, kantine, kundeområde og kontordel, og representerer i så måte omfanget av en arbeidsplass. Toalettene i kontordelen er tatt med for å ivareta et inkluderende arbeidsliv med blant annet universell utforming, men er ikke beskrevet i detalj med hensyn til interiøret. Under Metode-delen beskrives det nærmere hvordan pandemien Covid-19 bidro til ytterligere begrensninger i oppgaven med hensyn til empiriske data og innhenting av materialer.

2 TEORI

2.1 Arbeidsplassens utvikling

Alle omgivelser hvor ulike typer arbeid blir utført er en arbeidsplass, og ulike yrker har sin arbeidsplass.

I denne oppgaven er det først og fremst kontorlokalene vi skal se nærmere på, da en stor andel av arbeidsstyrken er kontormedarbeidere, og dette er et spennende fagområde i seg selv. En potensiell stor og mangfoldig gruppe med mennesker, i relativt nære omgivelser, jobber i mange timer mot et felles mål, hvor omgivelsene både kan hjelpe eller forhindre fellesskapet, produktiviteten og lønnsomheten. Det er mange hensyn å ta i forhold til kjønn, alder, kultur og kunnskap, for å skape den optimale og inkluderende arbeidsplassen. Arbeidsplassen har forandret seg i århundrer, og har gjennom de siste tre hundre årene blitt påvirket av historiske revolusjoner; politiske, industrielle, seksuelle, og nylig teknologiske. Det tradisjonelle kontorlandskapet utviklet seg i begynnelsen av den industrielle æra og er sett på som et byråkrati bestående av hierarkiske lag/nivåer av ansatte, rangert fra arbeiderne, lederne til toppledelsen. Antall nivåer i hierarkiet er avhengig av størrelse, struktur og målsettingen til selskapet. Dette har vært standarden for de fleste selskaper i den vestlige verden for over et århundre. I dagens teknologiske æra har den hierarkiske strukturen blir stadig oftere erstattet av nye strategiske strukturer.

De siste 50 årene har utviklingen innenfor kontoryrket endret seg raskere enn noen gang og arbeidsplassløsningene vært preget av enten enkeltkontor eller tradisjonelle åpne landskap. Fra slutten av 90-tallet har enkeltkontorets dominans i de skandinaviske landene blitt avløst av flere alternativer og nye planløsninger, ofte drevet av økt bruk av mobil teknologi. Økt arealeffektivitet, fleksibilitet og samhandling er også viktige drivkrefter bak omleggingen. Arkitektfaglige hensyn til estetikk, ny teknologi samt en kontinuerlig innovasjon i møbel- og interiørløsninger skaper også endringer (Arkitektur-N, 2020). Med bakgrunn i disse endringene er det tydelig at kontorlokalene bør være mest mulig fleksible med tanke på den endeløse muligheten innenfor teknologi i fremtiden.

2.2 Ulike kontorløsninger

2.2.1 Cellekontorer (det tradisjonelle)

Med cellekontorer menes gjerne enpersonskontorer. For å få dagslys blir disse plassert langs interne korridorer mot fasade og lysgårder. Cellekontoret er en historisk, tradisjonell og individuelt fordelt kontorform. Kontorstørrelsen har også vært knyttet til sosial status, rang og enhet. I tillegg til å legge til rette for fordypning og fortrolighet har cellekontoret hatt en forankring i fortidens teknologiske løsning med analoge kilder, fasttelefon og stasjonær pc (skrivemaskin). Cellekontoret er lagt til rette for innredning av kontoret som en privat sfære. I nyere kontorløsninger ser en at cellekontorene har

krympet i størrelse til fordel for størrelsen på fellesarealene. Utviklingen går i retning av at cellekontorene har gått fra å være tildelt en enkelt ansatt til å bli en arbeidsstasjon blant flere mulige arbeidssteder, ikke på permanent basis, men som tas i bruk ved behov.

2.2.2 Delekontorer (som følge av plassmangel eller utnyttelse av store kontorer)

Delekontor er et rom hvor to til tre personer sitter sammen. Delekontorer har ofte oppstått som en konsekvens av plassmangel eller plassoverskudd i form av for store kontorer. Kontorstørrelsen i eldre bygninger med cellekontorer har gjort dette mulig. Brukbarheten til delekontor er omdiskutert. Funn tyder på at å sitte sammen i så små grupper genererer lite merverdi i form av kunnskapsdeling i forhold til hvor mye man forstyrrer hverandre. Delekontoret er som cellekontoret en lukket løsning, hvor adgang er forbeholdt de som har sin kontor plass der. Dette til forskjell fra åpne løsninger hvor man deler med mange.

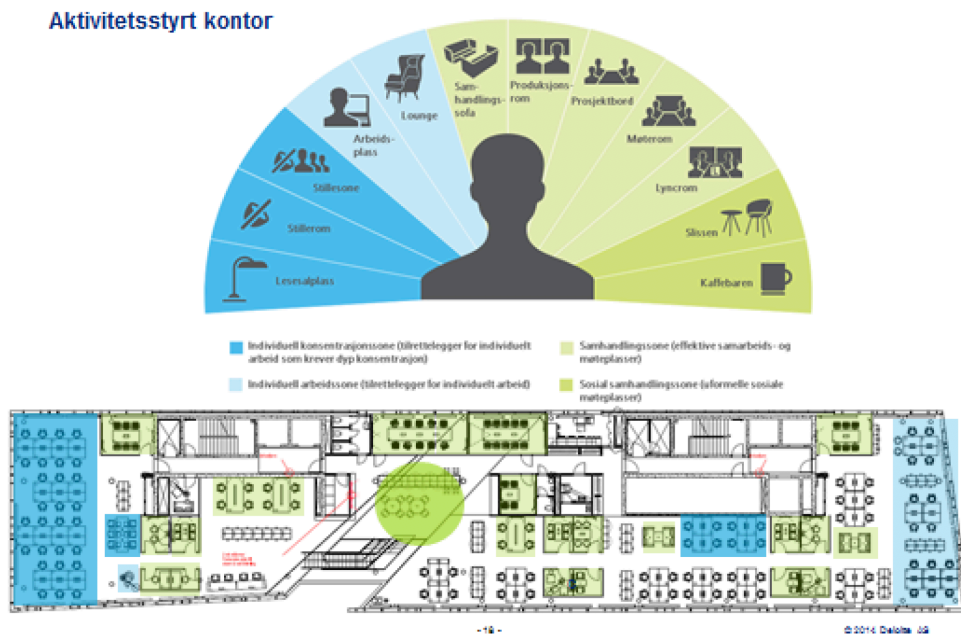
2.2.3 Åpne landskap (mange løsninger)

Kontorlandskap eller åpen løsning betegner kontorutforming hvor man sitter flere sammen i rom eller romsone. Et rom betegner gjerne et fysisk areal som er omsluttet av vegger og har dør, mens romsone kan betegne et område som fremstår som en definert sone innenfor et større område. I mange av de åpne kontorløsningene vi har sett i de senere årene, er det etablert soner og romforløp hvor sirkulasjonen (bevegelsesmønsteret) mellom ulike områder er åpen og fri for dører, og hvor store åpne landskap omgjøres til mindre og mer intime enheter. Åpne landskap kategoriseres oftest etter størrelse, men det er ikke en fast definisjon. En inndeling kan være: Små landskap for 4-9 arbeidsplasser, mellomstore landskap for 10-24 arbeidsplasser, og store landskap er for minimum 25 personer. I de største åpne kontorløsningene sitter opp til flere hundre personer i samme rom. Det er derfor innlysende at det er stort spenn i kvaliteter og kvalitative utfordringer knyttet til kontorlandskap, fra store åpne landskap til små soner med ned til fire personer. Kvaliteten på en åpen løsning vil uansett størrelse, være avhengig av god kontroll på akustisk demping og støykilder og at sirkulasjonen til og i landskapet er organisert og utformet på en måte som begrenser forstyrrelser. En viktig forutsetning for gode åpne landskap er tilgangen på rom som kommer i tillegg til arbeidsplassen. Dette er støtterom (stillerom eller grupperom/teamrom), pausearealer, møterom, kopirom og andre rom. En mellomløsning mellom cellekontor og landskap er individuelle båser i et stort rom, gjerne kalt cubiclels. Dette er en form for kontorlandskap hvor arealet for hver arbeidsplass er begrenset til et minimum, og hver arbeidsplass er rammet inn av skillevegger og/eller hyller som utnytter det totale arealet maksimalt. Høyden på skilleveggene og/eller hyllene vil påvirke i hvilken grad arbeidstakerne ser hverandre når de jobber. Denne arbeidsplassformen er mye diskutert. Den er ikke vanlig i moderne

kunnskapsbedrifter nå, men møblering og skillevegger som sone-deler i åpne kontorløsninger kan assosieres med denne typen kontorutforming.

2.2.4 Aktivitetsbaserte arbeidsplasser

Arbeidsgruppens erfaringsinnsamling viser at utviklingen av fremtidens arbeidsmåter og arbeidsplassutforming går i retning av såkalte aktivitetsbaserte arbeidsplasser. Begrepet er basert på en viktig erkjennelse av at man i hverdagen benytter et mangfold av arbeidsformer, og at den fysiske utformingen av arbeidsplassen bør ses i sammenheng med disse. På bakgrunn av blant annet utviklingen av IKT-løsninger og økt krav til samhandling har oppgavene og arbeidsprosessene endret seg. Som følge av dette vil også det fysiske arbeidsrommet og -plassen tilpasses dagens oppgaver og arbeidsprosesser. I aktivitetsbaserte arbeidsplasser utvikler man kontorløsninger som støtter kunnskapsorganisasjoners behov for å legge til rette for både fordypning, skjerming og kunnskapsdeling. Et kjennetegn ved de aktivitetsbaserte arbeidsformene er at arbeidstaker i stor grad selv kan velge hvor i arbeidslokalene, og når, arbeidet skal utføres. Man kan velge kontorområder spesielt utformet til individuelt innrettet arbeid, eller kontorområder utformet for arbeid som krever nært samarbeid. Det er to begreper; «free seating» og «clean desk», som forbindes med denne arbeidsplassutformingen. Dette er ikke en nødvendig forutsetning for konseptet. «Free seating» innebærer at medarbeiderne ikke har sin faste arbeidsplass, men kan velge hvor de vil sitte avhengig av arbeidsoppgavene. Dersom flere bruker arbeidsplassen, må den ryddes, derav begrepet «clean desk». Faste individuelle arbeidsplasser innenfor løsningen med aktivitetsbaserte arbeidsplasser, forutsetter et større areal, fordi hver arbeidstaker må ha tilgang til både egen arbeidsplass og ulike typer rom for konsentrasjon, samarbeid, møter etc. Aktivitetsbaserte arbeidsformer i sin mest utviklede form forutsetter «free seating» og rikelig med plasser i alle aktivitetssoner.

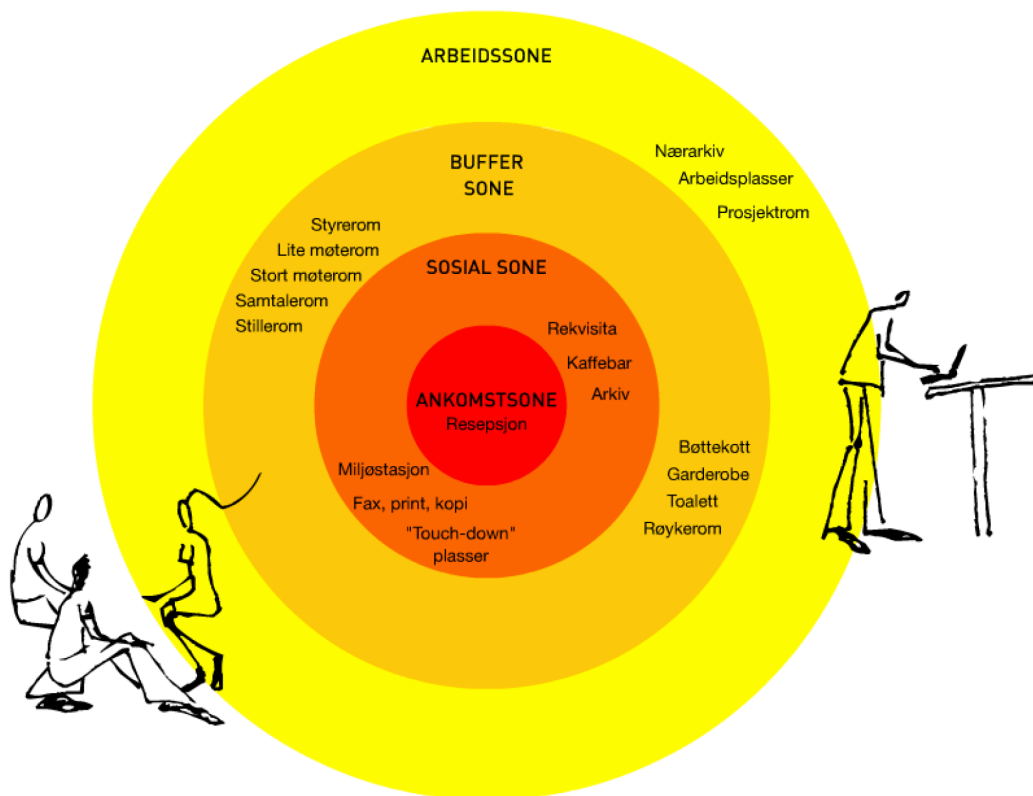


FIGUR 1: Et eksempel på hvordan en aktivitetsbasert arbeidsplass kan utformes. Kommunal- og Moderniseringsdepartementet (2014, 8).

2.2.5 Kontorarbeidsplassen mer enn arbeidsstasjonen

Uansett type arbeidsplassutforming, er det nødvendig med fellesarealer. Det må være korridorer eller «gangveier», møterom, pauserom, resepsjon/mottaksområde, kantine etc. Om man ser på den totale bygningsmassen over terrenget, er det ikke uvanlig at fellesarealer utgjør 30-50 prosent av arealet. Det er en utfordring å skape funksjonelle og estetisk gode fellesarealer som arealmessig ikke går på bekostning av arealet til individuelt arbeid. Et utviklingstrekk er at skillet mellom arbeidsstasjon/arbeidsplassen og fellesarealene viskes ut ved at arbeidet ikke bare er noe man gjør ved pulten, men like mye gjennom andre aktiviteter som møter og faglige diskusjoner. Illustrasjonen nedenfor viser en modell mye brukt av større virksomheter som har gjennomført omfattende arbeidsplassutviklingsprosjekter i Norge.

Organisering av funksjoner



Figur 2: «Ringer i vann prinsippet». Kommunal- og Moderniseringsdepartementet (2014, 9).

Prinsippene er:

- Sone for individuelt arbeid, dvs. stillesone. Skrivebord og stol kan være plassert i cellekontor, åpne løsninger. Ved åpne løsninger kan stillerom også være en del av denne sonen. Plassering av areal til dokumentlagring (daglig brukt) er avhengig av om det er fast plass eller «free seating». Men digitalisering har redusert behovet for fysisk dokumentlagring de siste årene.
- Fellesareal knyttet til den stille sonen. Dette er areal for fellesarbeid og felles støttefunksjoner, ofte felles for den organisatoriske gruppen (seksjonen, avdelingen etc.). Dette er multirom, mindre møterom, sosiale arealer med pantry/kaffemaskin, toaletter og garderober i tillegg til gangarealer. Plassering av arealer for dokumentlagring, kopiering, rekvisita og post varierer basert på konsept.
- Fellesarealer utenfor stillesonen. Dette er fellesarealer for flere enheter (avdelinger, seksjoner) eller alle brukerne i huset. Det vil si resepsjon, kantine, kaffebarer, møtesenter med garderober og toaletter, treningsmuligheter med mer, i tillegg til gangarealer.
- Øvrige fellesarealer. Dette er arealer til byggtekniske installasjoner, lager, varemottak, parkering med mer, i tillegg til gang- og transportarealer.

Soneinndelingen i henhold til «ringer i vann prinsippet» knyttes ofte til *lydforhold* og krav til *akustikk*, men det er like viktig er å knytte prinsippene til krav til *sikkerhet, luft og lys* for de ulike arbeidsaktivitetene.

2.3 Hva sier forskningen?

Det finnes en økende grad av forskning på «arbeidsplassen», både når det gjelder type kontorløsning og hvordan kontorlokalene påvirker helsen og trivselen til de ansatte (sosialt, fysisk og psykisk).

Faktorer som layout, møbler, belysning, natur, kontroll og støy påvirker både fysisk og psykisk helse samt sosial trivsel. Det er dokumentert meget høy tilfredshet med både cellekontorer og åpne løsninger. Det avgjørende synes å være graden av selvbestemmelse, medvirkning og bevegelsesfrihet. I løpet av 90-tallet begynte en romlig revolusjon i norsk arbeidsliv, som den gang smakte av visjon og spennende fremtid: Overgangen fra cellekontor til åpne kontorløsninger. Siden har klokskapen i denne overgangen blitt diskutert, ikke minst i tilknytning til det nye regjeringskvartalet. Når denne debatten er blitt så engasjert og emosjonell, er det fordi det handler om grunnleggende verdier; mestring, autonomi, trivsel og helse i arbeidslivet. Og for tiden er den dominerende sannhet at åpne kontorløsninger hemmer produktivitet, konsentrasjon og helse. Men det er mange nyanser i dette bildet, som sjelden kommer frem.

2.3.1 Leesman rapporten

En av de mest anerkjente rapportene knyttet til aktivitetsbaserte arbeidsplasser er Leesman «The rise and rise of activity based working» (2017). Rapporten tar utgangspunkt i en Leesman-undersøkelse som i løpet av 2015-16 fikk mer enn 70 000 respondenter, hvorav over 11 000 arbeidet i det deres arbeidsgiver beskrev som en «aktivitetsbasert arbeidsplass». Leesman har tatt utgangspunkt i data fra undersøkelsen når de har sett nærmere på potensielle organisatoriske fordeler ved mobile og fleksible arbeidsformer, spesielt aktivitetsbasert arbeid (ABW), og utarbeidet rapporten. Leesman spør seg i hvilken grad fungerer aktivitetsbaserte arbeidsplasser, skaper det en mer effektiv arbeidsplass, og bidrar det til bedre individuell produktivitet.

LEESMANS hovedfunn:

- Datamaterialet støtter påstanden om at aktivitetsbasert arbeid øker samarbeid mellom ansatte, produktivitet, stolthet og effektivitet, men man fant også en rekke svakheter og utfordringer.
- Aktivitetsbaserte arbeidsplasser kan bety betydelige operasjonelle fordeler for de ansatte som bruker lokalene.

- Jo oftere en ansatt bruker flere arbeidsstasjoner på arbeidsplassen, desto mer rapporterer de at lokalene bistår dem i å jobbe mer effektivt.
- Jo mer sammensatt en ansatts daglige arbeidsoppgaver er, desto større blir fordelene for dem ved å kunne bruke flere arbeidsstasjoner.
- Mangel på endring i oppførsel er et betydelig problem som begrenser den organisatoriske merverdien ved aktivitetsbasert arbeid.
- I en omstillingsprosess er man avhengig av å ha en grundig forståelse av organisasjonen for å lykkes.

Disse funnene stemmer godt overens med funnene gjort av Høyskolen i Bergen (HiB) og Mellomrom Arkitekturpsykologi i forbindelse med forskningen av arbeidsplasskonsepter og SMAP sertifiseringen (se pkt 2.5.3).

2.3.2 Planlegg for fremtiden

Det viktigste når en skal velge nye arbeidsplasser er at det ikke bygges for hvordan organisasjonen har jobbet de siste 10 årene. Bruk anledningen til å se på hvordan dere som organisasjon jobber i dag, og om det er riktig fremover. De fleksible og varierte løsningene (aktivitetsbaserte, "free seating", "clean desk") kommer som en konsekvens av at dette passer langt bedre til den moderne kunnskapsarbeider som har varierte arbeidsoppgaver, og er digital og mobil.

Hvis vi spør folk hvilken kontorløsning de foretrekker, vil de fleste (80%), svare at de foretrekker den kontorløsningen de til enhver tid har. I en brukerprosess er en tilnærming hvor alle skal få det de ønsker eller tror er den beste løsningen, åpenbart problematisk. Skal man komme frem til en ny løsning som fungerer for bedriften, ligger nøkkelen hos ledelsen som tydelig må definere hva slags tanker som ligger bak endringene, hvilke mål de setter seg, og kommunisere dette tydelig til de ansatte. Ikke minst er det viktig at de ansatte blir involvert helt fra starten slik at de føler eierskap til prosessen.

Kontorløsningene er arbeidets infrastruktur, og må bygges på riktige premisser. Det er organisasjonen som skal legge premissene for arkitekturen, og ikke omvendt. Svært mange organisasjoner bruker i dag anledningen et flytte- eller ombyggingsprosjekt gir, til endring av både kultur og arbeidsprosesser.

Typiske målsetninger kan være knyttet til:

- Økt grad av samarbeid på tvers av fag
- Økt grad av prosjekt/teamarbeid
- Digitalisering av arbeidsprosesser
- Bedre informasjonsflyt
- Mer fleksible arbeidsformer
- Bygge merkevaren internt og eksternt

Det er viktig å merke seg at arkitekturen alene ikke kan forventes å innfri slike mål, men at en hele tiden må jobbe parallelt med kultur og arbeidsprosesser dersom en ønsker en endring. I et slikt perspektiv er arkitekturen ofte et godt organisasjonsverktøy.

2.4 Målgruppeanalyse

For å kunne skape gode arbeidsplasser som bidrar til trivsel og produktivitet er det viktig å forstå mennesket og de ulike generasjonene, for å bistå med ulike arkitektoniske grep som kan tilfredsstille de ulike behovene og tilby de beste løsningene.

2.4.1 Menneskelige behov

For å forstå mennesket er det relevant å gjennomgå Abraham Maslows teori om menneskers motivasjon, også referert til som Maslows behovshierarki. Som en av de mest innflytelsesrike psykologene gjennom det tjuende århundre, forsøkte Maslow å forstå hvordan mennesker oppnår psykologisk helse og trivsel gjennom en klassifisering av grunnleggende behov; Fysiologiske behov, trygghetsbehov, sosiale behov, anerkjennelse, selvrealisering og transcendens (mening, livets formål).

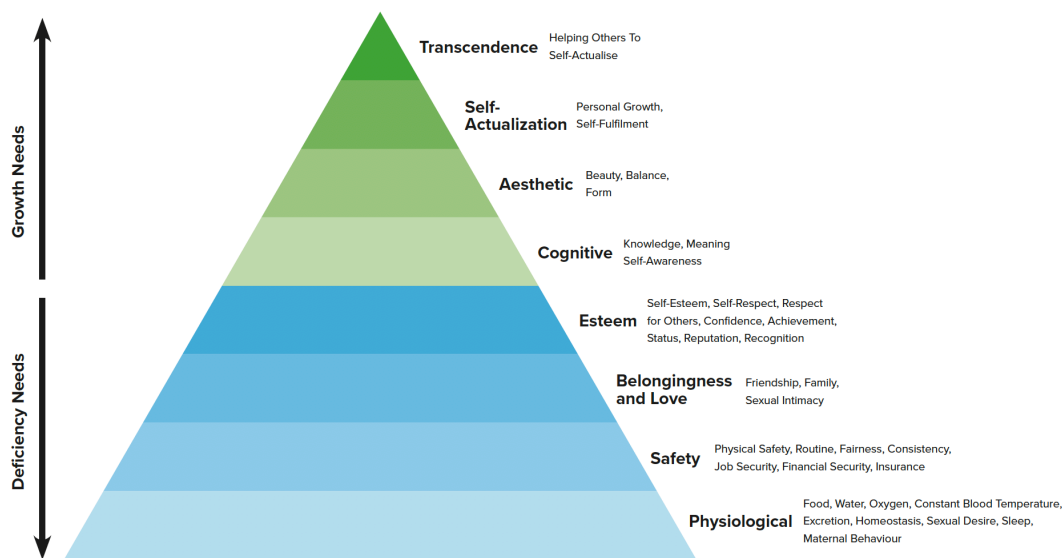


Figure 1. Maslow's hierarchy of human needs. (Based on Maslow, 1970 & Maslow, 1976).

FIGUR 3: Maslow's behovshierarki (Maslow)

Å forstå denne teorien, sammen med eventuelle andre teorier (eksempel Karl Mannheims «Theory of generations» og Ingleharts «Theory of Intergenerational Value Change»), er viktige byggesteiner for hvordan vi forstår mennesket og generasjoner, og dannelsen av deres unike egenskaper og verdier.

Videre er det nyttig å forstå hvordan arkitekturen igjen påvirker mennesket, ikke kun gjennom det rådende synet/øyet, men også gjennom heptisk arkitektur av musklene og huden. Samt arkitektur som gjenkjenner områdene hørsel, lukt og smak (Pallasmaa 2012, 23).

2.4.2 Generasjoner

Generasjoner har ofte forskjellige verdioppfatninger i arbeidslivet. Det er ikke alltid slik at unge medarbeidere tripper utålmodig for å få innført det aller nyeste innen teknologi, mens eldre medarbeidere desperat prøver å bli venn med sin nye smarttelefon. Og det er heller ikke slik at unge elsker organisasjonsendringer, mens eldre låser døra til cellekontoret og fnyser av free seating. En medarbeider på 55 kan ha mer til felles med en 30-åring enn en jevnaldrende kollega, både med hensyn til yrke, utdanning, interesser, personlighet og livssituasjon. Å forstå de ulike generasjonene handler ikke om å forskjellsbehandle medarbeidere ut fra alder. Det er individuelle forskjeller, og det blikket må man ha med seg i forbindelse med generasjonsledelse. Hvis ikke kan det virke mot sin hensikt. Men når det er sagt; på et generelt plan er det forskjeller mellom generasjoner. Ulike generasjoner er på ulike stadier i livet, har ulike erfaringer og ulike referanserammer (Brave New Workplace, 2020):

Baby – boomers: Født 1946 – 1964

Dette er generasjonen som fortsatt styrer i norsk næringsliv. De eldste vokste opp rett etter krigen. Det var deres foreldre som bygget landet. De er oppdratt til å mene at hardt arbeid lønner seg, og dette er en pliktoppfyllende generasjon. De har bygget bedrifter, og tror på struktur og orden. De tror på møter for å løse problemer, og vil gjerne se deg i øynene når dere snakker sammen. De har alltid jobbet mye, og gjør det med glede.

Generasjon X: Født 1965 – 1983

Rett bak Babyboomerne kommer Generasjon X, de har vokst opp i skyggen av Babyboomerne. Deres foreldre jobbet masse. Derfor er denne aldersgruppen ekstremt familieorientert. De vil ha alt, og derfor føler de seg veldig stresset. Faktisk er ordet stress det mest brukte ordet i denne generasjonen. Grunnen er at X-ene vil ha balanse i livet. De vil være til stede i familien, og er derfor den generasjonen som har kjempet frem mer ferie og et fleksibelt arbeidsliv. Samtidig er de ambisiøse. De vil ha høy lønn og frustrerer seg over at babyboomerne fortsatt setter reglene for hvordan ting skal være.

Generasjon Y: Født 1984 – 1996

Neste generasjon kalles Y. De jobber gjerne mye, men de skal ha en grunn for å gjøre det. De kalles derfor gjerne også WHY-generasjonen. Dette er generasjonen som utfordrer bedriftene på verdispørsmål. Hva er formålet med bedriften? Hva er klimamålene? Hvorfor skal ting gjøres på denne måten.

Generasjon Z: Født 1997 – 2000

Den mest ekstreme generasjonen er imidlertid de som i disse dager inntar arbeidsmarkedet. Generasjon Z har vokst opp med foreldre som har fortalt dem at de har uendelig med muligheter. Deres verden er i konstant forandring, samtidig som de aldri har opplevd nød eller økonomiske bekymringer. Z-generasjonen ser på verden som en lekeplass, like mye som en arbeidsplass. De er ekstremt optimistiske, og tror at alt går. De zapper fra sted til sted, har lite ro over seg, og skal du fange deres interesse, må du gjøre det på åtte sekunder. Ingen av dem kommer til å bli i et arbeidsforhold lenger enn fire år – og det gjør de kun en gang i livet. De unge som nå er på vei ut i arbeidslivet regnes for å være den hittil best utdannede og kunnskapsrike generasjonen. De har fått inn sosiale medier med morsmelken, og vokser opp til et trådløst, hyperlinket og brukertilpasset infosamfunn. De er alltid bare noen få tastetrykk fra all verdens kunnskap.

Denne kunnskapen, både om mennesket og de ulike generasjonene, gir interiørarkitekter muligheten til å ta gode beslutninger når du designer for fremtiden, der de historiske dataene er knappe.

Trendforsker Peter Majanen fra Quattroporte mener miljøet i fremtidens kontorer er innovative, har en meningsfull økonomi, feminin revolusjon (empati og samarbeid), storytelling (varemerke) og holdbarhet (bærekraft).

2.5 Sertifiseringer

Det finnes ulike sertifiseringer som sikrer at man får miljøkvaliteter i bygget, som i dette tilfelle handler om både miljø, økonomi og sosial adferd. Hvordan vi legger til rette for helse i bygg, påvirker velværet til menneskene som bruker byggene. Gode bygg og områder stimulerer til kontakt, aktivitet og opplevelser. Å legge til rette for helse i bygg handler for eksempel om å bygge for nærhet til menneskene og samfunnet rundt oss, og å tilrettelegge for og stimulere til både fysisk og sosial aktivitet (Byggallianse 2020). I denne oppgaven ser vi nærmere på BREEAM, WELL og SMART.

2.5.1 BREEAM (bygget)

BREEAM er verdens eldste (1990) og Europas ledende miljøsertifiseringsverktøy for bygninger.

Formålet er å motivere til bærekraftig design og bygging gjennom hele byggeprosjektet, fra tidlig fase til overlevert bygg. BREEAM har vist seg å være et effektivt verktøy for å samordne de ulike aktørene i et byggeprosjekt og integrere bærekraftig tenkning i alle ledd.

Internasjonale studier viser at BREEAM-bygg har:

- Høyere markedsverdi
- Høyere leieinntekter
- Større belegg
- Lavere driftskostnader
- Økt brukertilfredshet
- Redusert finansiell risiko

BREEAM sertifiseringen er basert på dokumentert miljøprestasjon i ni kategorier:

- Ledelse (MAN)
- Helse- og innemiljø (HEA)
- Energi (ENE)
- Transport (TRA)

- Vann (WAT)
- Materialer (MAT)
- Avfall (WST)
- Arealbruk og økologi (LE)
- Forurensning (POL)

Det gis poeng innen hver kategori. Poenggivingen er konstruert slik at om man får et poeng ved å møte et kriterium vil dette resultere i en reduksjon i bygningens negative miljømessige påvirkning og en økning i fortjeneste av miljøet. Et BREEAM sertifikat utstedes i fem nivåer; Pass, Good, Very Good, Excellent og Outstanding.

Noen relevante kategorier innen BREEAM HEA (helse- og innemiljø), som det er valgt å fokusere på i denne oppgaven, gjelder blant annet:

HEA 2 - Utsyn:

Brukerne skal kunne omstille synet etter «arbeid på nært hold» og kunne se ut for å redusere belastningen på øynene og bryte monotonien i innemiljøet. I møterom hvor arbeid på nært hold normalt sett ikke foretas og det ikke er plassert faste arbeidsstasjoner, kan disse arealene utelates fra dette emne.

HEA 3 - Blendingskontroll:

Redusere blendingsproblemene i arealer som er i bruk, ved hjelp av hensiktsmessige blendingskontrollsystemer. Systemet må kunne styres opp og ned for at løsningen skal tilfredsstillende dette emnet.

HEA 4 - Høyfrekvent belysning:

Redusere risikoen for helseproblemer som skyldes flimrer fra lyskilder.

HEA 6 - Lyssoner og lysstyring:

Sørge for at brukerne har enkel og tilgjengelig kontroll over belysningen i relevant område av bygget.

HEA 7 - Potensial for naturlig ventilasjon:

Fremme tilstrekkelig gjennomstrømming av luft i naturlig ventilerte bygg og bruk av naturlig ventilasjon i mekanisk ventilerte bygg, når utendørs klima tillater dette.

HEA 9 - Forurensning i innemiljø:

Målet med dette emnet er å oppnå godt inneklima for brukerne i bygget, og kravet gjelder produkter der ev. avgassing kan gi et helse- og komfortproblem for brukerne av bygget. Eksempler på dette er maling og lakk, og gjelder i rom for varig opphold*.

* Rom for varig opphold er rom der man forventer opphold av bruker på 30 minutter eller mer.

HEA 11 - Termisk soning:

Fremme individuell brukerkontroll som lar brukerne justere varme-/kjølesystemene i cellekontorer, møterom og åpne kontorlandskap inndelt i soner. Sirkulasjonsarealer, inngangspartier, kantineområde og andre områder der brukeren ikke forventer individuell styring, faller ikke inn under dette område.

Andre relevante kategorier for en interiørarkitekt er TRA 03 – Alternative transportformer (eks sykkel og tilrettelegging av sykkelparkering og garderobe/dusj/skap fasiliteter) og MAT 01 – Bærekraftige materialer mhp levetid og avfallshåndtering (installasjon, renovasjon og riving) ved materialets slutt.

2.5.2 WELL Building Standard (mennesket)

WELL Building Standard er en sertifisering for helsefremmende bygg. WELL er et rammeverk for å identifisere, måle, verifisere og følge opp byggkvaliteter som påvirker helse og velvære for de som *bruker* bygget. WELL-sertifisering skjer via WELL Building Institute, og dokumentasjon må foreligge på engelsk. WELL gir poeng innen 11 ulike kategorier der hver kategori har ulike tiltak/aktivitetsområder. De ulike kategoriene er: Luft, vann, næring/kosthold, lys, bevegelse/trening, komfort, lyd, materialer, arbeidsmiljø, innovasjon og mental helse er nøkkeldområdene som ordningen dekker.

LUFT - Optimal luftkvalitet innendørs for å støtte brukerne av bygget.

Funksjonene inkluderer materialvalg, ventilasjon, filtrering og skadedyrbekjempelse.

VANN - Trygt og rent vann fremmes ved riktig filtrering og andre metoder.

Funksjonene inkluderer kvalitet, behandling og tilrettelegging av hydrering.

NÆRING - Lett tilgjengelig fersk, sunn mat, samtidig som du begrenser usunne alternativer.

Funksjonene inkluderer sunne porsjoner, bevisst kosthold, tilberedning, forurensning og alternativer.

LYS - Retningslinjer for å minimere forstyrrelser i kroppens døgnsystem, forbedre produktiviteten og våkenheten, og gi passende synsstyrke. Funksjoner ved dette inkluderer døgnkonstruksjon, blendingskontroll, visuelle aspekter og forbedret tilgang til dagsbelysning.

BEVEGELSE/TRENING - Integrering av trening og kondisjon i hverdagen ved å tilby funksjoner som støtter en aktiv og sunn livsstil. Funksjonene inkluderer tilrettelegging, aktivitetsprogrammer, bevegelse og aktivt interiør og omgivelsene utenfor.

KOMFORT - Skap et uforstyrret, produktivt og behagelig innemiljø.

Funksjonene inkluderer tilgjengelighet, ergonomi, akustikk, lydisolering og termiske hensyn.

MENTAL HELSE (SINN) - Dette krever et fysisk miljø som optimaliserer kognitiv og emosjonell helse. Funksjoner inkluderer biofili, estetikk og design, søvn, velværebevissthet samt tilrettelegging for støtte, behandling og åpenhet.

WELL kan brukes både for nye og eksisterende bygg, i kategoriene næringsbygg, bolig, skole, handel, restauranter og kommersielle kjøkken. Man kan sertifisere bare bygningskroppen (Core in Shell) eller bygget med interiør i bruk.

WELL og BREEAM er komplementære på enkelte områder.

2.5.3 SMAP (Smart – Attraktiv – Produktiv: Merke for god arbeidsplassarkitektur)

Et nytt forskningsprosjekt ved Høgskolen i Bergen (HiB), initiert av Mellomrom Arkitekturpsykologi og med økonomisk støtte fra Norsk Forskningsråd (FoU), skal sørge for at kontorbygg som fremmer produktive og helsefremmende arbeidsplasser får et eget kvalitetsmerke. Dette er et innovasjonsprosjekt som tar sikte på å utvikle et nytt system for å kartlegge og vurdere bygg. SMAP-prosjektet har som målsetting å utvikle et nytt klassifiseringssystem etter byggets potensial for verdiskapning hos brukerne av bygget. SMAP-prosjektet vil i et balansert målesystem basere seg på både byggmessige kvaliteter og brukernes opplevelse. Målet er å finne ut hvilke faktorer i arbeidsplassarkitekturen som fremmer god ledelse, teamfølelse, samhandling, konsentrasjon, trivsel osv. Når slike faktorer er identifisert og dokumentert, vil dette settes i system og gi prosjekter poeng etter kvaliteter i bygg og brukermedvirkning. Prosjektet har utviklet SMAP-systemet, dvs. strukturen, prosedyrer, formler for poengberegning og innhold i analyseverktøyet.

Nyhetselementer ved SMAP:

1. Utviklingen av selve systemet (kriterier, dokumentasjon, design, digitale verktøy etc)
2. Dokumentasjon (FoU-delen) av hvordan byggfaktorer virker på organisasjon, helse, verdiskaping og trivsel
3. Pionerforskning på et tema av stor betydning for næring, helse og arbeidsliv.
4. Konsensus mellom vesentlige aktører/institusjoner om en ny bransjenorm

Til informasjon er arbeidet med SMAP sertifiseringen ikke avsluttet (juni 2020), men særdeles relevant og interessant å følge med på i forbindelse med denne oppgaven da forskning bidrar til økt autoritet og troverdighet innenfor området (Forskningsrådet, 2020).

2.6 Biofili og biofilisk design

Biofili og biofilisk design er den iboende menneskelige tilbøyeligheten til å knytte seg til naturen som også i den moderne verden fortsetter å være kritisk til menneskers fysiske og mentale helse og velvære. Ordet biofili betyr direkte oversatt kjærlighet til livet og levende ting. Det kommer fra gresk og er det motsatte av fobi (phobia). Fobi = frykt for, Fili = kjærlighet til. Vi har en intuitiv og dyp nedarvet tiltrekning til naturen og en biologisk trang til kontakt med alt det naturlige (Kellert and Wilson 1993). Biofilisk design integrerer naturen og de naturlige elementene, materialer og former med arkitektur og interiør, og kan bidra til å forbedre produktiviteten, redusere stress, forbedre læring og forståelse samt at rekonvalesering fra sykdom går mye raskere.

Artikkelen «14 patterns of biophilic design» (Browning m.fl., 2014) beskriver forholdet mellom naturen, menneskelig biologi og designet til de konstruerte omgivelsene rundt oss, og har i størst mulig grad blitt benyttet i løsningene hos Tomra:

Naturen i rommet (direkte opplevelse av naturen)

1. Visuell forbindelse med naturen (Planter og dyr)
2. Ikke-visuell forbindelse med naturen
3. Ikke-rytmisk sensorisk stimulering
4. Variasjon av termisk og luftstrøm (luft, lukt og lyd)
5. Tilstedeværelse av vann
6. Dynamisk og diffus lys (været)
7. Tilkobling med naturlige systemer (landskap og ecosystemer)

Naturlige former og mønstre (indirekte opplevelse av naturen)

8. Biomorfe former og mønstre (bilder og farger)

9. Materiell forbindelse med naturen (materialer)

10. Kompleksitet og orden

Naturen til rommet (opplevelsen av rom og sted)

11. Hensikt

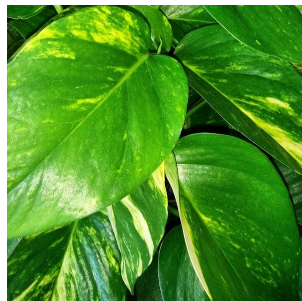
12. Tilflukt

13. Mysteriet (orientering)

14. Risiko / fare (overganger)

I tillegg utforming og valg av materialer er det et konkret tiltak som bidrar til å få naturen inn i de konstruerte omgivelsene og inne i folks liv, og det handler om å ta planter og lys inn i rommene. Jørn Viumdal kaller det *Skogluft-effekten*, og de som har tatt i bruk *Skogluft* forteller at de føler en egen form for ro, tilstedeværelse og tilfredshet. «Mennesker er ikke egentlig innedyr. Det er skogen som er vårt rette element» (Viumdal 2018, 81).

For å skape et optimalt inneklima som bidrar til trivsel og vekst ønsker vi utstrakt bruk av plantevegger. Vi benytte planter i vekst som trekker til seg gasser i luften som er giftige for oss, og omdanner dem til stoffer de selv kan bruke for å vokse. For å finne en plante som er best egnet til inneklima benytter vi *gullranke*. Når man velger å ta planter inn i lokalene er det viktig å ta hensyn til planting, lyssetting, vanning og beskjæring. Spesielt riktig lys er avgjørende for å oppnå *Skogluft-effekten*. Lampen skal festes i taket over planteveggen, ca 1 meter ut fra veggen, slik at lyset faller kun på plantene. Benytt riktig lyskilde (fullspekteret type) og en timer som gjør at lyset står på i minimum 12 timer og maks 18 timer.



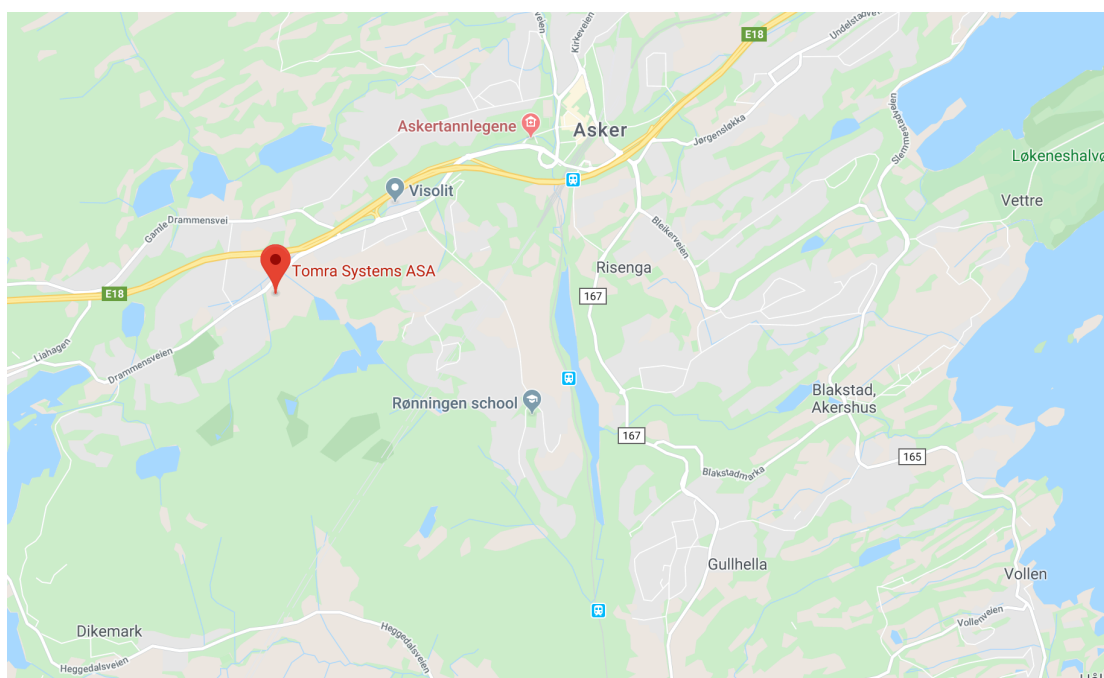
BILDE 1: Gullranke kan henge, tåler vanningsintervaller, trenger lite jord, kan stå i fullspekteret lampelys, raskt voksende, renses luften og er allergivennlig (Viumdal 2018, 206).

3 DATAINNSAMLING OG METODE

3.1 Datainnsamling

3.1.1 Bygget og beliggenheten

Bygningen er fra 1994 og består av to bygningsdeler som er sammenkoblet med et glassbygg i midten. Konstruksjonene er i teglstein og glass og har spennende geometriske former. Innsiden av bygget bærer preg av tiden da bygget ble bygget, med cellecontorer, gulnet treverk og utstrakt bruk av linoleumsgulv. Deler av bygget er nylig pusset opp, mens hovedetasjen, området denne oppgaven tar for seg, fortsatt er ved sin opprinnelse. Bygget ligger i et lite industriområde, bestående av Tomra, National Oilwell Varco Norway AS og Askerhus AS, omgitt av naturskjønne omgivelser. Nærliggende områder består for det meste av natur, boligområder, spredte næringsbygg (Asker Kommune sitt Kunnskapsenter, Plantasjen, Asker Panorama og Schlumberger/WesternGeco AS for å nevne de viktigste) og E18. For å komme seg dit med bil tar det ca 20 minutter fra Oslo sentrum (uten trafikk) og 5 min fra Asker sentrum. Eneste kollektiv mulighet er buss 280 Rustadgrenda som tar 6 min fra Asker tog- og buss stasjon. Det er begrenset med fasiliteter i nabolaget med hensyn til kafe/restaurant, butikker og treningsentre.



KART (Google.no)



FOTO (Google.no)

Beliggenhet: Tomra Systems ligger 25 min kjøring fra Oslo sentrum og 5 min kjøring fra Asker sentrum, i retning Drammen. Bygget tilhører et lite industriområde med nærhet til naturen.



*BILDE 2: Inngangspartiet til Tomra Systems, Drengsrudhagen 2, 1385 Asker.
Bygget sto ferdig høsten 1994 (tomra.no).*

3.1.2 Bedriften (Tomra)

TOMRA ble grunnlagt på en innovasjon for retur av tomme drikkecontainere i 1972. I et lite skur i Asker, Norge, skapte brødrene Petter og Tore Planke en løsning på et problem: en lokal kjøpmann ønsket en maskin som raskt og enkelt kunne ta tilbake tomme flasker. Dette var begynnelsen på TOMRA. I dag omfatter virksomheten hele verdikjeden fra sortering, innsamling, komprimering og resirkulering av ressurser. TOMRA har med sine datterselskaper virksomheter i mer enn 50 land, og blitt et solid, internasjonalt selskap. Hovedkontoret ligger i Drengsrudhagen 2 i Asker, hvor bygget huser ca 200 ansatte.



3.1.3 Merkevarer

Når man tar fatt på oppgaven med å skape en ny arbeidsplass for et selskap er det viktig å ta den verdifulle merkevaren på alvor og sette seg inn i eventuelle retningslinjer (Vedlegg 1, Tomra Brand Standards 2018). Interiørarbeidet tar ofte utgangspunkt i disse grafiske retningslinjene, sammen med forståelsen av målgruppen og en analyse av konkurransesituasjonen. Ut fra dette skapes historier som påvirker interiøret, og et konsept er skapt. (Mesher 2018,19).

Et utdrag fra Tomra Brand Book: «Samfunnet må flytte inn i et nytt retning - en som sikrer det dagens ressurser forvaltes riktig slik at de blir de morgendagens ressurser. Vi har beholdt vårt eksisterende blå innenfor pilen, og komplettert det med ferskere, mer optimistiske fargetoner. Blått er en relevant farge for historien som del av TOMRA. Det fremkaller autoritet og sikkerhet, og det representerer planeten vår som sett fra verdensrommet. Lag et sterkt, enhetlig merke. Det vi har stått for siden begynnelsen er det som til slutt vil føre oss inn i en vellykket og produktiv fremtid.»

3.1.4 Utfordringen

Siden oppstarten i 1972 har Tomra vokst enormt og i 2018 begynte det å bli trangt om plassen i Asker, og selskapet bestemte seg for å tenke nytt for å tilpasse seg den store veksten. Å skape et innovativt og effektivt kontor er ikke bare et innredningsprosjekt, men et forandringsprosjekt. Kontorlokalene skal være tilpasset menneskene som jobber der, samtidig som de gjenspeiler bedriftens visjoner. Det er viktig å ha en god felles forståelse for hva man vil med det nye kontorlokalet, hvor Tomra ønsker å tenke nytt, skape et fleksibelt kontorlokale for fremtiden og skape rom som stimulerte til samarbeid og god kommunikasjon. I tillegg ønsker de at arbeidsplassen skal være attraktivt for begge kjønn, da det i dag er 80% menn som jobber i Tomra. Oppussingen av Tomra har foregått over 2 faser. Fase 1 startet sommeren 2019 i en avdeling med sterkt behov for endring mhp måten de jobbet på og plassmangel. Fase 2 startet våren 2020, etter at jeg hadde vært på befaring og fått muligheten til å se både gammel og ny del. Denne oppgaven tar for seg deler av gammel del, bygningens 1 etasje (minus garderobe og treningssenter).

3.3 Kvantitativ metode – Statistikk

Det har ikke blitt gjennomført egne spørreundersøkelser, da planen var å få tilgang til medarbeiderundersøkelser Tomra selv hadde gjennomført i forbindelse med oppussing av andre deler av bygget. Denne muligheten lot seg dessverre ikke gjennomføre da covid-19 inntraff, og Tomra ikke lengre hadde kapasitet til å bidra med oppgaven. Som kompensasjon for dette fikk jeg tilsendt en rapport fra den interne planleggingsgruppen for fase 1 av oppussingsprosjektet til Tomra, og forutsetter at behovene er tilsvarende for det området denne oppgaven tar for seg.

3.4 Kvalitativ metode - Dybdeintervju

Det ble gjennomført 2 av 6 planlagte dybdeintervjuer av ansatte hos Tomra via Microsoft Teams på grunn av Covid-19. Hensikten med dybdeintervjuene var:

- Kartlegge og forstå arbeidsdagen med hensyn til arbeidsoppgaver (individuelt fokus, kreativ tenkning, formelle og uformelle møter, samarbeid, papirbruk og konfidensielt)
- Definere type arbeider (stillesittende, delvis mobil, veldig mobil)

Planen var å intervju 6 personer hos Tomra, 3 personer fra nyoppusset del og 3 personer fra gammel del (denne oppgavens område). Både kvinner og menn, unge og gamle, for å få et bredest mulig datagrunnlag og en best mulig innsikt for videre arbeid. Intervjuet skulle vare i 20-30 minutter, ansikt til ansikt på et møterom hos Tomra. I forkant av intervjuene ble det utarbeidet en intervjuguide (vedlegg 2), for å sikre at man spør om det man lurer på og sikre at vi får data som kan sammenlignes.

Spørsmålene ble delt inn i 3 ulike deler:

Del 1: Arbeidsdagen hos Tomra

Del 2 Interiøret hos Tomra

Del 3: Preferanser og tanker om fremtiden

Først med innledende konkrete spørsmål knyttet til egen arbeidshverdag for å få samtalen i gang. Deretter følge opp med mer dyptgående spørsmål om egne tanker og preferanser rundt arkitekturen på arbeidsplassen. Se svarene fra intervjuene i vedlegg 3 og 4. I tillegg ble det gjennomført et intervju med interiørarkitekten som hadde ansvaret for fase 1 av oppussingen, i mangel på tilgang på andre ressurser og i håp om å få tilgang til nyttig informasjon.

Kort oppsummert bekreftet intervjuene mye av det teorien og eksisterende forskning sier, at det er viktig med en god arbeidsplass som er funksjonell og dekker de behovene man har samt legger til rette for samarbeid og informasjonsdeling. Det er viktig å føle en tilhørighet til avdelingen og egen

kontorplass. Støy er en utforing på arbeidsplassen uansett utforming, det er alltid noen som «forstyrrer». Fordelen er at det er aksept for hjemmekontor når man har behov for det. At arbeidsplassen er attraktiv er en stor bonus, men ikke noe de hadde tenkte så mye på før etter oppussingen av fase 1 av bygget. Oppussingen bidro til ny energi og en forsterket stolthet av arbeidsplassen.

«Tidligere tenkte jeg at det funksjonelle var det viktigste på jobben men nå som vi har fått det så fint merker jeg at det også betyr veldig mye! Mer enn jeg trodde. Setter veldig pris på at vi har fått det så fint på Tomra, blir både glad, fornøyd og stolt av å jobbe her.» Ansatt 1 Tomra.

«Skulle gjerne hatt mye mer planter pga skaper liv og virker beroligende. Er personlig veldig glad i planter.» Ansatt 2 Tomra.

Interiørarkitekten møtte en oppdragsgiver som var godt forberedt og hadde klare tanker om hva de hadde behov for. Det hadde både fordeler og ulemper pga var ikke alltid like enkelt å utfordre de på løsningen da de mer eller mindre allerede hadde tatt beslutningen. I tillegg er det alltid vanskelig å tilfredsstille alle mhp ulike behov og meninger. Det gjelder å involvere i forkant, ha en god dialog og begrunne de beslutningene man tar. Også for å vise sin verdi som interiørarkitekt.

Her er noen av kravene til ny løsning:

- Minimere gjennomgangstrafikk i arbeidssoner
- Redusere støy, også visuell støy
- Ha smårom til diskusjon/telefonsamtaler i kort avstand fra arbeidssoner
- Ha soner for både linjearbeid og prosjekt
- Fleksibilitet på plassering i ulike prosjektfaser
- Ha et eget kreativt rom/område
- Plasser til både faste ansatte og gjester
- Flere møterom til å imøtekomme økende behov
- Fleksible løsninger for fremtidige behov
- Attraktive arbeidsområder for å gjøre Tomra til en attraktiv arbeidsplass

Prosjektet inneholder ikke personopplysninger og er i så måte ikke meldepliktig til NDS (Norsk senter for forskningsdata) (Næss og Pettersen 2017, 22).

3.5 Kreative metoder

I løpet av den kreative prosessen ble det i hovedsak brukt tankekart, «Hva om»-metoden og skisserull som kreativ prosess. I en kreativ prosess blandes disse ofte sammen, og ord og tegninger supplerer hverandre på en hensiktsmessig og effektiv måte for å strukturere alle tanker og ideer.

3.5.1 Befaring – en analyse

Observasjoner i området og en befaring av bygget er viktig for å få en følelse av byggets sjel og skape seg et bilde av hvordan tingenes tilstand er før man tar fatt på prosjektet. Christian Norberg-Schultz sier at alle steder har et genius loci (stedets ånd), som er skapt i en kombinasjon av fysiske og menneskeskapte elementer og som sammen gir stedet en spesiell atmosfære, eller karakter (Norberg-Schultz s. 53, 1980). Befaringen fant sted i Tomra sine lokaler i midten av februar, med flott omvisning i byggets 3 etasjer. Deler av bygget var allerede pusset opp, mens delen for dette prosjektet fortsatt var fra sin opprinnelse.

Følgende analyse ble gjort:

- Behov for flere kontorplasser, med ønske om en mer åpen og dynamisk arbeidsplass.
- Resepsjonen trenger en «ansiktsløfting» og i enda større grad gjenspeile Tomra sin virksomhet, ideologi og identitet. Interiøret og kontorlokalene er også en del av merkevaren, og sentral for å fremstå som en attraktiv arbeidsplass.
- Kantinen var sjarmløs, rotete og manglet plass. Her var et ønske om å kunne benytte rommet til mer enn kantine.



BILDE 3 og 4: Cellekontorer og lange korridorer.



Bilde 6: Kantinen



Bilde 7: Resepsjonen

3.5.2 Referanseprosjekter

På tidspunktet man har en idé om hva og hvordan bygget kan benyttes er det nyttig å se etter referanseprosjekter for å bli inspirert og å lære om deres suksessfaktorer og fallgruver. Tanken var å dra på inspirasjonsturer til fire ulike kontorer; alle i fremtidsrettet design. To som nylig har blitt pusset opp (Microsoft og Atea), et med biofilisk design (IBM) og et med nytenkende design (Google). Dette ble det dessverre ikke noe av da avtalene måtte kanselleres pga covid-19. Isteden ble Pinterest og fagblader (eks NIL Årbok og Næringseiendom) benyttet som inspirasjon.

3.5.3 Inspirasjonstur i skogen

Gjennom hele prosessen med arbeidet med oppgaven har inspirasjonsturer i skogen vært en viktig kilde til inspirasjon og fremdrift. Enten det har vært en rolig tur i skogen med travelbook og kjenne på alle sansene, eller en løpetur for å klare hjernen. Både form, fargepalett, tekstur, orientering og «veier» i landskapet har påvirket valgene som er gjort underveis. Spesielt med hensyn til mangfoldet i naturen, som har inspirert til mer mangfold i interiøret (ulike farger, materialer og teksturer).



BILDE 8: Veien i skogen



BILDE 9: Orienteringen i skogen



BILDE 10: Mangfoldet i skogen



BILDE 11: Vannet i skogen



BILDE 12: Brobygger i skogen



BILDE 13: Roen i skogen



BILDE 14: Lyset i skogen



BILDE 15: Lyset i skogen

3.6 Ikke gjennomførte metoder

Den empiriske delen av oppgaven er utvilsomt påvirket av pandemien covid-19 som inntraff Norge med strenge smittevernregler. Tomra hadde ikke lengre kapasitet til å bistå med informasjon pga prioritering av andre og viktigere oppgaver. 6 intervjuobjekter (ansikt til ansikt) ble redusert til 2 (via Teams). I tillegg ble befaringsturene til fire fremtidsrettede kontorlokaler avlyst. Som et resultat av dette ble teoridelen lagt mer vektlagt og Pinterest og fagblader (eks NIL Årbok og Næringseiendom) flittig brukt som inspirasjon.

4 KONSEPTUTVIKLING OG LØSNING

4.1 Konsept

Konseptet tar utgangspunkt i Tomra sin historie og merkevare, og er samtidig inspirert av bygningens arkitektur med store vindusflater, geometriske former og karakteristiske uttrykk. Primærfargene til Tomra er blå i ulike nyanser og inne i bygningens «hovedrom» er det blant annet bølgeformet arkitektur som vender ut mot naturen gjennom store vindusflater. Sammen med Tomra sin fokus på resirkulering og bærekraftige profil ble konseptet «Bølgen» skapt. «Bølgen» representerer bevegelse, mangfold og natur.

BEVEGELSE – Bevegelse er viktig på ulike nivåer, virksomheten må bevege seg i samme retning mot et felles mål og det er viktig med god flyt og bevegelse i arbeidshverdagen for å skape energi. Dette har vært spesielt viktig med hensyn på planløsningen.

MANGFOLD – Mangfold både hos de som jobber i virksomheten og i omgivelsene rundt de. Et mangfold i ulike type arbeidsplasser, enten det man skal jobbe alene eller flere, konsentrert eller kreativt. Et mangfold i interiøret (eksempel farger, materialer og tekstiler) gir mer liv og bevegelse (og ikke kjedelig og monotont).

NATUR – Biofilisk design og virksomhetens fokus på en bærekraftig verden passet som hånd i hanske. Naturen står som en viktig kjerneverdi både for virksomheten og som et virkemiddel for å skape en attraktiv og produktiv arbeidsplass. Naturens påvirkning på menneskene er sentral i løsningen.

Den overordnede ideen og formålet med prosjektet å skape gode og positive omgivelser som motiverer oss til å prestere og føle oss bedre. Dette er illustrert med pluss-tegn.

4.2 Arkitektoniske valg

4.2.1 Form og planløsning

Formen tar utgangspunkt i naturen og bølgene, med sine organiske former. Et biofilisk design er også valg i form, i gevinstene dette gir for menneskene som jobber i bygget, både med hensyn til helse og trivsel. De organiske formene kommer spesielt frem i valg av møbler. Møblene er moderne og avrundede i formen. Av konseptuelle elementer ble det laget høye bølgebord i kontordelen, bølgeformet resepsjons- og registreringsdisk og kaffebar i kundesonen, i tillegg til buede vegger som skiller kontorlandskapet fra de kreative sonene i kontordelen. Det er utstrakt bruk av planter i interiøret,

hvor tanken er at de som jobber der selv har ansvaret for at planene ved plassen sin vokser og gror/trives (meningsfylt). I resepsjonen er det et ubenyttet område i dag, som er tiltenkt å være en grønn oase (ute-inne) man kan trekke seg tilbake i. Her kan man gjerne plante trær hvor det vokser frukt og grønt (meningsfylt).

Planløsningen tar utgangspunkt i arealene til rådighet, og hvordan flyten og bevegelsen best mulig blir ivare tatt både med hensyn til de ansatte og det store antall besøkende (både kollegaer fra andre land, regjering og myndigheter, skoler og utdanningsinstitusjoner, kunder). Resepsjonsområdet er virksomhetens ansikt utad og besøkende sitt første inntrykk av selskapet. Dette bør også gjenspeiles i interiøret. Her er det estetikken og merkenavnet som gjelder, og man kan gjerne dra på litt ekstra i valg av farger, materialer og produkter. Det samme gjelder i en viss grad øvrige kundeområder også (møterom og besøks- og demoser).

Kontorløsningen (som har vært hovedfokus i denne oppgaven) vektlegger funksjonalitet og tar utgangspunkt i Tomra sitt behov for større plass og en annen måte å jobbe på, med mer samarbeid og prosjektbaserte oppgaver. For å velge riktig løsning er det viktig å forstå kundens behov og måten de jobber på. En aktivitetsbasert arbeidsplass var et naturlig valg for Tomra, med et godt og bredt utvalg av gode steder å jobbe alene, flere, konsentrert og kreativt. Det var viktig at alle hadde sin egen kontor plass, i tillegg til fleksi plasser for tilreisende kollegaer fra andre Tomra kontorer/land.

Kantinen var trang om plassen med dårlig akustikk, og egnet seg dårlig til noe annet enn en bespisning. Forslaget er å «rydde opp» i inventaret, da dagens runde bord gir en dårlig plassutnyttelse, og samtidig dele opp i ulike soner (kort eller lang lunsj, få eller mange, sosialt eller arbeid). Samtidig ta grep om akustikken og opplevelsen av rommet. På denne måten vil det også være mulig å gjøre dette rommet til et multirom som kan benyttes utenom lunsjtiden, til f.eks. arbeidsmøter, allmøter og sosiale tilstelninger.

4.2.2 Farger og materialer

Farge- og materialvalg er inspirert av naturen, der er det stor variasjon i både farger og teksturer. Som lyng, mose, stein, bark og vann.



Fargepaletten har tatt utgangspunkt i Tomra sin Brand Standard (se vedlegg 1), hvor blå i ulike nyanser er primærfargene. I tillegg er det innslag av sand/jord farger og en komplimentær orange farge. Utfordringen var å «oversette» disse fargene til farger som fungerer i interiøret. Valget landet på ulike blå nyanser i en litt dempet tone (hovedfarge), sammen med grønne innslag i de rolige sonene (aksenttone) og dempet rødorange i de kreative sonene (kontrastfarge). Toalettene i rolige sandfarger. Dette for å skape et levende og variert uttrykk i interiøret, samt skape ulike opplevelser i ulike soner og rom ut fra «rommets» funksjon.

Fargevalget er også i tråd med fargepsykologien. Blått og grønt er en slags superfarge for mennesket, hvor vi trives godt og fargen virker beroligende. Fargen gir høy visuell effektivitet, og blågrønt har vist seg å være den fargen vi jobber best i og gjør minst feil. De rødgule nyansene er kilde til mer liv og positiv energi, og hvor kreativiteten blomster (Thurmann-Moe, 2017). I dette prosjektet ble det benyttet en analog fargepalett i produktiv sone, farger som er nært i slektskap i fargesirkelen, for å skape mest

mulig ro og harmoni. I den kreative sonen ble det benyttet en splittkomplementær fargepalett, hvor man benytter en hovedfarge og istedenfor å velge en kombinasjon av farger som ligger rett ovenfor hverandre i fargesirkelen, tar man et steg til hver side av en av fargene og velger derfra. I vårt tilfelle rødorange. Farge- og material collager ble benyttet aktivt for å skape den riktige opplevelsen i rommene.



FIGUR 4: Forskjellige fargepaletter, analog i arbeidssonen sone og splittkomplimentær i kreative soner (Thurmann-Moe 2017, 31)

Valg av materialer har tatt utgangspunkt i hva som er bra for mennesket, både med hensyn til funksjon, materialitet og bærekraft. På gulvflatene er det naturskifer i ulike størrelser i resepsjonen, tepper fra Interface og Bolon i arbeidssonene og parkett i ask i de sosiale sonene. Tekstilene er kvalitetsprodukter i ull, malingen er Jotun Sens (anbefalt av Norges Asma- og Allergiforbund) og møblene i ask, valnøtt og høytrykkslaminat (HPL). I de interne sonene er det lagt mer vekt på funksjonalitet, mens det i de eksterne kundesonene er lagt mest vekt på estetikk. Gjennomgående for alle materialvalgene er at det er god kvalitet med lang holdbarhet (les mer om dette under 4.3 Bærekraft). Det er også benyttet Tomra sine egne brand bilder for å skape Tomra-følelsen i lokalene.

4.2.3 Belysning

Dagslys og det å få naturen inn i lokalene har vært viktig for utviklingen av løsningen. Kontorplassene er i størst mulig grad plassert i nærheten av vinduer og dagslyset, og det er i minst mulig grad satt opp vegger som sperrer for dagslyset (eks støyskjermen/hylleløsning i sosial sone på kontordelen). Fravær av gardiner for maksimal innslipp av dagslys.

Av kunstig belysning er det tre ulike kategorier; *Allmenbelysning* (downlights og lysskinner), *stemningslys* (pendler) og *funksjonslys* (spotskinner og kontorlamper). Alle disse kategoriene er ivarettatt med ulike type belysninger, alle med mulighet for dimming av lyskilden. Det er også foreslått

fullspekteret belysning (5000 Kelvin) over områder med mye planter for optimale vekstforhold og refleksjon av lys på planter. Dette lyset må stå på i ca 18 timer (*Viumdal 2018, 206*).

I tillegg er det tatt høyde for et lysstyringsløsning for å spare på energien og imøtekomme behovet for individuell justerbar arbeidsplassbelysning. Det er ulik fargetemperatur i de ulike belysningene utfra funksjon (varmhvit i de kreative og sosiale sonene og litt kaldere/hvitere i arbeidssonene).

4.2.4 Akustikk

Et menneskevennlig miljø er viktig å gjøre akustiske tiltak for å skape et godt sted å være, spesielt siden vi snakker om et sted hvor man skal oppholde seg over tid (arbeidsplass). Det er lagt stor vekt på akustiske grep for å sikre et godt arbeidsmiljø i forhold til støy i, spesielt i kontordelen men også i bygningen forøvrig (spesielt kantinen der støy var et stort problem). Hensyn et til støy var nevnt som en av kriteriene for ny løsning, og forskning viser at mange av helseplagene knyttet til arbeidsplassen skyldes støy, lys og luftkvalitet. Ved å fjerne cellekontorene er det viktig å kompensere med andre virkemidler for å skape gode arbeidsforhold.

Et av virkemidlene er naturligvis å gi de ansatte noise cancelling øretelefoner til å ha på kontorplassen sin, samt tilstrekkelig med stillerom man kan oppsøke når man skal konsentrere seg litt ekstra er viktig. I kunnskapsbedrifter er det anbefalt 1 stillerom per 8 ansatte (Kommunal- og Moderniseringsdepartementet, 2014), og i dette er det lagt opp til 1 stillerom per 6,4 ansatt da man ser et økende behov for denne type rom mhp flere virtuelle møter. Videre er det satt opp flere støyskjermer/skillevegger, mellom kontordel og kreative soner, samt sosial sone og fleksi plassene. Sistnevnte støyskjerm er laget i biofilisk design da det var viktig å ha dagslys og planter i den sosiale sonen uten at det skulle gå på bekostningen av støy mellom sonene. Det ble derfor satt opp en glassvegg bak hyllesystemet for å ivareta begge behov.

Videre er det laget en spilevegg med lydabsorberende plater bak, i forbindelse med trappen. Lydabsorberende systemhimling i alle rom, utstrakt bruk av møbler med tekstiler og allergivennlige tepper og akustikkplater både mellom og under kontorpultene.

4.3 Bærekraft

Konseptet og løsningen tar hensyn til bærekraft på ulike områder. Naturlige materialer og *kvalitetsmaterialer* med lang levetid er miljøvennlige valg. I mange tilfeller vil man kunne velge mellom mer og mindre bærekraftige varianter av materialer, f.eks. ulike typer tepper eller tre. I prosjektet er det

forsøkt å gjøre mest mulig bærekraftige valg av materialer og produkter. Både ask og valnøtt er kortreiste materialer som ikke er utrydningstruet og teppene er resirkulerte av gjenvinnbare materialer.

Det er begrenset med skreddersydde møbler og løsninger, og alle møte- og stillerom er bygget i systeminnredning som enkelt kan flyttes etter behov. Det samme gjelder himlingsplatene, belysningen og teppeflisene. Denne *fleksibiliteten* bidrar til en forlenget levetid av produktene. Skal løsningen endres må man ikke erstatte eksisterende løsninger med nye, men kun flytte på de eksisterende.

4.4 Universell utforming

En bærekraftig løsning kan ikke være bærekraftig uten å være inkluderende og universell, og dermed legge til rette for mennesker med funksjonsnedsettelse.

Asmervik (2009) nevner sju prinsipper som kjennetegner universell utforming:

- Like muligheter for bruk: Løsningene skal være tilgjengelige for alle og skal vise lav eller ingen stigmatisering av brukere.
- Fleksibel bruk: Utformingen skal tilrettelegge for ulike metoder for bruk.
- Enkel og intuitiv bruk: Med det menes at løsningen ikke bør fremmedgjøre brukere.
- Forståelig informasjon: Med tanke på brukere som ikke kan benytte alle sanser til å lese informasjon.
- Feiltoleranse: Løsningen bør utelukke eller minimere skader og uhell.
- Liten fysisk anstrengelse for brukere.
- Størrelsen på området: Tilgang og bruk tar hensyn til menneskets rekkevidde, kroppsstørrelse eller mobilitet.

Konseptet forsøker i størst mulig grad å sørge for at hovedløsningene er tilgjengelige for alle, slik at man unngår spesielløsninger som kan være diskriminerende. Dørene til møterom og toaletter er byttet fra 9M til 10M dører, i tillegg er det foreslått en ny toalettløsning i kontordelen, med like dame- og herretoaletter samt en HCWC. Alle overganger er terskelfrie.

Avstanden mellom løst og fast inventar/vegger er minimum 90 centimeter, for å tilfredsstille anbefalingene i Byggforsk.

Gulvmaterialer, himlingsoverflater og belysning er brukt som veivisere for å lette orienteringen, særlig for å tydeliggjøre trafikksoner og vise vei i kontordelen. Dørhåndtak og knotter er i kontrastfarge til dørene og skuffene.

5 AVSLUTNING OG OPPSUMMERING

Det er vanskelig å spå hvordan fremtidens arbeidsplass vil se ut, men det er definitivt vært en nyttig øvelse å friske opp kunnskapen om menneskenes grunnleggende behov (ref Maslows behovshierarki), sette seg inn i de ulike generasjonene for å forstå deres erfaringer og verdigrunnlag, og følge med på den kontinuerlige debatten knyttet til arbeidsplassutformingen. I tillegg var frokostseminaret med fremtidsforsker Peter Majanen en tankevekker i forhold til å forstå kontorets funksjon i bymiljøet, og hvor nabolaget blir viktigere og viktigere. Trender som vil prege de neste årene med hensyn til samfunn (meningsfull økonomi, bærekraft og deling) og egenskaper (løse komplekse problemer, samarbeid og «skjønnhet»). Alt dette påvirker arbeidsplassen og hvordan den vil formes i fremtiden. Med dette som bakteppe, i tillegg til teori, ble løsningen og konseptet skapt hos Tomra. Tomra hadde også sine tanker, ideer og behov om hvordan de ville ha det, så utfordringen var å kombinere dette med tankene om fremtiden. Skal hver ansatt ha sin egen arbeidsplass eller er den tid forbi, og det eneste man har behov for er fasiliteter «on-demand»? Eller vil arbeidsplassen få en forsterket sosial rolle hvor viktigheten av tilhørighet og samvær overstyrer mulighetene som teknologien gir oss? Her gjelder det å ha begge tankene i hodet samtidig. Midt oppe i dette inntraff Covid-19 pandemien med strenge smittevernsregler og hjemmekontor som den «nye standarden», og samfunnet fikk kjenne på hvordan det fungerte uten en arbeidsplass å gå til. På kort sikt kan det fungere for de fleste, men på lengre sikt melder behovene seg for å være sosial, føle en tilhørighet og få annerkjennelse for jobben man gjør i større grad. Som en av intervjuobjektene påpekte, det var behagelig med hjemmekontor i starten men savnet etter kollegaene, fravær av informasjon og de begrensede mulighetene teknologien ga når det kom til workshops og kreativt arbeid overskygget fordelene. Uansett, prosessen frem til løsningen og kommunikasjonen med de ansatte er sentralt for og lykkes med å skape en god arbeidsplass.

Løsningen i dette prosjektet tar høyde for at behovet for en arbeidsplass tilpasset menneskene, med den tryggheten og sosiale tilhørigheten dette gir, fortsatt er gjeldende. Dette kan naturligvis variere fra selskap til selskap og fra bransje til bransje, men i en kunnskapsbedrift som Tomra er dette tilfelle.

Aktivitetsbasert arbeidsplass var et naturlig valg, i forhold til økt samarbeid, flere prosjekter og muligheten teknologien gir mobile ansatte. Det var et stort behov for ulike «rom» til ulike formål. Videre er hensynet til mennesket og deres helse og velvære en viktig faktor. Med selskapets bærekraftige profil var det naturlig å velge et biofilisk design med naturlige former og farge- og materialvalg, og følge BREEAM og WELL sine tiltak og anbefalinger. Det var også et sterkt behov for å

oppgradere arbeidsplassen i forhold til det estetiske, for å fremstå som en attraktiv arbeidsplass med et sterkt merkenavn.

Grunntanken ble tidlig å skape «positive» rom, ikke fylt med leker og sterke farger, men rom som fungerer til sitt formål og som gjør godt for mennesker. I tillegg bør arbeidsplassen og løsningene fremstå som meningsfulle, som for eksempel bærekraftige valg i interiøret, vanning av egne planter, plukke frukter fra Tomra sin oase. For å være en attraktiv arbeidsplass i en travel tid er det en fordel å tilby ulike fasiliteter (spesielt siden Tomra sine lokaler ikke ligger i nærheten av andre fasiliteter) som treningsrom, tilrettelegging for sykkel til jobb inkl eget sykkelverksted, Hvit-Snipp (vask&rens), lokaler man kan låne/leie til private formål (kantine/multirom), Tomra vannflaske og vann-tappekraner, hvile-/refleksjonsrom, og gjerne et innslag av lek. Generasjonen som inntar arbeidsmarkedet nå ser på verden som en lekeplass, like mye som en arbeidsplass.

Løsningen tar hensyn til og ivaretar faktorene nevnt ovenfor (natur, helse, tilhørighet, sosialt, meningsfylt, attraktiv, bærekraftig, leken), med en god flyt, fungerende løsninger og en helhetlig tankegang som det grunnleggende på en god arbeidsplass.

6 LITTERATURLISTE

FAGBØKER

Andresen, Unn Conradi, og Arne H. Krumsvik. «Intervju som metode» i Metodebok for kreative fag, av Hans Erik Næss og Lene Pettersen, 76-86. Oslo: Universitetsforlaget, 2017.

Asmervik, Sigmund. 2009. *Universell Utforming*. Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.

Ching, Francis D.K. og Corky Binggeli. 2012. *Interior Design*. John Wiley & Sons, Inc.

Gagg, Russell. 2012. *Basics Interior Architecture 05: textures + materials*. Worthing: Ava Publishing sa.

Kellert, Stephen R. and Wilson, Edward O. 1993. *The Biophilia Hypothesis*. Washington, DC: Island Press

Kopec, Dak. *Environmental psychology for Design*. 2nd and 3rd Edition. New York: Bloomsbury

Lerdahl, Erik. 2007. *Slagkraft. Håndbok i ideutvikling*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag

McDonough, William og Michael Braungart. 2002. *Cradle to cradle: Remaking the way we make things*. London: Vintage books.

Meshner, Lynne. 2018. *Basics Interior Design 01: Retail Design*. Lausanne: Bloomsbury Publishing

Nordberg-Schulz, Christian. 1992. *Mellom jord og himmel: en bok om steder og hus*. 2. utg. Oslo: Pax

Norberg-Schulz, Christian. 1980. *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. New York: Rizzoli

Pallasmaa, Juhani. 2012. *The Eyes of the Skin. Architecture and the senses*. John Wiley Sons Inc

Rasmussen, Steen Eiler. 2003. *Om at opleve arkitektur*. 2. Utg. Aarhus: Fonden til Udgivelse af Arkitekturværker

Thuren, Torsten: *Vitenskapsteori for nybegynnere*. Oslo: Gyldendal Akademisk

Thurmann-Moe, Dagny. 2017. *Farger til folket!* Oslo: Cappelen Damm

Viumdal, Jørn. 2018. *Skoglufteffekten*. Naturens kraft innendørs. Oslo: Panta Forlag.

FORSKNINGSARTIKLER

2020. *Maslows Hierarchy of Human Needs*

<https://www.simplypsychology.org/maslow.html>

2020. *The impact of office design on medically certified sickness absence* by Nielsen MB and Knardahl S. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31647108/>

2020. *The relationship between interior office space and employee health and well-being – a literature review* by Susanne Colenberg, Tuuli Jylhä & Monique Arkesteijn.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09613218.2019.1710098>

2019. *Building and Environment: Office concepts: A scoping review* by A. Gjerland*, E. Sjøland, F. Thuen

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360132319305049>

2017. *Brave new workplace: A look at how generations X, Y AND Z are reshaping the nature of work.* by Universum

<https://universumglobal.com/blog/brave-new-workplace-gen-x-y-z/>

2017. *The rise and rise of Activity Based Working. Reshaping the physical, virtual and behavioural workplace.* Leesman.

https://www.leesmanindex.com/The_Rise_and_Rise_of_Activity_Based_Working_Research_book.pdf

2016. *The practice of biophilic design* by Stephen R. Kellert and Elizabeth F. Calabrese

<http://www.xpuro.com/wp-content/uploads/2016/08/Biophilic-Design.pdf>

2014. *Arbeidsformer i fremtidens regjeringskvartal – miljø, teknologi og samhandling.*

Kommunal- og Moderniseringsdepartementet.

https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kmd/bst/rapport_arbeidsformer_fremtidig_regjering_skvartal.pdf

2014. *14 patterns of biophilic design.* William Browning, Hon. AIA Catherine Ryan and Joseph Clancy.

<https://www.terrabinbrightgreen.com/wp-content/uploads/2014/09/14-Patterns-of-Biophilic-Design-Terrapin-2014p.pdf>

NETTSIDER

Arkitektnytt: 8. januar 2020

<https://www.arkitektnytt.no/nyheter/okt-autorit-et-gjennom-forskning>

Arkitektur-N. Lesedato: 8. januar 2020

<https://www.arkitektur-n.no/artikler/cellekontor-kontorlandskap>

Byggallianse. Lesedato: 20. januar 2020

<https://byggalliansen.no/wp-content/uploads/2019/06/SD-5075NOR-BREEAM-NOR-2016-Nybygg-Versjon-1.2.pdf>

Byggallianse. Lesedato: 20. januar 2020

<https://byggalliansen.no/helsefremmende-bygg-og-well/>

NETTSIDER FORTS.

Byggallianse. Lesedato: 20. januar 2020

<https://byggalliansen.no/sertifisering/breem/>

Forskningsrådet. Lesedato: 5. februar 2020

<https://prosjektbanken.forskningsradet.no/#/project/NFR/245484>

Interface. Well Building Guide. Lesedato: 20. Januar 2020

http://interfaceinc.scene7.com/is/content/InterfaceInc/Interface/EMEA/eCatalogs/Brochures/Well%20Building%20Design%20Guide/English/ec_eu-wellbuildingguide-en.pdf

Mellomrom Arkitekturpsykologi. Lesedato: 8. januar 2020

<https://www.mellomrom.no/forskning>

Mellomrom Arkitekturpsykologi. Lesedato: 8. januar 2020

<https://www.mellomrom.no/post/gode-kontor%C3%B8sninger-handler-om-god-ledelse>

Mellomrom Arkitekturpsykologi. Lesedato: 8. januar 2020

<https://www.mellomrom.no/post/cellekontor-eller-kontorlandskap-dette-sier-forskningen-om-hva-som-er-best>

Mellomrom Arkitekturpsykologi. Lesedato: 8. januar 2020

<https://www.mellomrom.no/post/god-arbeidsplassarkitektur-skal-bli-merkevere>

Mellomrom Arkitekturpsykologi. Lesedato: 8. januar 2020

<https://www.mellomrom.no/post/planlegg-for-fremtiden>

Mellomrom Arkitekturpsykologi. Lesedato: 8. januar 2020

<https://www.mellomrom.no/post/aktivitetsbaserte-arbeidsplasser-her-for-å-bli>

WELL Certified. Lesedato: 20. Januar 2020

<https://www.wellcertified.com/certification/v2/>

ANNET

Byggforsk, <https://www.byggforsk.no>

371.801 Serveringssteder

220.320 Universell utforming av arbeids- og publikumsbygninger

344.210 Strategier for valg av kontorløsninger

320.100 Menneskers rekkevidde og plassbehov

Majanen, Peter. 2020. Frokostseminar "Fremtidens byer og kontorer» fra Quattroporte.

NRK TV. *Brennpunkt: Kontoret*. 2018:

<https://tv.nrk.no/serie/brennpunkt/2018/MDDP11000618/avspiller>

VEDLEGG 1: Tomra Brand Standards (Decoration page 39)

DECORATION OPTIONS: OFFICE WITH MORE SPACE FOR DECORATION

KEYWORDS: OPEN SPACES, overall bright areas, use strong messages (images, typography) to emphasize the TOMRA brand and/or the specific Business Stream, use colors and round shapes to create softness and/or contrasts.

Tip: decorate whole walls / use large images together / bold, strong colors



Wall color options



Detail color options



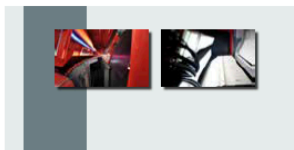
Color/statement/image



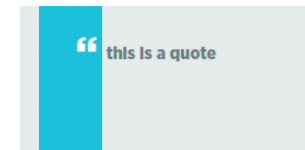
Images covering one whole wall



Color parts of walls



Color parts of walls in combination with images



Color parts of walls in combination with quote

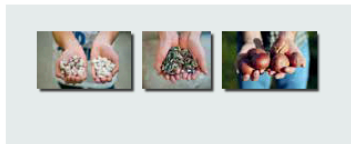


Detail color options

[BACK TO INDEX](#)

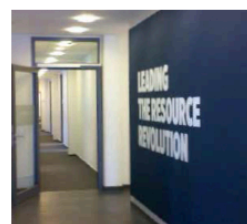
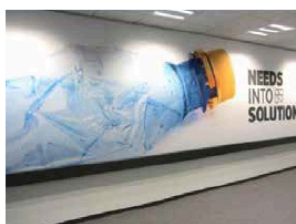
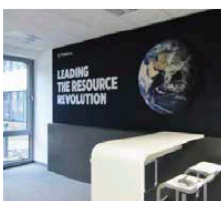
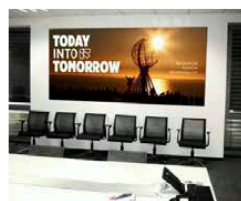
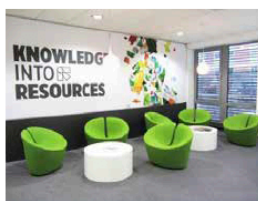


Use several larger images



One large image

EXAMPLES



VEDLEGG 2: Intervjuguiden

Del 1 – Arbeidshverdagen hos Tomra

Beskrivelse av arbeidshverdagen til deg og din avdeling:

- 1.1. Hvor lett synes du det er å utføre arbeidsoppgaver som krever fokus og konsentrasjon?
Hvorfor er det lett/vanskelig?
- 1.2. Hvor og hvordan jobber du/dere kreativt?
- 1.3. Hvor samles dere til uformelle og formelle møter, og hvordan fungerer det?
- 1.4. Er det nok og gode nok soner/områder for ulike typer arbeid? Hvorfor/hvorfor ikke?
- 1.5. Føler du at du alltid har et sted å gå som er tilpasset den jobben du skal gjøre? Hvis nei, hvorfor? Er det noe du savner, og evt. hvorfor?
- 1.6. Vil du definere deg og din avdeling som en stillesittende, delvis mobil eller veldig mobil arbeidstager/avdeling?

Hvordan opplever du at kontorlokalene er tilrettelagt i forhold til:

- 1.7. Å være produktiv? Hva er bra og hva er ikke så bra? Hvorfor?
- 1.8. Smarte løsninger? Hva er bra og hva er ikke så bra? Hvorfor?
- 1.9. Attraktivitet? Hva er bra og hva er ikke så bra? Hvorfor?
- 1.10. Er du stolt av den arbeidsplassen din? Hvorfor/hvorfor ikke?
- 1.11. Hvilke tanker har du om hvordan Tomra vil være som arbeidsplass i fremtiden? Vil man arbeide på andre måter enn i dag?

Del 2 – Interiøret hos Tomra

1. Hvordan trives du på arbeidsplassen i forhold:
 - a. Layout/løsning: Føler du at det er en riktig fordeling av cellekontorer, åpne landskap og aktivitetsbaserte soner, slik at man alltid kan jobbe et sted som er tilpasset den jobben man skal gjøre? Opplever du at det er for mange eller for få soner av en bestemt type?
 - b. Farger og materialer: Synes du det er fint her? Hva er fint/ikke fint? Hvorfor liker du det/liker det ikke?
 - c. Lys: Er det bra/behagelig lys?
 - d. Lyd: Er det lite eller mye støy?
 - e. Er det god luft og passe temperatur?
2. Hva er bra med arbeidsplassen og hva kunne vært bedre? Noe du savner?
3. Hva synes du om:
 - a. De sosiale sonene?

- b. Kundeområdene?
 - c. Resepsjonsområdet?
 - d. Oppfølging: Hva er bra/dårlig og hvorfor? Hvilke konsekvenser får det?
4. Hvilke farger og materialer beskriver Tomra sin identitet best?
 5. I forbindelse med ombyggingen av arbeidsplassen, hvor viktig føler du at de ansattes meninger har vært i prosessen? Føler du at du er blitt hørt og fulgt opp?
 6. Har ombyggingen av arbeidsplassen kun vært en fysisk endring, eller har den også vært en del av en organisasjonsendring?

Del 3 – Preferanser og tanker om fremtiden (inkl eksempler)

1. Hva er viktig for deg i forhold til det fysiske miljøet på arbeidsplassen?
 - a. Er du fornøyd så lenge det er funksjonelt, så du får utført ulike arbeidsoppgaver på steder som er tilrettelagt for det, og at dette fungerer godt?
 - b. Hvor viktig er det for deg hvordan lokalene ser ut, og at du synes det er hyggelig/fint?
 - c. Tenker du over hva slags type lys det er i lokalene, og føler du at det påvirker deg?
2. Hva er den optimale arbeidsformen for deg? Cellekontor, åpent landskap, aktivitets basert landskap?
3. Hvordan tror du arbeidslivet og arbeidsplassen vil se ut om 20 år?
4. Hvilke tanker og følelser dukker opp når du ser følgende bilder, og hvorfor? Ranger.

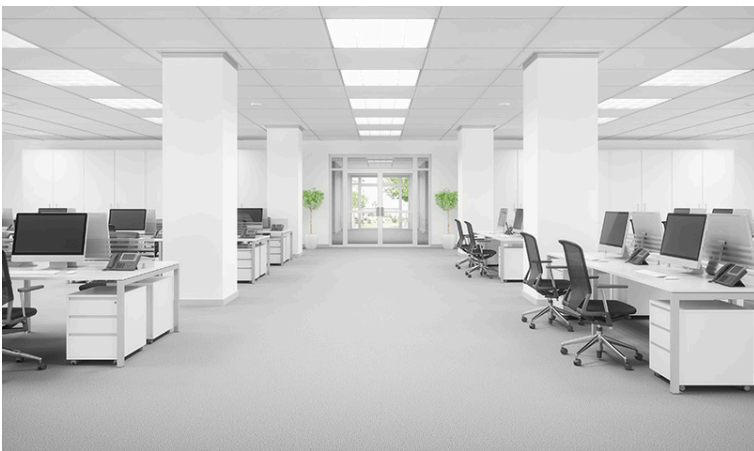
A. Biofilisk design – naturlige materialer



B. Kreativt design (fargerikt)



C. Stramt design (hvit, grått og sort – monokrom)



D. Eksklusivt



E. Industriell



F. Nordisk



VEDLEGG 3: Intervju Interiørarkitekt

Telefonintervju med interiørarkitekt, mandag 16. mars 2020.

Utført via telefon istedenfor ansikt til ansikt pga Coronavirus og myndighetenes restriksjoner knyttet til pandemien:

Prosjekt hos Tomra:

Startet med en etterspørsel fra en avdeling (R&D) i Tomra som ikke var fornøyd med lokalene sine mhp akustikk (pga harde overflater/materialer eks linoleum) og støy (gangsoner nær arbeidsplasser). Lokalene bestod av en kombinert løsning av cellekontor og åpent landskap. Ingen helhet eller flyt i lokalene pga manglende plan og tilfeldig utforming. De ønsket en fortsatt «hybrid» løsning med plass til 85 personer og med mulighet for vekst. Viktig med en tilknytning og en tilhørighet til lokalene og avdelingen, og ønsket derfor ikke fleksiplasser (frykt). Avdelingen hadde allerede benyttet mye tid internt mhp å kartlegge behovet og forslag til løsninger, og prosjektet hadde derfor et godt eierskap og en bred enighet internt. R&D kjennetegnes av prosjektarbeid, mange mannlige medarbeider og relativt ung gjennomsnittsalder (...)

Her er noen av kravene til ny løsning:

- Minimere gjennomgangstrafikk i arbeidssoner
- Redusere støy, også visuell støy

- Ha smårom til diskusjon/telefonsamtaler i kort avstand fra arbeidssoner
- Ha soner for både linjearbeid og prosjekt
- Fleksibilitet på plassering i ulike prosjektfaser
- Ha et eget kreativt rom/område
- Plasser til både faste ansatte og gjester
- Flere møterom til å imøtekomme økende behov
- Fleksible løsninger for fremtidige behov
- Attraktive arbeidsområder for å gjøre Tomra til en attraktiv arbeidsplass

Interiørarkitektens oppgave:

Opgaven bestod i hovedsak å analysere behovene og foreslåtte løsninger, og legge en strategi for hvordan interiørarkitektens rolle kan bidra til økt verdi inn i prosjektet. Viktig å lytte til brukerne og bidra med sin kompetanse! Essensiell informasjon er hvordan avdelingene jobber og samarbeider mhp plassering, logistikk/flyt og kommunikasjon. Hvilke avdelinger har mest besøk av kunder/eksterne etc. Hva fungerer med dagens løsning og hvilke forbedringer ønskes.

Organisasjonsutvikling har også blitt en viktig del av prosjektet, og hvordan endringen/flyttingen kan bidra til endringer i organisasjonen. Med bakgrunn i analysen og god kommunikasjon med Tomras prosjektgruppe (lederguppen i R&D) utarbeidet interiørarkitekten et romskjema. Her er fokus på balanse og flyt i rommet, samt muligheten for sirkulasjon. Balanse mellom bla åpenhet vs tetthet. Videre utarbeid bestod i å gjenskape firmaets designprofil til interiøret, hvor fargevalgene tar utgangspunkt i fargepaletten til firmaet, og samtidig ta hensyn til bedriftens verdier og byggets identitet. Dette blir også prosjektets «konsept»!

Utfordringer:

Kunden hadde selv sterke meninger og ønsker om løsning, og valgte i enkelte tilfeller «sine» løsninger fremfor faglig begrunnede løsninger og erfaringer fra interiørarkitekten. Dette gjaldt spesielt størrelsen på kreativ sone, cellekontorer i enden av lokalet som hindrer sirkulasjon i rommet, runde møtebord (samlende og inkluderende). I ettertid ser man også at de åpne arbeidsplassene med fordel kunne vært plassert tettere pga arbeidets karakter (prosjektarbeid). Når det gjaldt «konseptet» knyttet til firmaets designprofil er det utfordrende å benytte en fargepallett som er beregnet til 2D og gjøre den om til 3D, spesielt mht varighet. Fargene ble derfor moderert pga vurdert som for sterke farger.

Løsning:

Ulike avdelinger hadde ulike behov i forhold til åpent landskap, cellekontor og ABW. R&D som stort sett jobber prosjektbasert med tett samarbeid ønsket mest mulig ABW, mens andre avdelinger som

jobbet mer individuelt ønsket en kombinasjon av cellekontor og åpne landskaper, og i mindre grad ABW. Felles for alle avdelingene var at de ønsket fleksible løsninger med mulighet for vekst og endring. Fargene i møbler, tekstiler og overflater tok utgangspunkt i designprofilen, moderert til å passe et varig interiør. Kampanjebilder ble benyttet til folierte vegger og som utsmykking, avhengig av motivet. Det var lite mulighet for gjenbruk i prosjektet pga lokalene og møblene var «brukt opp». Det bærekraftige elementet i prosjektet var fleksible og varige løsninger/valg, med fokus på kvalitet. Eksempler på dette er kvalitetsmøbler fra Kinnarps og utstrakt bruk av ull som tekstil (varig, et godt materiale og fungerer som lydabsorbent). Lite hensyn til dagens trender og bruk av skreddersydde løsninger pga varighet og fleksibilitet. Interiørarkitekten hadde jobbet flere år i Kinnarps men var ikke bundet til dette merket. Hun innrømmet allikevel at bredden i produktsortimentet sammen med god kunnskap og erfaringer med merket gjorde at Kinnarps ofte ble preferert fremfor bla HÅG og Vitra. I tillegg til arketyper. Et siste tips fra interiørarkitekten «Det ligger i detaljene».

VEDLEGG 4: Intervju Ansatt 1

Microsoft Teams intervju, mandag 23. mars 2020.

Sitter i lite, åpent kontorlandskap. Satt tidligere på cellekontor med en kollega.

- 1.1 Det går fint å utføre arbeidsoppgaver som fokus og konsentrasjon pga benytter noise cancelling øretelefoner eller går inn på et stillerom. Sitter nok på stillerom 1/3 av tiden. I tillegg er det akseptert å sitte hjemme de dagene man har behov for det.
- 1.2 Vi jobber kreativt stort sett i grupper og benytter tilgjengelige grupperom som man ikke trenger å booke. Nå har vi også fått et eget kreativt grupperom som vi benytter endel. Personlig jobber jeg stort sett digitalt når jeg skal være kreativ, men andre på avdelingen jobber mer fysisk mhp gule lapper og white board.
- 1.3 De formelle møtene avholdes i møterommene som man booker på forhånd, mens de uformelle møtene foregår på flere forskjellige steder, enten grupperom eller ulike sosiale soner. Det er kjempebra!
- 1.4 Ja, jeg føler jeg det alltid er et sted å gå som er tilpasset oppgaven jeg skal gjøre. Bruker mye Skyperom og grupperommene. Det er fortsatt utfordringer å få booket møterom pga kapasitet, men har blitt mye bedre pga flere møterom. Det har også blitt bedre pga skjermer utenfor møterommene hvor man kan booke direkte hvis noen ikke har dukket opp etc. Alle har egne plasser i tillegg til noen fleksi plasser til besøkende og en evt vekst i antall ansatte. Synes det er veldig fint at avdelingen vår har en egen «sone» pga føler meg mer hjemme.
- 1.5 Savner ikke noe. Satt tidligere på cellekontor, alene eller med en kollega. Sitter nå i delvis åpent landskap og er veldig fornøyd. Gleder seg til å komme på jobb pga arbeidsplassen er mer dynamisk og ser veldig fint ut.

- 1.6 Avdeligen er delvis mobil, med en god blanding av arbeid ved pult og på møter (internt og eksternt).
- 1.7 Føler at arbeidsplassen er produktiv pga mange muligheter på hvor og hvordan man ønsker å jobbe.
Arbeidsplassen er attraktiv nå, men var ikke det tidligere. Tenkte ikke så mye på det tidligere pga vant til å ha det slik, men nå som de har startet oppussingen kjenner jeg at jeg er ekstra stolt av arbeidsplassen og synes det er gøy å vise den frem!
- 1.8 Tomra vil være et attraktivt sted å jobbe også i fremtiden pga sitt fokus på miljø og bærekraft. De unge er flinke til å ta i bruk ny teknologi og de nye lokalene, man ser allerede at de unge jobber «smartere». Vi har snakket lenge om å kutte ned på reisingen (fly) pga miljø og tidkrevende, så kanskje Corona tiden vil gjøre at vi faktisk gjør noe med det?! Akkurat nå er det reiseforbud og det fungerer veldig fint med Microsoft Teams møter, i allfalle hvis de ikke er for lange. Workshops er også bedre ansikt til ansikt...
- 2 Det er en god kombinasjon av ulike layouts, men det er ingen cellekontorer lengre. Ikke engang ledelsen skal ha eget cellekontor. Tidligere hadde mer eller mindre alle cellekontor. Mer sosialt og hyggelig nå.
- 2.1 Var skeptisk til tepper men nå som vi har fått det synes jeg det er lunt og fint. Bra mhp lyd også! Mørke tepper og vegger gjør det også lunt og hyggelig. De grafiske elementene og kule bildene gjør at man ser at det er Tomra.
- 2.2 Bra lys. Generell belysning og ikke lys på egen pult. Har ikke savnet det...
- 2.3 Bra mhp støy.
- 2.4 God luft, har ikke hatt noe hodevondt. Litt kaldt avogtil. Ingen mulighet til å justere selv, og heller ingen egne ovner.
- 2.5 Tomra farge: Blå. Har fått noen nye farger i brand guiden men det er blå som er den originale!
Tomra materiale: Plast
- 2.6 Det har vært en god prosess med ombyggingen med brukerinvolvering gjennom jevnlig fellesmøter, spørreundersøkelser og oppfølging på mail og intranett. I tillegg var de ansatt på kurs hos Kinnarps. Ser at de yngre er flinkere til å ta i bruk de nye sonene, samt de som har vært i prosjektgruppen, men iflg Kinnarps kan det ta opptil et år før ansatte endrer måten å jobbe på. Ser allerede at flere har blitt flinkere.
- 2.7 Ombyggingen var først og fremst en fysisk endring pga vekst i organisasjonen, men litt tilfeldig har det nok endret organisasjonen også.

- 2.8 Tidligere tenkte jeg at det funksjonelle var det viktigste på jobben men nå som vi har fått det så fint merker jeg at det også betyr veldig mye! Mer enn jeg trodde. Setter veldig pris på at vi har fått det så fint på Tomra, blir både glad, fornøyd og stolt av å jobbe her.
- 2.9 Trives best med å jobbe i åpent landskap, med ulike arbeidssoner.
- A. Varmt, spennende, hyggelig, annerledes.
 - B. Lyst og åpent, liker det godt, fresh, kult.
 - C. Kjedelig.
 - D. Annerledes. Ingen god følelse, men likte fargene. Litt kaldt. Tror det er båsene rundt pultene som gjør at jeg ikke liker det så godt.
 - E. Veldig fint. Hyggelig sted å sitte. Ser ikke ut som en arbeidsplass.
 - F. Vet ikke. Stilig. Kaldt. Ikke inviterende.
- 2.10 Ranger:
- 1. B
 - 2. E
 - 3. A
 - 4. D
 - 5. F
 - 6. C

VEDLEGG 5: Intervju Ansatt 2

Microsoft Teams intervju med ansatt 2, fredag 3. april 2020.

Sitter i lite, åpent kontorlandskap. Satt tidligere forskjellige steder pga for få kontorplasser.

- 1.1 Synes ikke er så enkelt å jobbe med konsentrert arbeid pga det er lav terskel for å gå bort og forstyrre folk, selv med hodetelefoner på. Det var ikke optimalt tidligere heller pga da stod folk i døren eller i gangen og snakket høyt (dårlig akustikk), eneste var at man kunne lukke døren! Nå er det fint med stillerom, men må bare huske på å benytte de.
- 1.2 Blir mer kreativ av å jobbe i et åpent enn lukket landskap pga får mer inspirasjon fra omgivelsene. I de nye områdene er det variert møblering og bilder på veggene.
- 1.3 Uformelle møter foregikk tidligere ved at man stod inne på kontorene, i døren eller i gangene, nå har man korte samtaler ved pultene. Oppsøker et annet sted hvis det er en lengre samtale eller at det er flere som er med i samtalen, feks et ledig grupperom eller oftest i en av de sosiale sonene. De sosiale sonene ligger i god avstand fra arbeidsplassene.
- 1.4 Synes det er en god balanse i ulike soner og ulike størrelser på møterom etc. Tidligere hadde vi dårlige møteroms fasiliteter, enten det var for få eller feil størrelse. Fikk gjort jobben

tidligere, men bedre nå pga mer muligheter og variasjon. De nye fasilitetene gjør også at det blir enklere og mer samarbeid.

- 1.5 Ja, ref svarene ovenfor.
- 1.6 Avdelingen min er en god kombinasjon med stillesittende utviklere, delvis mobile prosjektledere og veldig mobile selgere.
- 1.7 Produktiv og smart arbeidsplass pga gode fasiliteter mhp ulike måter å jobbe på. Det er bare viktig å vite hvordan man skal benytte de ulike fasilitetene.
- 1.8 Nå er jeg skikkelig stolt av arbeidsplassen min, men må faktisk innrømme at jeg synes det var utdatert og kjipt tidligere. Lokalene stod ikke helt i stil til Tomra og hvor fremtidsrettet og flott arbeidsplass dette egentlig er.

Del 2

2.0 Liker layout og løsning nå, med god variasjon og mer åpent og dynamisk.

- 2.1 Liker interiøret veldig godt, fint med farger til ulike stemninger. Vi har gule møterom som er kreative og inspirerende og grønne møterom som er mer nedtonet og rolige. Liker også at det er innslag av tre i interiøret, eik som er lasert for et moderne uttrykk. Og, teppene er magiske i forhold til lyden!
- 2.2 Godt lys pga mer åpent og mer naturlig dagslys. Det er veldig behagelig! I tillegg tror jeg det er bedre lys i lampene. Kan kontrollere belysningene i de ulike sonene, men ikke individuelt (bortsett fra et par unntak pga lyssensitivitet)
- 2.3 Lyden er veldig god, det er faktisk bedre lyd og akustikk i lokalene nå som det er åpent enn da vi hadde cellekontorer pga teppene!
- 2.4 Bedre luft og ventilasjon, noen mener det er litt kaldt, men vi kan kontrollere noen av varmeovnene på veggene.
- 2.5 Vi har litt planter men skulle gjerne hatt mye mer pga skaper liv og er beroligende.
- 2.6 Veldig fornøyd med arbeidsplassen, men skal jeg ønske at noe var annerledes så kunne jeg ønske meg at vi hadde et mer morsomt rom med shuffleboard, biljardbord el.l. Treningsrommet kunne gjerne vært større, og det er viktig at resepsjonen, kundeområdene og kantinen er bra! Spesielt kantinen trenger et skikkelig løft pga der er det ikke så fint og veldig bråkete. Burde vært oppgradert og blitt benyttet mer som et flerbruksrom til møter og arrangementer.
- 2.7 Forbinder Tomra med blå, gjerne i tre ulike nyanser. Men har også fått inn flere farger og det er bra. Plast er nok Tomra sitt materiale pga alle plastflaskene.
- 2.8 Nå har jeg sittet i prosjektgruppen så er nok ikke helt nøytral i forhold til å svare på dette spørsmålet, men tilbakemeldingene tilsier at det har vært en god prosess. Det har vi også vært veldig opptatt av at det skal være. Har naturligvis vært blandede følelser om å bytte

fra cellekontor til åpne landskap, men det gikk bedre i fase 2 (1. og 2. u.etg) enn fase 1 (R&D) pga andre gangen så de hvor fint det var blitt. Mest misnøye blant de som har jobbet i Tomra lenge, og har hatt eget cellekontor hele tiden. Og spesielt de som ikke er så utadvendte og har mer stillesittende arbeid, som krever mye konsentrasjon. Misnøyen har ikke vært spesielt knyttet til alder eller kjønn. Nå merker vi at alle er mer fornøyde, kvinner som menn.

2.9 Hovedgrunnen til oppussingen var mangel på plass og å skape rom for vekst. I tillegg ønsket Tomra å være en mer attraktiv og moderne arbeidsplass. Men, det har nok både vært en fysisk og en organisatorisk endring pga vi jobber på en ny og annen måte med tettere samarbeid. Har også fått flyttet på avdelinger som jobber mye sammen, så de kommer nærmere hverandre. Eks Utviklere og Produktledelsen og Digital og Kommunikasjon.

2.10 Det fysiske miljøet på arbeidsplassen gjør virkelig noe med humøret! Det er en god følelse å komme på jobb når det er fint der, akkurat som sånn det er hjemme. Så ja, det er viktig! Det har jeg virkelig fått merke på kroppen nå som vi har pusset opp mesteparten av lokalene. Jeg er også mer stolt av å vise frem arbeidsplassen til kundene våre. Verdighet!

2.11 Om 20 år tenker jeg at det er mindre kontorer fordi folk er mer på farten og kan jobbe hvor som helst. Kontoret blir mest et sted for og møtes, med mindre faste plasser og mer free seating/clean desk. Dyrt er det også med kontorlokaler. I tillegg er det mer bærekraftig og miljøvennlig å ikke reise inn til jobben sin hver dag! I disse corona-tider ser vi hva som fungerer med hjemmekontor og ikke. Jeg savner veldig folka på jobben og det sosiale!!! Det er en høyere terskel å ringe eller sende en melding, enn å bare stikke bortom plassen. Synes også det fungerer dårligere å jobbe kreativt i grupper pga får ikke de gode diskusjonene, og i store grupper pga folk snakker i munnen på hverandre.

2.12

- A. Kult, ser ut som lobby til hotell, liker plantene, fint å besøke, stilig.
- B. Kult, annerledes, moderne, stilig, liker fargene, fresh, kontor.
- C. Kjedelig, stivt, hvitt, rent, gir meg ikke noe inspirasjon eller glede, ser ut som en amerikansk film hvor folk sitter i båser
- D. Skole/universitet, åpent, mye lyd, metall, bråkete, fabrikk.
- E. Hyggelig, kaffe og pc, fine farger, vindu, treverk, avbrekk, fresh.
- F. Dyrt, lite velkommen, høyblokk i NY, stivt.

Ranger:

1. B

2. E
3. A
4. D
5. F
6. C

ANNET:

Om planter – skulle gjerne hatt mye mer pga skaper liv og virker beroligende. Er personlig veldig glad i planter ☺ Mennene også stolt av ny arbeidsplass, alle er mer fornøyde.

Hovedgrunn til oppussing: Plass, samt et ønske om å gjøre arbeidsplassen mer attraktiv!

VEDLEGG 6: Bilder fra befaring/omvisning 17.02.20

Bygget/hovedinngang:



Resepsjonen:



Gammel del:



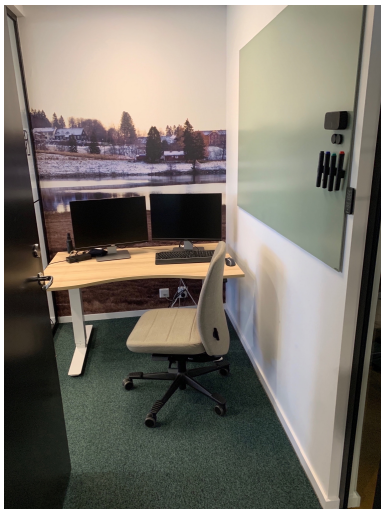


Ny del:



Fellesområder (ny):







Kantine:



Demosenter:

