



**FREMTIDENS ARBEIDSPASS:**  
TRIVSEL OG PRODUKTIVITET MED MENNESKET I FOKUS

CASE: TOMRA

# INNHALDSFORTEGNELSE



## DEL 1: BAKGRUNN

Tema og Målgruppe

Bedriften, Bygget og Beliggenheten

## DEL 2: DESIGN LØSNING

Eksisterende og Ny løsning

Arealdisponering

Konsept

Møbleringsplan

Visualiseringer

Kontorlandskap

Resepsjon

Kundeområde

Kantine/Multirom

Materialer (Collage)

## DEL 3: DESIGN PROGRAM

Bærekraft og Universell utforming

WELL

# FREMTIDENS ARBEIDSPLOSS

Arbeidsplassens utforming har gjennom historien speilet både samfunns- og organisasjonstrender. Kontorets fysiske utforming og organisering har utviklet seg fra kontrollbasert styring og hierarkiske strukturer til frihet, egenstyring og en arena for kompleks strategisk verdiskapning.

Kunnskapssamfunnet vi lever i vitner om at medarbeideren og deres kompetanse er organisasjonens viktigste ressurs. Noe som leder til økt fokus på motivasjon og trivsel. Teknologit utviklingen bidrar til raskere endringer og behov for fleksible løsninger. Arbeidsdagen er mer variert og mobil, med arbeid som skjer både i og utenfor kontorets fysiske rammer. I tillegg blir kontoret i økende grad sett som på en del av organisasjonens merkevare, hvor lokalene underbygger organisasjonens virksomhet, ideologi og identitet både internt og eksternt.

Fremtidsforskere spår en meningsfull økonomi med økt fokus på bærekraft, deling og fortsatt hyppige endringer, og med dette som utgangspunkt vil prosjektet se nærmere på hvordan man kan skape en god og fremtidsrettet arbeidsplass for menneskene som jobber hos TOMRA.



# MÅLGRUPPE

BABY - BOOMERS  
(FØDT 1946 - 64)



Det er generasjonen som fortsatt styrer i norsk næringsliv. De eldste vokste opp rett etter krigen. De verdsetter foreldresom bygget landet. De er oppdratt til å mene at hardt arbeid lønner seg, og dette er en plikt oppfylgende generasjon. De har bygget bedrifter, og tror på struktur og orden.

GENERASJON X  
(FØDT 1965 - 83)



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.

GENERASJON Y  
(FØDT 1984 - 96)



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.

GENERASJON Z  
(FØDT 1997 - 2000)



De unge som nå inntar 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. Z-generasjonen ser på verden som en lekeplass, like mye som en arbeidsplass.



## TOMRA

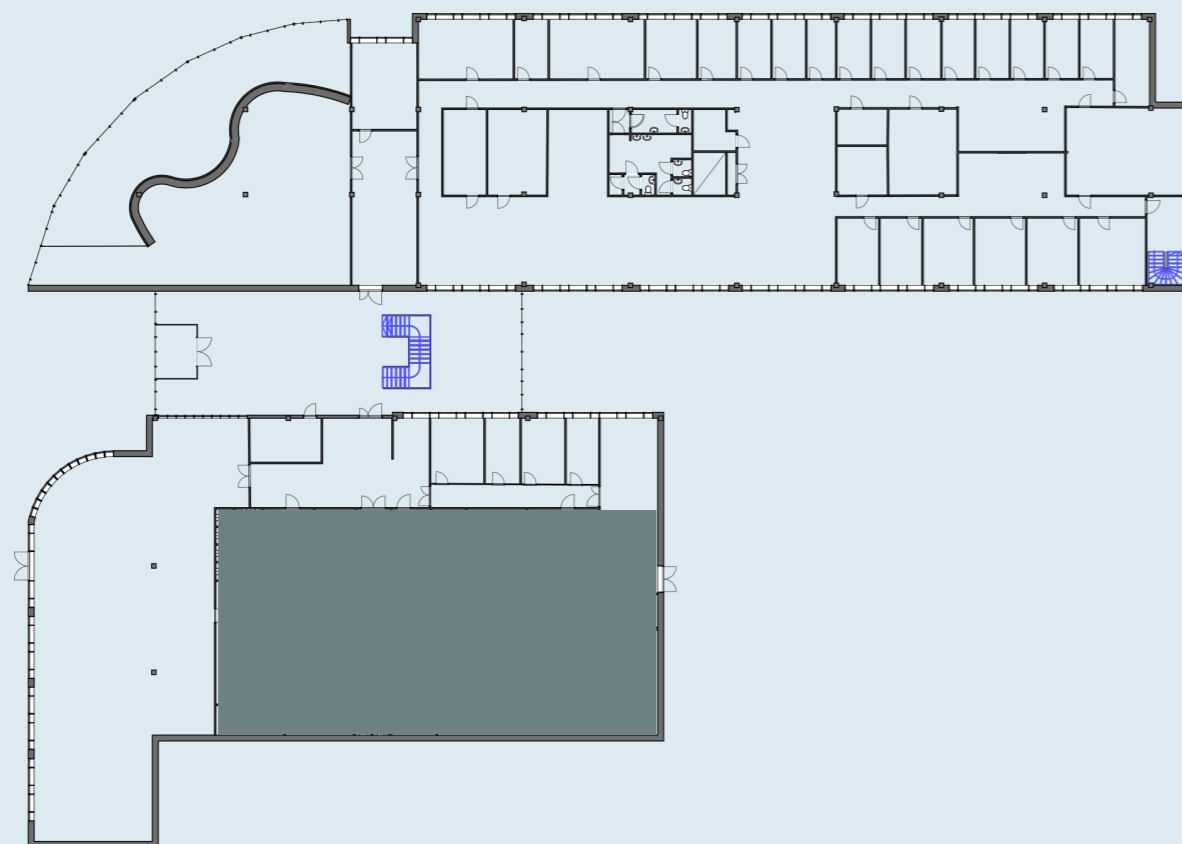
Tomra ble grunnlagt på en innovasjon for retur av tomme drikkecontainere i 1972. I dag omfatter virksomheten hele verdikjeden fra sortering, innsamling, komprimering og resirkulering av ressurser. TOMRA har med sine datterselskaper virksomheter i mer enn 50 land, og blitt et solid, internasjonalt selskap. Hovedkontoret ligger i Drengsrudhagen 2 i Asker, og huser i overkant av 200 ansatte.

## BELIGGENHET

Bygningen hvor TOMRA holder til ligger i et lite industriområde 5 minutters biltur fra Asker sentrum. Omgivelsene kan beskrives som naturskjønne med nærhet til boligområder, spredte næringsbygg og E18. Det er begrenset med fasiliteter i nabolaget med hensyn til kollektivt, kafe/restaurant, butikker og treningsentre.

## BYGGET

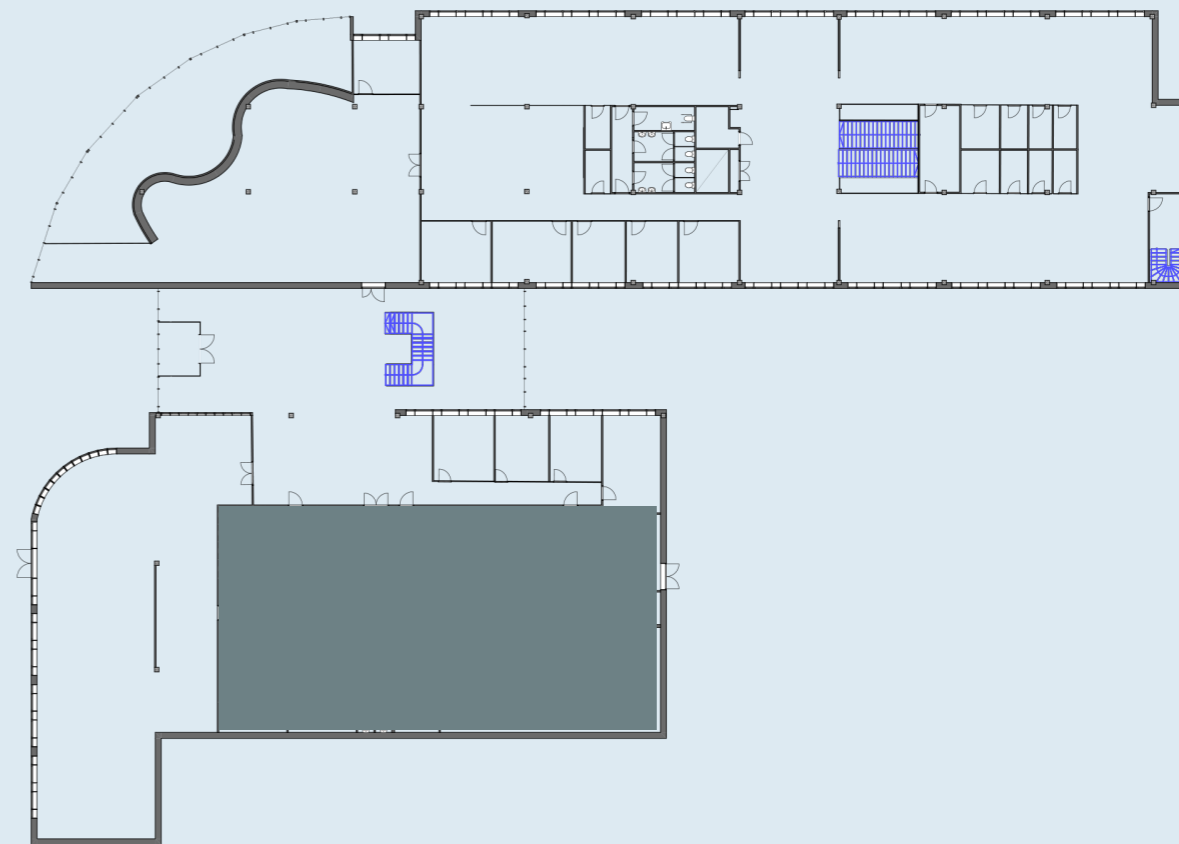
Bygget ble tegnet av sivilarkitekt Harald Longva og stod klart til innflytting i 1994. Bygget består av to bygningsdeler, koblet sammen med et glassbygg i midten. Konstruksjonene er i teglstein og glass, med spennende geometriske former.



1. etg.

## EKSISTERENDE LØSNING

Eksisterende kontorløsning var lukket og med cellekontorer til de ansatte. Det var ikke nok støtterom (møte-, gruppe- og stillerom) til å dekke dagens behov. Akustikken var dårlig og det begynte å bli trangt om plassen som følge av vekst. I tillegg var interiøret utdatert og arbeidsplassen fremsto ikke lengre som attraktiv.

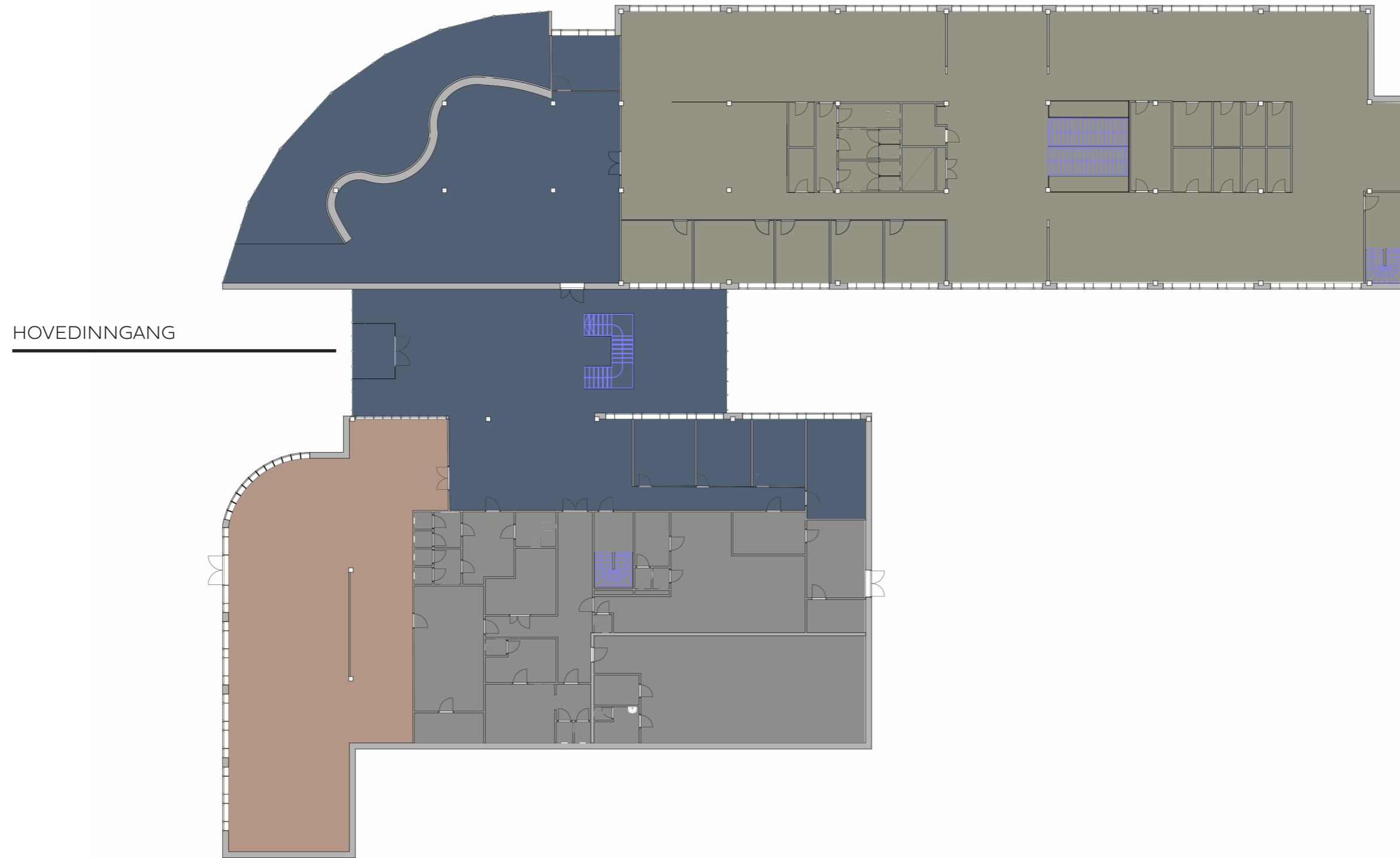


1. etg.


## NY LØSNING


Tomra ønsket en effektiv løsning som fremmer innovasjon og samarbeid, og den aktivitetsbaserte arbeidsplassen ble foretrukket med ulike rom/soner for ulike oppgaver. Vegger ble revet og trapp ble bygget midt i kontorlandskapet, for å skape en bedre flyt og dynamikk i bygningen og i organisasjonen forøvrig. Nye vegger var fortrinnsvis i glass for åpenhet og bedre tilgang til dagslys. Toalettene i kontordelen ble også endret for en mer inkluderende og universell utforming.

# AREALDISPONERING



1. etg.

 KONTORLANDSKAP  
(Intern sone)

 KUNDEOMRÅDE  
INKL RESEPSJON  
(Ekstern sone)

 KANTINE  
(Intern og ekstern sone)

 TOALET, GARDEROBE OG  
TRENINGSROM  
(Ikke med i prosjektet)

B  
Ø  
L  
G  
E  
N



BEVEGELSE. MANGFOLD. NATUR.





## KONSEPT

Konseptet "BØLGEN" er inspirert av byggets arkitektur og TOMRAs virksomhet knyttet til resirkulering og en bærekraftig fremtid, og handler om *opplevelsen* av rommet med *bevegelse, mangfold og natursom* kjerneverdier for interiøret.

**BEVEGELSE** – Bevegelse i ulik form og styrke. Virksomheten må bevege seg i samme retning mot et felles mål. De ansatte må ha god flyt og bevegelse i arbeidshverdagen for å være effektive og for å skape energi. Her er det også en helsemessig gevinst å hente.

**MANGFOLD** – Et mangfold blant de ansatte og deres behov for ulike type arbeidsplasser, enten man skal jobbe alene eller flere, konsentrert eller kreativt. Et mangfold i interiøret gir mer liv og bevegelse, og vil ikke fremstå som kjedelig og monotont.

**NATUR** – Biofilisk design og virksomhetens fokus på en bærekraft passer godt sammen for å ivareta en tydelig identitet. Naturen bidrar til å skape en attraktiv og produktiv arbeidsplass, med sin naturlige tiltrekning på mennesker.

Designet gjenspeiler både bevegelsen i planløsningen, mangfoldet i interiøret og naturen i utstrakt bruk av planter og naturlige produkter.

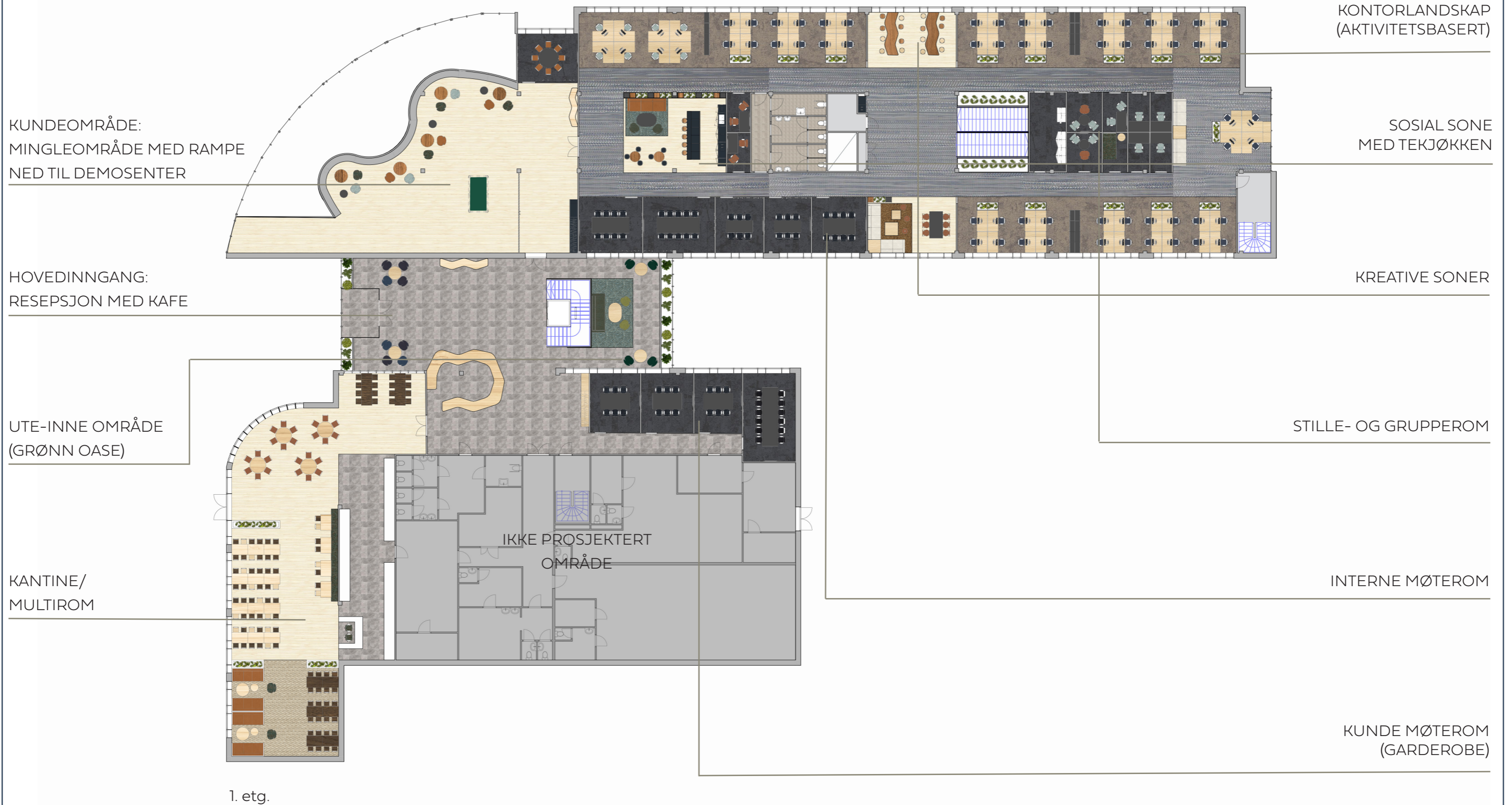


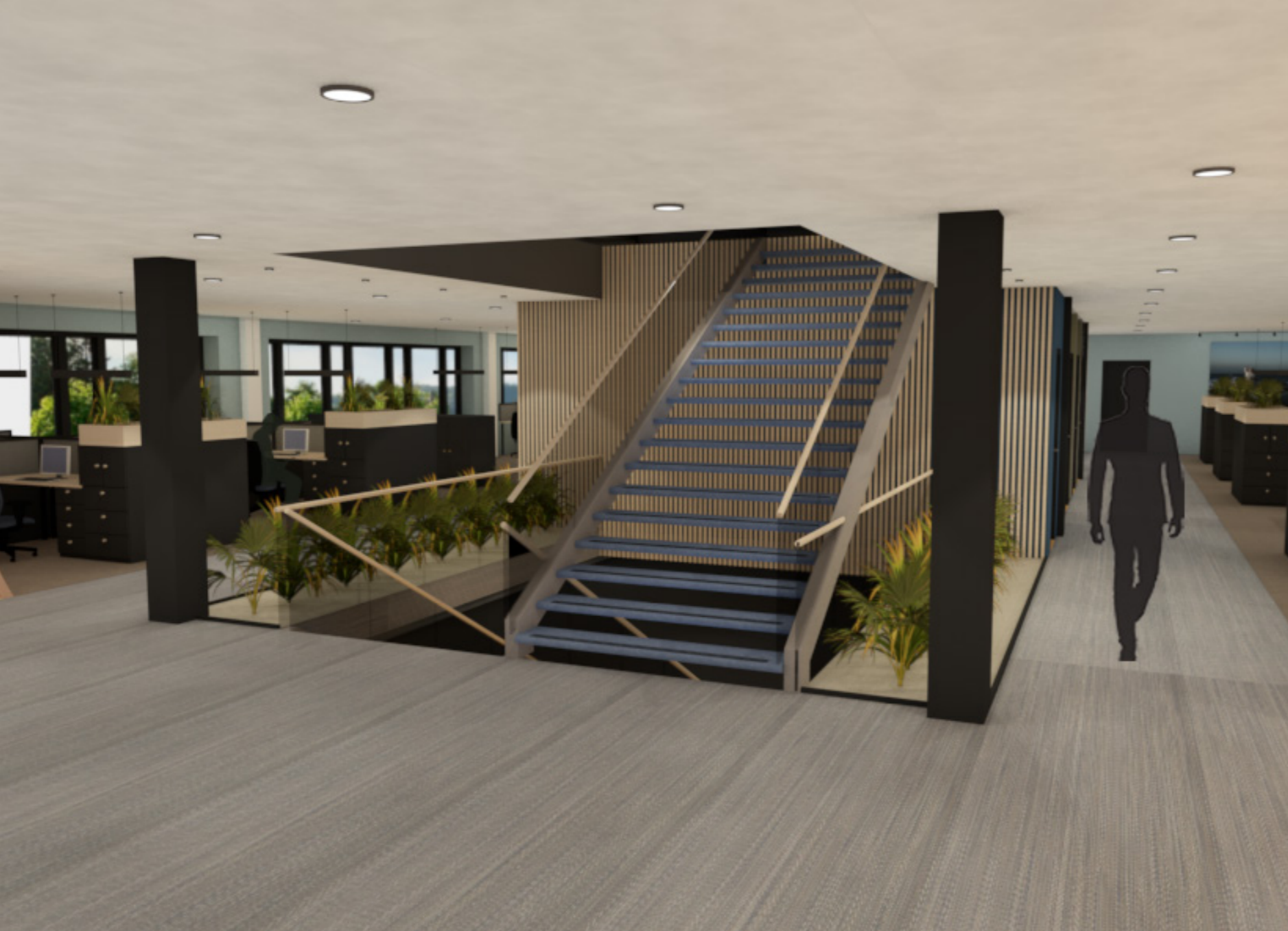
Prinsippet knyttet til arbeidsplassutformingen er å skape "POSITIVE ROM", illustrert med et pluss-tegn på konsept collagen.

Ideen og formålet med hele prosjektet er å skape gode og positive omgivelser som motiverer oss til å prestere og føle oss bedre.

# MØBLERINGSPLAN

(NB: Ikke i målestokk)





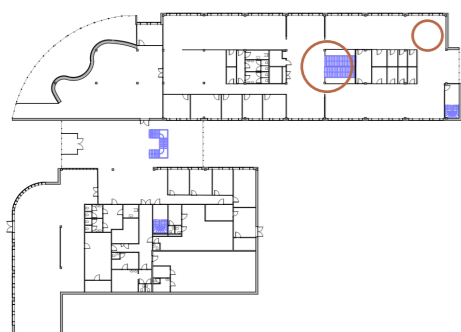
## AKUSTIKK

En av de største utfordringene med åpne kontorløsninger er støy og dårlig akustikk. Det er tatt en rekke grep for å sørge for at dette blir ivaretatt på best mulig måte; akustisk himling, tepper i gangsoner og ved kontorplassene, akustikkplater under og rundt alle kontorplassene, spilevegg med lydabsorberende plate i trappe-rommet, støyskjerming mot sosiale soner og utstrakt bruk av planter.



## AKTIVITETSBASERT ARBEIDSPASS

Kontorlandskapet har fokus på gode arbeidsplasser til ulike arbeidsoppgaver. Trappen midt i landskapet sørger for god flyt og dynamikk mellom avdelingene/etasjene. Det er valgt en lys og dempet blåfarge som oppleves som rolig, og som har vist seg å fungere best ved konsentrert arbeid.

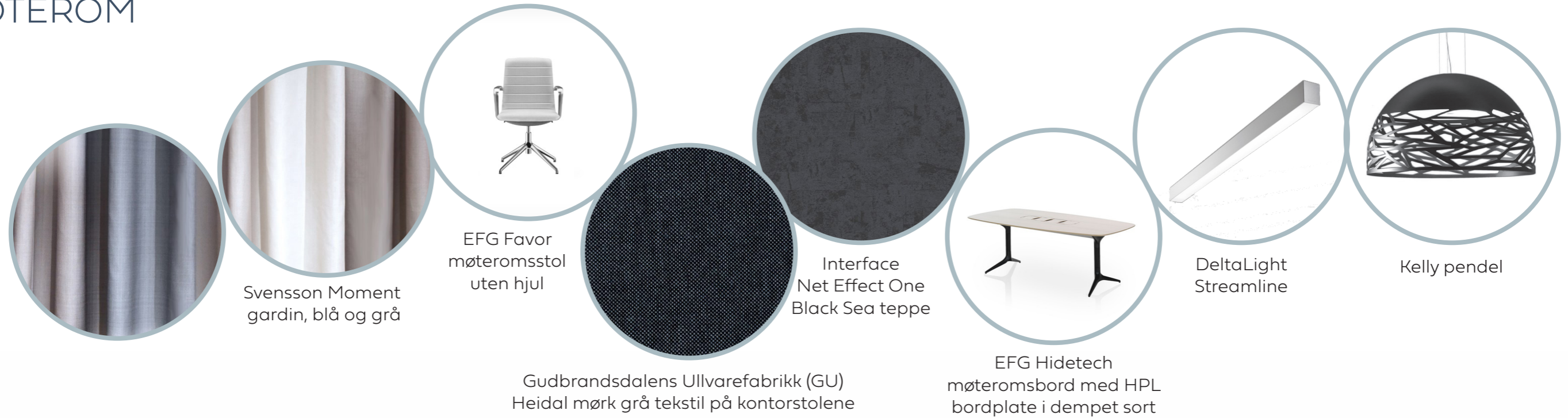


## ARBEIDSRO OG TILHØRIGHET

Kontorplassene er i størst mulig grad trukket vekk fra soner med mye støy, med mulighet for fordypning og konsentrasjon. Pultene er plassert langs vinduene for dagslys og utsikt, og materialene man berører er ask (bordplate pult) og ulltekstil (kontorstol). Kontormøblene har fokus på ergonomi, med blant annet heve-senke funksjon på alle pulter. Alle plasser har godt med lagringsplass for private eiendeler.



# MØTEROM



## FUNKSJONALITET

Møterommene i den interne kontordelen er funksjonelle og enkelt innredet, med gode kvalitetsprodukter og SmartScreens og Whiteboards i alle rom. Det er utvendig solskjerming i rommene som vender ut i naturen, og gardiner i møterommene til høyre som vender ut mot resepsjonsområdet. I tillegg har alle møterom gjennomsynlige gardiner ut mot gangsonen.

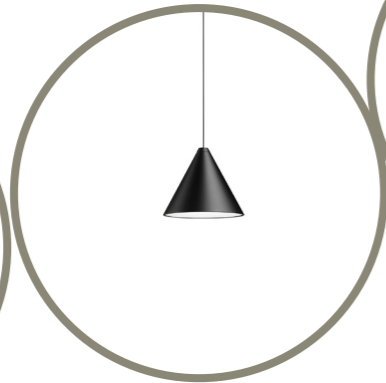
Rommene varierer i størrelse og er i ulike blå nyanser, samt kontrastfargen dijon yellow.



# GRUPPE- OG STILLEROM



Louis Poulsen  
NJP bordlampe



Flos String Light



HAY CPH 30 bord



EFG Favor  
kontorstol med hjul



Jotun Senses  
til kreative stillerom



HÅG Capisco  
kontorstol



Vitra Grand Sofa  
chaise lounge



GU Bardal tyrkis  
tekstil  
(EFG Favor)



GU Heidal  
rødororange  
tekstil  
(HÅG Capisco)



GU Bardal  
mørkegrønn tekstil  
(sofa)



Ask finer med  
hvitpigment olje  
(bord og pultkant)



## MANGFOLD

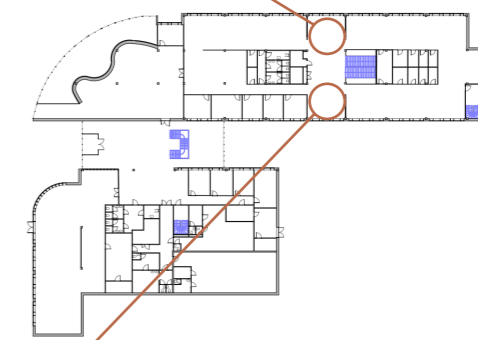
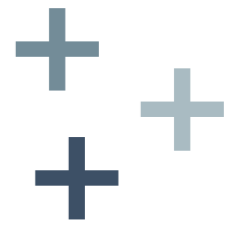
Gruppe- og stillerommene dekker ulike behov, enten man ønsker å trekke seg tilbake og jobbe uforstyrret, være med på et virtuelt møte, diskutere noe med 1-2 kollegaer eller reflektere/slappe av. Rommene med plass til flere enn en person er utstyrt med skjerm. Det er en behagelig og naturlig grønnfarge på veggene, og grønnfargen på "refleksjonsrommet" har mer dybde mer ro. To av de ti gruppe- og stillerommene er i en svak, varm rødtone for mer energi og kreativitet.





## NATURLIGE FORMER

Bølgebord og buvegg gir assosiasjoner til naturen, og fungerer som konseptuelle former i interiøret.



## UFORMELLE MØTEPLASSER:

De kreative sonene er omgitt av buede støyskjermer for å skjerme kontorplassene, og er ment som uformelle møteplasser for diskusjon og samarbeid. Dette skal være gode/lune og kreative steder å være, med en varm, dempet rødtoner og hvitpigmentert ask parkett. Møblene er varierte og belysningen er samlende med stilige pendler. De bølgeformede barbordene er skredersydde, og på veggene bak disse bordene er det fargede Whiteboard Air fra Lintex for å jobbe kreativt "på veggen".

# SOSIAL SONE

## BIOFILISK DESIGN

Biofili betyr kjærlighet til naturen og det som lever, og interiørvalgene tar som utgangspunkt at mennesker har en indre draging mot naturpregede omgivelser. Naturelementer har derfor en selvskreven plass i bygningen. Her vist gjennom materialvalg (ask, valnøtt, skinn og ull), planter og åpne hyller for innslipp av dagslys.



## HJEMLIGE OMGIVELSER

Det første man møter når man kommer inn i kontorlandskapet er et tekjøkken med tilhørende sosial sone. Dette er det området med mest støy med hensyn til gjennomgangstrafikk, og er i så måte en naturlig møteplass. Bak hyllen er det montert en glassvegg for å begrense støyen til fleksi plassene. Disse plassene er forbeholdt besøkende kollegaer fra andre kontorer/land og samarbeidspartnere, og er enklere utstyrt enn de permanente kontor plassene.

På høyre side ligger møterommene, med delvis folierte glass for å hindre direkte innsyn/øyekontakt. I tillegg er det transperante gardiner i alle møterom ved behov.



# KUNDEOMRÅDE - RESEPSJON



## MERKEVARE OG EN TYDELIG IDENTITET

Resepsjonsområdet er besøkendes første inntrykk av Tomra og skal fortrinnsvis gjenspeile organisasjonens virksomhet, ideologi og identitet, både for interne og eksterne. I dette området ønsker man å imponere og kan gjerne legge litt ekstra i interiøret, både i form og kvalitet.

Registreringsdisken til venstre og kafe/servicedisken til høyre er bølgeformede møbler i ask, en slitesterk, lys og nordisk tresort. Bildet på veggen er TOMRAS egne brand bilde, og fargene i miljøet man kommer inn i domineres av TOMRAS ulike blå nyanser.



## UTE - INNE

Rommet oppleves stort og luftig med glass i begge ender og taket. Veggene er lik som fasaden (teglstein) og gulvene i naturlig skiferheller. For å forsterke følelsen av å være ute er det skapt en liten oase i området bak heisen, rikelig med planter og frukttrær. I taket finner man en "stjernehimme" full av pendler.





# KUNDEOMRÅDE - DEMOSENTER OG MØTEROM



## LEKENHET

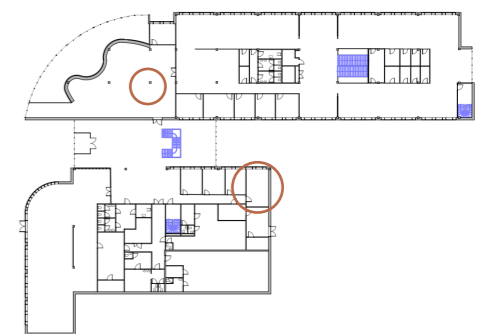
Kundesonen ligger i nær tilknytning til resepsjonen både av hensynet til enkel adkomst og for at byggets flotteste rom blir forbeholdt de besøkende (kunder, skoleklasser, miljøorganisasjoner og myndigheter).

I mingleområde finner man historien om TOMRA på veggen ned til demo-senteret, og et biljardbord for å understreke lekenheten på arbeidsplassen. Dette kan evtl plasseres i en intern sone hvis det er mer passende/ønskelig.



## KVALITET

Møterommene er mer påkostet med skinnstoler og statement pendler.



## NYE MULIGHETER

Kantinens største utfordring var plassmangel og dårlig akustikk. I tillegg egnet rommet seg dårlig til noe annet enn en kantine. Ved å skifte ut mesteparten av de runde bordene, rydde opp i oppsettet og skape ulike soner har kantine økt kapasiteten betydelig, og dekker samtidig ulike behov. Enten man ønsker en kjapp lunsj ved barbordet eller en mer avslappende lunsj i loungen.

Rommet har i tillegg blitt et godt egnet sted å være for interne møter og sosiale begivenheter. Lerretet i taket og stablemøblene midt i lokalet gjør det enkelt å legge til rette for ulike tilstelninger. Kanskje noen av de ansatte ønsker å feier bursdagen sin eller konfirmasjonen til datter/sønnen her?



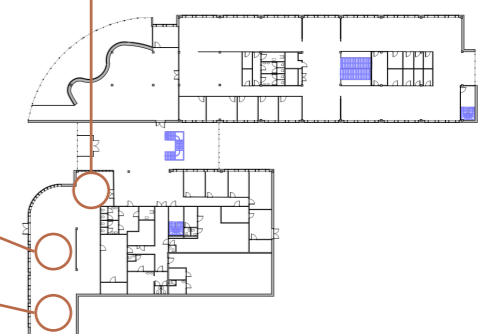
LOUNGE



STABLEMØBLER



RUNDE BORD OG BARLØSNING



# MATERIALCOLLAGE

JOTUN KILDEN  
YTTERVEGG I LANDSKAPET OG MØTEROM

JOTUN RETROBLÅ  
MØTEROM

SVENSSON  
MOMENT

JOTUN LAURBÆR  
STILLE- OG GRUPPEROM



VALNØTT PÅ MØBLER

JOTUN DI-  
JON YELLOW  
MØTEROM

TIL MØTE-  
ROMMENE

JOTUN GREEN LEAF  
REFLEKSJONS-/HVILEROM



JOTUN  
HAVBRIS  
MØTEROM

JOTUN SENSES  
KREATIVE STILLE-/GRUPPEROM

JOTUN SAND  
TOALETT

LAMINAT (HPL)  
DEMPET SORT  
MØTEROMSBORD

PAVIGRES FLIS  
TOALETT

EGE RUG GOLDEN  
UNDER SOFA KREATIV

COGNAQ  
SKINN  
SOFA SOSIAL

JOTUN SAVANNA SUNSET  
KREATIV SONE



INTERFACE  
BLACK SEA TEPPE  
MØTE-, STILLE OG  
GRUPPEROM

INTERFACE  
DRIFTWOOD TEPPE  
KONTORPLASSENE

BOLON  
GRAPHIC TEPPE  
GANGSONE OG  
TRAPP

HTH MIDNATTS-  
BLÅ TEKJØKKEN

EGE RUG TURQUOISE  
UNDER SOFA SOSIAL

ASK PARKETT I SOSIAL OG  
KREATIV SONE. ASK PÅ MØBLER.  
(HVITPIGMENTERT OLJE)

JOTUN STATEMENT BLUE  
KJERNEN AV LANDSKAPET OG MØTEROM



## BÆREKRAFT

De unge som nå inntar arbeidslivet tilhører "Greta Thunberg-generasjonen", som er mer bevisste og kravstore enn noen generasjon før dem når det gjelder å ta miljøvennlige valg. Å satse på bærekraft vil være et strategisk nødvendig valg for å være en attraktiv arbeidsplass, i tillegg til at det er miljømessig riktig og nødvendig. Å være en "grønn" arbeidsplass vil med stor sannsynlighet være et konkurransefortrinn.

Prosjektet tar hensyn til bærekraft på ulike områder. Naturlige materialer og kvalitetsmaterialer med lang levetid er miljøvennlige valg. Arbeidsplassen er i en kontinuerlig endring, og må kunne tilpasse seg. Fleksible løsninger som kan endres etter behov vil være mer bærekraftig enn statiske løsninger som må byttes ut når de er utdaterte. TOMRA kan dessuten ta en del grep for mer miljøvennlig drift og som legger til rette for at de ansatte kan ta miljøvennlige valg, f.eks. ved å oppfordre til å sykle til jobb, servere mat fra egen "hage" og ved å tilby påfyll av vann på egne TOMRA flasker.



## UNIVERSELL UTFORMING

Mennesker kommer i mange ulike utgaver og konseptet forsøker i størst mulig grad å sørge for at hovedløsningene er tilgjengelige for alle, slik at man unngår spesialløsninger som kan være diskriminerende. TOMRAs viktigste funksjoner er samlet på ett og samme plan, og de eksisterende 9M dørene til møterom og toalettene er byttet ut med 10M for å tilfredsstille kravene ihht Byggforsk. Heisen ligger sentralt i bygningen og rampen ned til demosenteret er hovedløsningen og brukes av alle. Gulvmaterialer, himlingsoverflater og belysning er brukt som veivisere for å lette orienteringen, og kontrastfarger er benyttet til dørhåndtak og knotter.



# WELL I PRAKSIS

WELL Building Standard er et ledende verktøy og en sertifisering for å fremme brukernes helse og velvære i bygninger. WELL gir poeng i ulike kategorier, hvor hver kategori har flere tiltak/aktivitetsområder. Illustrasjonen nedenfor viser noen av disse kategoriene og tiltakene i dette prosjektet. Forskning knyttet til WELL viser at gode og positive omgivelser motiverer oss til å prestere og føle oss bedre.



## KOMFORT:

God akustikk og avskjermede soner for å skape rom og muligheten til å "flykte" (eks hyller og hvile-/refleksjonsrom).



## MIND:

Biofilisk design med utsrakt bruk av planter, gresslignende tepper under sofa-gruppene og naturformede møbler (eks bølgebord).



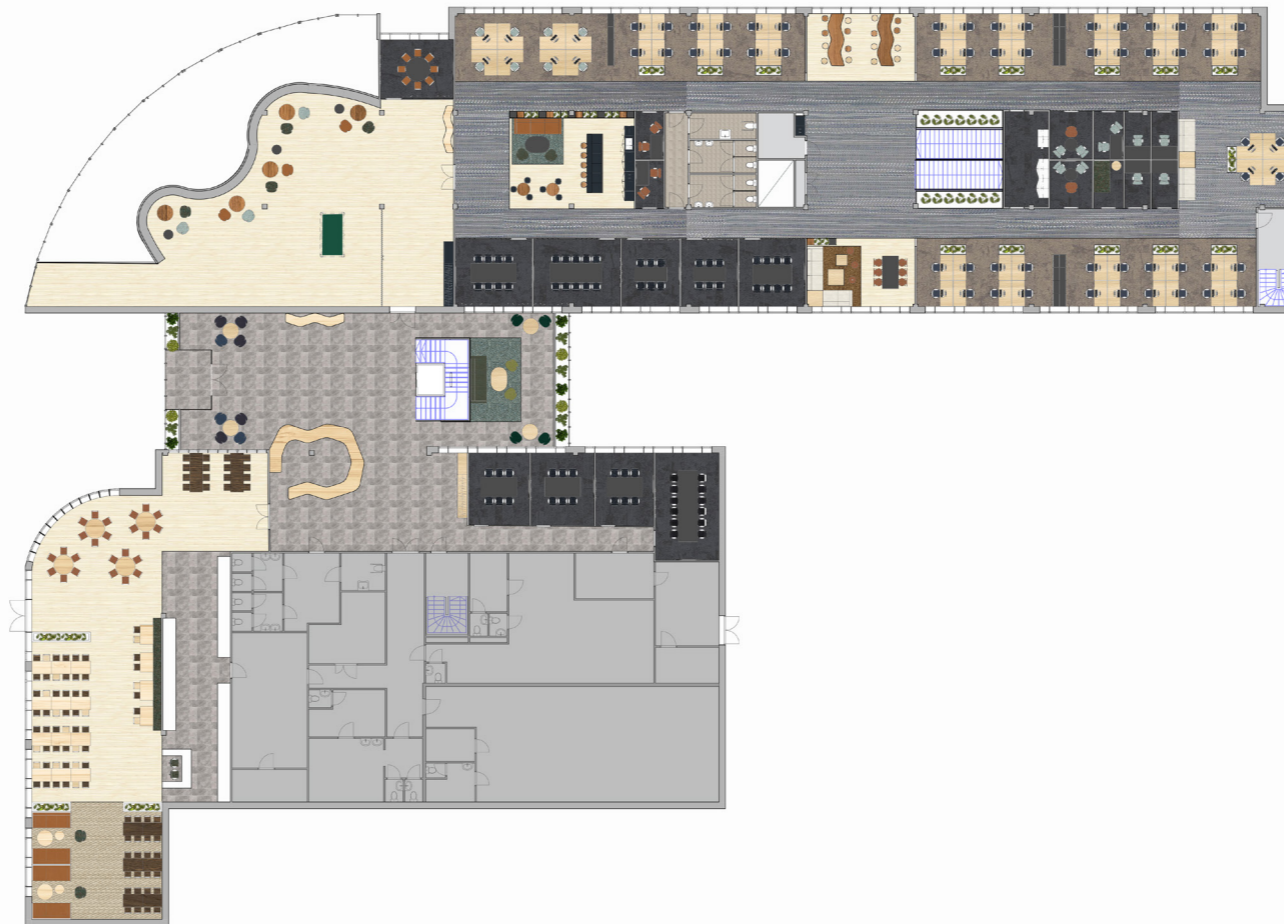
## INNOVASJON:

Lys fargesetting og materialitet for bedre lysrefleksjon i rommet og sensorstyrt belysning med dimmekontroll.



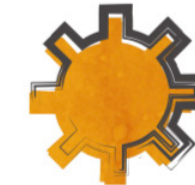
## LUFT:

Gode ventilasjonssystemer som er slått av om natten for naturlig ventilasjon, materialer uten avgasser og giftige stoffer og CO2 målere for å sørge for god luftkvalitet



## VANN:

God tilgang til vannkraner med aktivt karbonfilter for å fjerne forurensninger, lukt og dårlig smak av vann.



## LYS:

Fokus på mest mulig dagslys, med kontorplasser langs vinduene og hyller med lysåpninger.



## NÆRING:

Tilgang til frisk og sunn mat, og ernæringsinformasjon, i kantinen.



## HELSE:

Tilbud på yoga-klasse, treningsrom, hev-senk funksjon på alle pulter og tilrettelegging av sykkel til jobb (inkl eget sykkelverksted).

30% økt produktivitet

76% økt tilfredshet blant de ansatte

50% mindre sykefravær

27% mindre oppsigelser hos de ansatte

# MØBLERINGSPLAN

Målestokk 1:200

