

# LIVING & LIFE

B A D E N - B A D E N



ARCHITEKTUR · MENSCHEN · KUNST



# SEHNSUCHTSORTE

GESPRÄCH MIT DEM AUS BADEN-BADEN STAMMENDEN ARCHITEKTEN GUNTER FLEITZ ÜBER DIE FASZINATION UND KRAFTQUELLE BADEN-BADENS, ÜBER ARCHITEKTUR IN UNTERSCHIEDLICHEN KULTUREN UND ÜBER WOHLFÜHLRÄUME FÜR MITARBEITER IN UNTERNEHMEN / PLANUNG UND GESTALTUNG DER BÜRORÄUME DER IMMOBILIEN REGIONAL AG IN BADEN-BADEN

Showroom, Drubba Moments, Titisee-Neustadt



VON HORST KOPPELSTÄTTER

*Was sind Sehnsuchtsorte für Sie?*

**Fleitz:** Das ist sehr subjektiv und hängt von persönlichen Vorlieben ab. Erinnerungen an Orte werden oft auch von Erlebnissen und anderen Menschen geprägt. Wir versuchen das natürlich in unserem beruflichen Alltag einfließen zu lassen. Wir haben gerade in Frankfurt in einem sehr modernen Hochhaus eine Unternehmensberatung gestaltet und da gibt es Kreativ-Räume, die wir der Hochhausarchitektur entgegensetzen. Die drei Kreativ-Räume dort bieten ganz zugespitzt solche Sehnsuchtsräume.. Der erste ist der „Dschungelraum“, dann die „Wunderkammer“ und passend zu Hessen eine „Appelwoistube“. Also Räume, die ganz bewusst mit der effizienzgetriebenen Bürostruktur brechen. Es ist auch mit einem Augenzwinkern gemacht. Was wollen wir erreichen? Vielleicht eine andere Atmosphäre schaffen und ein bisschen Stress lösen bei den Mitarbeitern. Das erzeugt eine entspannte Atmosphäre und so etwas wie Gemütlichkeit als Inspirationsquelle.



GUNTER FLEITZ

studierte Architektur in Stuttgart, Zürich und Bordeaux. Er war zunächst für Steidle+Partner in München tätig, bevor er für das Büro Prof. Stübler die Projektleitung für die Sanierung des Bundesgerichtshofs in Leipzig übernahm. Gemeinsam mit Peter Ippolito gründete er 2002 die Ippolito Fleitz Group, die die beiden seitdem gemeinsam leiten. International bekannt wurde das multidisziplinäre Designstudio mit Innenarchitektur-, Kommunikations- und Produktdesignprojekten. Viele der Arbeiten wurden mit namhaften Preisen ausgezeichnet, darunter mehrere iF Gold, red dot und ADC Awards. 2015 wurden Peter Ippolito und Gunter Fleitz als die ersten deutschen Gestalter aus dem Bereich der Innenarchitektur in die „Interior Design Hall of Fame“ aufgenommen. Gunter Fleitz ist Mitglied des BDA Baden-Württemberg.





Palace of International Forums »Uzbekistan«

Was ist für Sie Gemütlichkeit, was bedeutet Wohlfühlen?

**Fleitz:** Wohlfühlen ist heute für zeitgemäße Arbeitswelten ganz wichtig geworden. Da gehört beispielsweise auch eine gute Raumakustik dazu. Der schönste Raum kann unbehaglich sein, wenn die Sprachverständlichkeit schlecht ist. Das Thema Wohlfühlen prägt die Konzepte für moderne Büros. Das hängt letztlich aber von den Menschen ab, die dort arbeiten, und muss individuell aufgebaut sein. Das Arbeitsumfeld ist heute stark inspiriert aus dem Bereich des Wohnens, die Menschen sollen gerne an ihrem Arbeitsplatz und in einem inspirierenden Umfeld sein. Die Unternehmen investieren immer mehr in den Arbeitsplatz eines jeden Mitarbeiters. Das sind wichtige weiche Faktoren der Zukunft. Die Bezahlung allein reicht künftig nicht mehr aus. Nur so lassen sich die besten Talente gewinnen.

Wie schaffen Sie es auf Ihre Kunden optimal einzugehen?

**Fleitz:** Zuhören ist der Schlüssel. Wir müssen sehr eng an den Kunden herankommen, um ihn zu verstehen. Wir stellen immer noch mal Fragen und überraschen die Auftraggeber damit oftmals, dass wir vorhandene Strukturen

infrage stellen. So lernen wir unsere Auftraggeber immer besser kennen und verstehen, was sie wirklich wollen. Briefings werden heute immer kürzer. Wir gehen den anderen Weg und versuchen am Anfang, längere Gespräche zu führen und bauen eine große Nähe auf. Was uns auszeichnet, sind starke Konzeptionen, Leidenschaft und Begeisterungsfähigkeit. Daraus entsteht am Ende Vertrauen. Wir müssen das natürlich auch gut vermitteln können.

Können Sie drei Gründe nennen, was ein gut gestaltetes Büro auszeichnet?

**Fleitz:** Erstens: Konzentriertes Arbeiten zulassen mit Funktionalität und Akustik im Open-Space und zusätzlich ein breites Angebot an Rückzugsräumen schaffen. Zweitens müssen wir es schaffen, den Zusammenhalt zu fördern innerhalb des Unternehmens, also gute Kommunikation anbieten. Das kann durch vielfältige Angebote informeller Kommunikation erfolgen, wie beispielsweise Stehbesprecher, Lounges und Treffpunkte mit Getränkeangeboten um den Teamgeist zu fördern und über Fachbereiche hinaus die Menschen in einem Unternehmen

## IDENTITY ARCHITECTS

Die Ippolito Fleitz Group ist ein multidisziplinäres Studio für Gestaltung mit Sitz in Stuttgart, Shanghai und Berlin. Anspruch des Büros ist es, die komplexe Identität der Kunden in eine angemessene Gestaltung zu übersetzen. Dabei verstehen sich die Gestalter und Kreativen als „Identity Architects“. Identität ist für sie ein fließender Prozess, den sie in Architektur, Produktdesign und Kommunikation begleiten. Die Basis des Gestaltungsprozesses bildet eine starke konzeptuelle Idee, die sich in Raum wie Kommunikation übertragen lässt. Derzeit besteht das Team aus 80 Architekten, Innenarchitekten, Produkt- und Kommunikationsdesignern aus 16 Nationen.



Das Gerber, Stadtkaufhaus, Stuttgart

zusammenzubringen und somit die Unternehmenskultur zu fördern.

Woher beziehen Sie Ihre Inspirationen?

**Fleitz:** Wir reisen viel. Wir haben unsere Handschrift, haben aber keine sich wiederholende Designsprache und gehen immer wieder aufs Neue auf unsere Kunden ein. Viele Inspirationen kommen aus dem Kunstbereich, wir schauen uns sehr viele Ausstellungen an. Und wir arbeiten natürlich auch international und da fließt vieles ein. Es ist extrem inspirierend, sich von anderen Kulturen anstecken zu lassen. Wir versuchen, immer wieder neues Design, neue Materialien und Materialkonzepte zu entwickeln oder auch zu entdecken.

Wie passen Sie sich anderen Kulturen international an, etwa in China oder Russland?

**Fleitz:** Wir haben ein sehr internationales Team mit 80 Mitarbeitern aus 16 Nationen. Es ist uns wichtig, die andere Kultur zu verstehen und darin einzutauchen. Wir haben beispielsweise in Usbekistan ein neues Regierungsgebäu-

de gebaut. Es war eine Herausforderung, dieses Land zu verstehen, aber es ist uns gelungen – gemeinsam mit den Menschen, die dort leben. Das ist ein kulturell reiches Land an der Seidenstraße, mit einer unglaublichen ornamentalen Kultur. Das haben wir aufgenommen, aber dann versucht, selbst zu interpretieren. Es wurden moderne Räume geschaffen, die auch mit der Historie verbunden sind. Das waren 45.000 Quadratmeter, die wir in Rekordgeschwindigkeit geplant und gebaut haben. Das lässt sich auf alle Länder übertragen, auch auf Russland und China. Wir haben auch immer einheimische Mitarbeiter im Team.

Können Sie uns etwas zur Planung des Büros der Immobilien Regional AG in Baden-Baden sagen? Wie war da Ihre Herangehensweise?

**Fleitz:** Zunächst haben wir uns intensiv mit dem Gebäude auseinandergesetzt, haben uns der Firma genähert. Die Frage lautete: Was wollen wir verändern? Geplant war ein Büro auf zwei Ebenen. Aber auch eine angemessene Empfangssituation war wichtig, da die Zielgruppe sehr unterschiedlich ist. Es kann jemand vorbeikommen, der bei der Wohnungsverwaltung einen Schlüssel abholt, aber auch





Büro Immobilien Regional AG in Baden-Baden

## GEMÜTLICHKEIT ALS INSPIRATIONSQUELLE

*Denkerzelle*

ein ausländischer Kunde, der eine große repräsentative Villa kaufen will. Dennoch soll es nicht zu elitär sein, aber eine Hochwertigkeit ausstrahlen. Die Showroom-Situation im Erdgeschoss gibt einen Blick in die Zukunft und die nächste Generation. Deshalb waren da die Töchter und Mitarbeiter von Firmeninhaber Martin Ernst eingebunden. Zum Konzept gehört ebenso der Treffpunkt für die Mitarbeiter, wo alle locker zusammenkommen können – ein Platz, der sehr gut angenommen wird. Die große Aufgeschlossenheit des Auftraggebers hat uns sehr geholfen. Es ist eine Chance für das Unternehmen, dieses in eine nächste Qualitätsstufe zu entwickeln. Uns war es wichtig, dass die Räume eine Wohnkompetenz ausstrahlen, die sich auf die Kunden überträgt und die Besucher inspiriert. Wir haben mit Holz und behaglichen Teppichen gearbeitet. Es gibt viele farbenfrohe Akzente und eine große Lebendigkeit. Letztlich geht es auch um Lebensfreude und eine Inspirationsquelle für alle, die hier arbeiten und sich hier aufhalten. Das darf man natürlich nicht übertreiben, denn es handelt sich ja um ein sehr seriöses Unternehmen, das für Tradition und Vertrauen steht. Zu bunt sollte es also auch nicht sein. Das hat uns sehr viel Spaß gemacht in der Umsetzung.

*Sie sind in Baden-Baden Steinbach geboren und aufgewachsen, heute sind Sie in der ganzen Welt unterwegs. Was ist das Besondere an dieser Stadt an der Oos?*

**Fleitz:** Baden-Baden ist für mich Heimat. Da leben meine Eltern. Ich bin immer noch sehr gerne dort. Es ist die außergewöhnliche Lage, die Landschaft, diese Ausstrahlung, die Emotionen weckt. Und die mediterrane südliche Stimmung. Baden-Baden ist historisch sehr gut erhalten – vom Friedrichsbad bis zum Museum Frieder Burda oder der Kunsthalle und dem Festspielhaus. Welche Stadt in dieser Größe hat schon ein solches kulturelles Angebot? Baden-Baden hat einen großen Erlebnisraum, etwa in der Lichtentaler Allee oder bei der Stourdza-Kapelle. Das sauge ich auf. Letztlich sind es aber die Menschen. Es gibt wenige Ecken in Deutschland, wo die Menschen so viel Wärme und Herzlichkeit ausstrahlen. Baden-Baden hat im Übrigen eine enorme Internationalität und Eleganz, man spürt die Nähe zu Frankreich und der Schweiz. Ich kann dort Kraft tanken. Mit dem Weg ins Studium zunächst in Stuttgart, dann in Zürich und Bordeaux, habe ich Baden-Baden verlassen. Aber ich komme immer gerne zurück. Ich habe die Stadt besonders schätzen gelernt, als ich einige Jahre weg war. Sie strahlt Lebensfreude aus und hat eine besondere Energie.