

Was ist Office-Excellence

Alter Wein in neuen Schläuchen?

Wollten wir es nicht schon immer – das exzellente Büro? Ist Office-Excellence wieder so eine Wortschöpfung, die neu klingt, aber nichts dergleichen zu bieten hat? Ein klares Nein sagt Frank Nehring, Sprecher der Initiative Office-Excellence und Herausgeber von Das Büro.



Frank Nehring,
Sprecher der Initiative Office-Excellence.

Obwohl wir längst in der Wissensgesellschaft angekommen sein sollten, verfügt der Arbeitsplatz in der Produktion scheinbar immer noch über mehr Anziehungskraft als der im Büro – ob in Sachen Innovation, Effektivität oder arbeitswissenschaftlicher Aufmerksamkeit. Das Thema Büro ist nicht so richtig sexy. Dabei ist das Büro der tägliche

Arbeitsplatz von ca. 18 Millionen Menschen in Deutschland. Hier wird viel Zeit verbracht, in der Regel mehr als für die Familie oder den Nachtschlaf. Hier wird nicht nur Geld verdient, um davon leben zu können, hier spielt sich auch viel Leben ab – mit all seinen Höhen und Tiefen, weil hier Menschen miteinander umgehen. Office-Excellence ist der Zustand oder das Stadium höchster Produktivität im Büro, das wesentlich durch das Wohlbefinden und die Gesundheit der Mitarbeiter bestimmt wird.

Office-Excellence räumt mit alten Vorurteilen auf:

Das exzellente Büro ist Erfolgsfaktor. Das Büro hat nichts mehr mit der alten, im Umgangsverständnis meist negativ besetzten Verwaltung zu tun.

Ergonomie und Design sind kein Widerspruch mehr. Sie werden nur noch in der Einheit anerkannt. Das Leben mit dem Kompromiss war gestern, auch wenn das so manchen Experten stören mag.

Ebenso ist die Office-Excellence durch die Verbindung von Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit gekennzeichnet. „Geiz ist geil“ wick „Qualität ist Wert“.

Produktivität im Büro geht nicht ohne gut gelaunte Mitarbeiter. Gesundheit ist heute mehr als die Abwesenheit von Krankheit, sie

beinhaltet Wohlbefinden, Leistungsfähigkeit und -bereitschaft.

Unternehmer und Führungskräfte verstehen das immer besser – der Oberbegriff für diese Denkrichtung heißt Streben nach Office-Excellence. Auch die Beschäftigten selbst sind weder latent lustlos noch unmündig. Ihre Lust auf Leistung braucht Anerkennung und Respekt, Herausforderung und Ehrlichkeit. Das beginnt beim Umgang miteinander und endet noch lange nicht bei der Ausstattung des Büros mit lust- und gesundheitsfördernden Büromöbeln.

I.O.E. und Office-Excellence

Office-Excellence ist neues Denken und findet bei Unternehmern und Führungskräften, Mitarbeitern und Experten immer mehr Anklang. Um diese Entwicklung zu unterstützen, hat sich vor vier Jahren die Initiative Office-Ergonomie gegründet, die sich aus gutem Grund im Februar 2008 in Initiative Office-Excellence umbenannte.

Office-Excellence im Sinne der Initiative versteht sich als Streben nach harmonischer Übereinstimmung von Produktivität, Gesundheit und Wohlergehen im Büro. Die Kernbereiche der Office-Excellence sind Ergonomie und Design sowie Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

Die I.O.E. Initiative Office-Excellence ist eine Gemeinschaft innovativer und zukunftsorientierter Unternehmen. Sie versteht sich als Plattform für die Entwicklung, Diskussion und Verbreitung zukunftsfähiger Konzepte und Lösungen für alle Bereiche des Büros. Im Kern geht es um

- mehr Öffentlichkeit für das Thema Büro in seiner künftigen Dimension,
- den aktiven Erfahrungsaustausch als Thinktank für die Zukunft des Büros und
- die Zusammenarbeit der Partner bei der Vermarktung von zukunftstauglichen Produkten und Konzepten.

www.initiative-office-excellence.de

Die Partner der Initiative Office-Excellence:

The image displays a row of logos for the partner organizations of the Initiative Office-Excellence. From left to right, the logos are: bSb (Bundesverband Sekretariat und Büromanagement e.V.), buro (Das Büro-Magazin.de), Fellowes, HAWORTH (change by design), KÖNIG+NEURATH (Freiräume für Leistung), mattheis. WERBEAGENTUR, officeplus (Innovative Ergonomie), ORGATEC (ERFOLGSFAKTOR BÜRO), revos (ERFRISCHUNG DER SINNE), RICHARZ_KOMMUNIKATION, rohde GRAHL (working well), STAEDTLER, and VERLAG NEHRING (VERLAG FRANK NEHRING GMBH).