



*Trends*  
w sektorze  
biurowym

## WSTĘP

Żyjemy w czasach błyskawicznie zmieniającej się rzeczywistości. Rozwój nowoczesnych technologii, zmiany demograficzne i społeczne, rosnąca presja na zrównoważony rozwój i troska o środowisko naturalne wpływają na zmiany we wszystkich aspektach życia.

Zaawansowane technologie, dostępność danych i sieci społecznościowe mają aktualnie niezwykle istotny wpływ na sposób komunikowania się ludzi i metody współpracy. Współczesne otoczenie biznesowe określane jest jako VUCA World (akronim słów: Volatility (zmiennosc), Uncertainty (niepewnosc), Complexity (zlozoność) i Ambiguity (niejednoznaczność), w którym jedyną stałą jest zmiana. Do tej zmieniającej się rzeczywistości muszą również zostać dostosowane miejsca pracy i biurowce.

W Knight Frank, firmie doradczej, która na polskim rynku biurowym obecna jest już od ponad 20 lat, podjęliśmy próbę wskazania czynników, które w istotny sposób wpływają na sektor biurowy, a jednocześnie przedstawiliśmy trendy i kierunki zmian, jakie dostrzegamy obecnie w projektowaniu i użytkowaniu przestrzeni biurowej oraz w ofercie obiektów biurowych.

Zmiany widoczne są przede wszystkim w podejściu do aranżacji przestrzeni do pracy, która ma sprzyjać kreatywności, efektywności i dobremu samopoczuciu pracowników. Biuro coraz częściej pełni funkcję miejsca spotkań i pracy zespołowej, a nie pracy indywidualnej. Dzięki atrakcyjnej aranżacji i nowoczesnemu wystrojowi wnętrz, współczesne miejsca pracy przekształcają się w strategiczne narzędzie, które pomaga w utrzymaniu wartościowych, zaangażowanych i kreatywnych pracowników.

Przyciągnięcie i utrzymanie pracowników staje się coraz większym wyzwaniem, dlatego człowiek i jego potrzeby stawiane są dziś w centrum uwagi. W budynkach biurowych oferowany jest coraz szerszy wachlarz usług i udogodnień jak najlepiej dopasowanych do użytkowników. Co więcej, oferta ta tworzona jest w taki sposób, by była dostępna również po godzinach pracy i aby mogli z niej skorzystać także okoliczni mieszkańcy. Biurowce otwierają się na lokalną społeczność, a właściciele i zarządcy starają się angażować użytkowników tej przestrzeni, uwzględniając ich opinie przy podejmowaniu decyzji o zagospodarowaniu otoczenia budynku, odbywających się tam wydarzeniach czy oferowanych udogodnieniach.



**Monika A. Dębska-Pastakia**  
Partner, Prezes Zarządu  
Knight Frank Sp. z o.o.

Zauważalny jest także wpływ nowych technologii. Coraz częściej mówi się o zastosowaniu rozwiązań z zakresu internetu rzeczy, sztucznej inteligencji czy big data w kontekście zarządzania budynkami i efektywnego korzystania z przestrzeni biurowej. Większa troska o środowisko naturalne przekłada się na zmiany w projektowaniu budynków i ich otoczenia w sposób, który pozwoli użytkownikom na przebywanie w bardziej przyjaznym otoczeniu, bliżej natury. W naszej ocenie następnym trendem, którego można oczekiwać w sektorze biurowym będzie upowszechnienie certyfikatu WELL Building Standard, który stawia na jakość przestrzeni do pracy i komfort człowieka.

Konkurując o najbardziej wartościowych pracowników wiele organizacji chce pójść o krok dalej, starając się stworzyć optymalne warunki pracy. Oznacza to aranżowanie biur w taki sposób, aby były korzystne dla zdrowia i poprawiały jakość życia.

*Zapraszamy do lektury*



ZMIANY W PRZESTRZENI PRACY  
Czynniki

4

*Trendy*  
w sektorze biurowym



Strategia  
Środowiska Pracy

6



Człowiek  
jest ważny

8



Budowanie  
społeczności

10



Życie wchodzi  
do biurowców

12



Sztuka  
w przestrzeni  
biurowej

14



Nowe  
technologie

16



Bliżej natury

18



Ekologia

20



Następny krok -  
WELL, WELL, WELL...

22

# ZMIANY W PRZESTRZENI PRACY

Czynniki



## BIURO JAKO NARZĘDZIE HR

Narastający niedobór wykwalifikowanych specjalistów wymusza na pracodawcach zaakceptowanie odmiennego stylu pracy i oczekiwań młodych ludzi. Organizacje będą musiały oferować mniej tradycyjne sposoby pracy, możliwość wykonywania jej w alternatywnych miejscach, niekonwencjonalne rozwiązania zastosowane w biurze i większą elastyczność, aby przyciągnąć i zatrzymać swoich najbardziej wartościowych pracowników. Jednym z trendów obserwowanych aktualnie w zarządzaniu zasobami ludzkimi jest wykorzystywanie potencjału powierzchni biurowej do motywowania pracowników.

## PRESJA NA ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I EKOLOGICZNE ROZWIĄZANIA

Świadomość społeczeństwa dotycząca wpływu człowieka na zmiany klimatu wciąż rośnie. W rezultacie, czynniki społeczne i regulacje w zakresie ochrony środowiska wpływają na organizacje, które z roku na rok przywiązują coraz większą wagę do kwestii zrównoważonego rozwoju. Wiele korporacji zareagowało na problemy związane ze zrównoważonym rozwojem poprzez zmniejszenie zużycia energii, recykling i ponowne wykorzystanie materiałów, jednocześnie oczekując od właścicieli nieruchomości poprawy efektywności energetycznej budynków i zmniejszenia ich negatywnego wpływu na środowisko.



## ROSNĄCE ROZPROSZENIE ORGANIZACJI

Firmy stają się coraz bardziej przestrzennie i organizacyjnie rozproszone. Wynika to z rozszerzającej się sieci lokalizacji na skutek outsourcingu usług i redukcji liczby osób zatrudnionych na stałe. W rezultacie, coraz częściej organizacja to złożona sieć pracowników, freelancerów, klientów i podwykonawców rozsianych po całym świecie. Pomimo, że wciąż większość pracowników dojeżdża do biur, aby pracować ze swoim zespołem, to coraz więcej osób ma możliwość pracy z innymi miejsc, począwszy od przestrzeni coworkingowych, biur satelitarnych, przez pracę z domu, po pracę w przestrzeni biurowej klienta. Liczne organizacje formalizują programy wprowadzające alternatywne miejsca i sposoby pracy, które łączą nowe praktyki, nietradycyjne konfiguracje i lokalizacje.

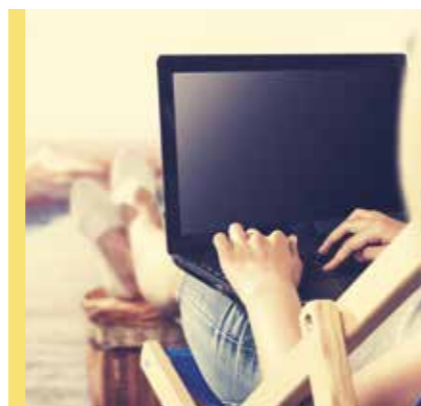
## DOSTĘPNOŚĆ TECHNOLOGII WSPIERAJĄCYCH WSPÓŁPRACĘ

Używanie narzędzi technologicznych do komunikacji, przechowywania i zarządzania udostępnionymi danymi dla pracy zdalnej nie jest niczym nowym. Nowością jest rozszerzenie tych możliwości na tańsze i powszechnie dostępne urządzenia. Aby mieć dostęp do materiałów roboczych i możliwości interakcji ze współpracownikami w trybie 24/7, pracownik potrzebuje jedynie urządzenia z dostępem do internetu, co zdecydowanie zmienia jego sposób myślenia o miejscu pracy.



## PARTYCYPACJA SPOŁECZNA

Partycypacja społeczna czyli dzielenie się z użytkownikami odpowiedzialnością za przestrzeń, traktowanie jej jako wspólnej, należącej zarówno do właściciela jak i użytkowników, a także konsultowanie z użytkownikami zmian/wydarzeń odbywających się w ramach tej przestrzeni. Trendy obserwowane w tym zakresie odpowiadają tym, które obserwujemy w mieście czy społeczeństwie.



## GOSPODARKA WSPÓŁDZIELENIA

Jest to model ekonomiczny, w którym ludzie mają możliwość wypożyczenia lub wynajęcia rzeczy należących do innych osób. Duża popularność tej idei doprowadziła do przeniknięcia jej w różne sektory gospodarki. Coraz częściej spotkać się można z wynajmem/dzieleniem przestrzeni i produktów, pojazdów czy zakwaterowania. W praktyce gospodarka współdzielenia oznacza dla sektora biurowego wzrost liczby freelancerów, udostępnianie sobie wzajemnie powierzchni biurowych czy wyposażenia biura. Jest to rozwiązanie dające organizacjom i pracownikom możliwość szybkiego reagowania na zmiany.



## ZMIENIAJĄCA SIĘ NATURA PRACY

Zmieniająca się natura pracy wpływa bezpośrednio na miejsca pracy, bowiem fizyczne miejsce pracy to znacznie więcej niż biurko i meble. Istotne jest to jak ludzie pracują, jak są zarządzani, do jakich technologii mają dostęp. Badania wskazują, że młode pokolenia traktują przestrzeń biurową jako narzędzie do pracy, a nie jako symbol hierarchii. W rezultacie, zmieniają się preferencje dotyczące charakteru i miejsca pracy. Za kluczowe czynniki uważane są teraz elastyczność i współpraca z zespołem przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii zamiast tradycyjnego modelu indywidualnej pracy przy biurku. Biuro, które wcześniej oferowało przede wszystkim biurko do indywidualnej pracy, stopniowo ewoluuje w przestrzeń do współpracy i wymiany informacji.

## INNOWACJA SIŁĄ NAPĘDOWĄ PRACY I ŻYCIA

Współczesne organizacje muszą być innowacyjne. Oznacza to nowe produkty, usługi, organizację i metody pracy, czy nowe sposoby myślenia. Jeśli ludzie pracują w stałych zespołach nad tymi samymi zagadnieniami, sprzyja to skupieniu i rozwijaniu „najlepszych praktyk”, ale z drugiej strony mają oni tendencję do stagnacji. Z kolei tworzenie miejsc i programów, w których ludzie pochodzący z różnych zespołów wymieniają poglądy i polemizują, może wpływać na zmianę sposobu myślenia. Błyskotliwe pomysły i innowacyjne rozwiązania pojawiają się, gdy ludzie o różnych umiejętnościach i doświadczeniu mogą współdziałać.

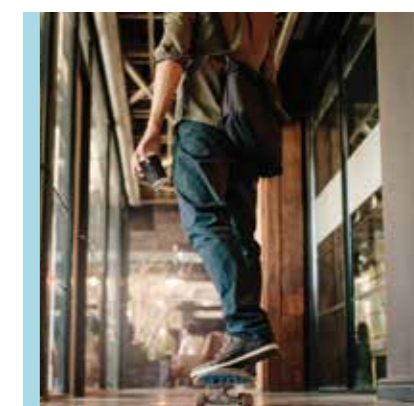


## AGILE

Agile to zwinny sposób pracy współczesnych firm technologicznych, które są świadome, że innowacje oraz umiejętność bardzo szybkiego tworzenia rozwiązań dopasowanych do potrzeb klientów są kluczowe na rynku. Jest to podejście obejmujące wiele elastycznych sposobów zarządzania pracą wymagających silnej współpracy z klientem. Idea narodziła się w firmach technologicznych jako sposób tworzenia rozwiązań IT, ale jej sukces sprawił, że w ślady branży technologicznej idą organizacje z innych sektorów. W efekcie, to podejście stanowi jeden z najpopularniejszych sposobów zarządzania projektami na świecie.

## VUCA

czyli akronim dotyczący zmienności, niepewności, złożoności i niejednoznaczności, doskonale oddaje ewoluujące warunki, z którymi w ostatnich latach muszą poradzić sobie organizacje. Coraz większe ilości danych i informacji na całym świecie są generowane i wymieniane z niespotykaną szybkością. Prowadzi to do równie przyspieszonego tempa zmian w niemal wszystkich obszarach biznesu. Idea VUCA przedstawia kontekst, w którym funkcjonują organizacje i odnosi się do tego, jak ludzie postrzegają warunki, w których podejmują decyzje, rozwiązują problemy i planują przyszłość.



# Strategia Środowiska Pracy

Szybkość i skala pojawiania się przełomowych technologii nie mają precedensu historycznego. W miarę jak przedsiębiorstwa dokonują zmian w swoich strategiach, i modelach operacyjnych, muszą one również ponownie przemyśleć sposób, w jaki angażują pracowników w ich ekosystem. To ludzie, którzy tworzą organizację - oraz ich zdolność współpracy i wprowadzania innowacji - będą decydować o zmianach, jakie mogą nastąpić w przedsiębiorstwie. W rzeczywistości strategia firmy dotycząca miejsca pracy może być kluczowym czynnikiem umożliwiającym lub utrudniającym szeroko pojętą transformację.

Zmienia się paradygmat roli biura, w którym staje się ono jednym ze strategicznych zasobów organizacji. Coraz częściej biuro jest kolejnym narzędziem i platformą do komunikacji. Nie jest nowością fakt, że nie tylko firmy technologiczne i start-upy używają biura w celu zwiększenia swojej atrakcyjności na rynku i do przyciągnięcia najlepszych, najbardziej doświadczonych specjalistów, których dostępność na rynku stale maleje. Obecnie strategia zarządzania biurem to również w jakiejś części kompetencja działów HR, które biorą pod uwagę mnóstwo czynników: kwestie zmieniających się pokoleń, a wraz z nimi oczekiwań pracowników, rosnącą rolę „work-life balance”, „employer branding”, pracę zdalną oraz wiele innych istotnych kwestii, o których trzeba pamiętać, ponieważ na koniec zawsze przekładają się one na finanse.



**Jaromir Sejud**, Strategic Consulting EMEA Knight Frank

**Luca Nicolosi**, Strategic Consulting EMEA Knight Frank

*Kiedyś biura projektowane były z założeniem, że pracownicy wykonują wszystkie swoje obowiązki przy biurku i większość czasu rzeczywiście spędzali przy swoim stanowisku – ale to było 20-30 lat temu. Wtedy stosunek przestrzeni zajmowanej przez stanowiska pracy do przestrzeni do spotkań wynosił 4:1 – teraz to powinno być 1:1. Wraz z ewolucją modeli zarządzania organizacją, z klasycznego w tzw. „Agile”/„Lean”/ zmienia się rola pracowników i ich kompetencje. W wyniku tego zmienił się charakter pracy i sposób jej wykonywania, a w konsekwencji potrzeby zatrudnionych. Teraz stanowiska pracy są wykorzystywane średnio przez około 43% czasu pracy. Pozostały czas to czas spędzany na spotkaniach ze współpracownikami lub poza biurem. Są biura, w których charakter pracy pracowników sprawia, że 15% wszystkich stanowisk pracy jest nieużywanych, ponieważ czas pracy spędzają na czynnościach, które odbywają się np. w salach konferencyjnych, pokojach projektowych lub budkach telefonicznych. Poprzez zapewnienie odpowiedniej liczby sal konferencyjnych, stref do pracy cichej, stref networkingowych, budek telefonicznych i innych potrzebnych miejsc tworzymy optymalnie zorganizowaną przestrzeń. Dodatkowo wszystko usprawniają odpowiednie technologie – od komunikatorów i elektronicznego obiegu dokumentów, przez systemy rezerwacji i zarządzania zasobami biurowymi, po sztuczną inteligencję agregującą dane z różnych platform i przewidującą potrzeby biznesu.*



**Nowa siedziba spółki OLX**

Zaprojektowana w budynku Maraton w Poznaniu przez pracownię Trzop Architekti. Atrakcyjna lokalizacja oraz malowniczy widok na panoramę Poznania dały możliwość zaaranżowania biura tak, aby zewnątrz otoczenie przenikało do wnętrza i tworzyło komfortowe warunki sprzyjające efektywnej pracy. Wyjściowym pomysłem było stworzenie niebieskiej wstęgi na sufit, która symbolizuje nurt Warty, a także podkreśla kierunek komunikacji w biurze. Odzwierciedleniem kierunku komunikacji jest również wykładzina, która niczym ścieżka wiję się po powierzchni biura. Przestrzeń została podzielona w ramach spółki OLX Group: OLX, Otodom i Otomoto. Każdy z działów posiada charakterystyczną przestrzeń, która odzwierciedla w przejrzysty sposób jej branżę i specyfikę. Na piętrze OLX Group, gości witają sale konferencyjne w zaskakującej owalnej formie, nawiązującej do loga OLX. W strefie Otodom czujemy się jak turysta w miasteczku spacerujący po chodnikach i trawie pomiędzy salkami konferencyjnymi w kształcie domków. W strefie Otomoto tradycyjne salki konferencyjne zostały zastąpione specjalnie do tego przygotowanymi meblami nawiązującymi do branży motoryzacyjnej. Dodatkowo na powierzchni biurowej przewidziano liczne miejsca cichej pracy, game roomy, strefy sportu, budki telefoniczne, tematyczne sale konferencyjne oraz miejsca eventowe dla pracowników. Zastosowane rozwiązania, skrojone specjalnie na potrzeby dynamicznej firmy, oparte na analizie potrzeb pracowników dały pożądaną efekt, doceniony nie tylko przez użytkowników, ale także w konkursach branżowych. Wszystko po to, by uzyskać jak najbardziej funkcjonalną przestrzeń, która sprzyja efektywnemu wykonywaniu różnorodnych zadań.

W raporcie Leesman'a „The Next 250k” prawie 90 proc. pracowników biurowych deklaruje, że design miejsca pracy jest dla nich istotny. Nowoczesne i odpowiednio zaaranżowane biuro stanowi nie tylko wizytówkę firmy, lecz także realnie wpływa na efektywność pracowników. Jednym z najnowszych i najciekawszych trendów biurowych jest tzw. „Workplace Experience” (pochodna dziedziny User Experience, UX), w którym istotą „środowiska pracy jako doświadczenia” jest to, że wszystkie elementy pracy - fizyczne, emocjonalne, intelektualne, wirtualne, motywacyjne i aspiracyjne - są starannie zaaranżowane i zaplanowane, aby inspirować pracowników i odwiedzających. Organizacje, które zaczynają od dążenia do zmiany sposobu funkcjonowania swojej firmy poprzez zmiany oparte na tym w jaki sposób pracownicy odbierają swoje biuro, oszczędzają o wiele więcej pieniędzy niż te, które skupiają się wyłącznie na ograniczeniu wydatków związanych z efektywnością. Większe korzyści osiąga się dzięki zwiększonej produktywności personelu, a nie tylko na ograniczeniu zmarnowanej lub niewykorzystanej przestrzeni.



**Allegro - Biuro jak dom**

Biuro firmy Allegro w Warszawie zostało zaprojektowane przez studio architektoniczne Workplace Solutions na podobieństwo przestrzeni domowej, w której pracownicy mogą czuć się komfortowo, swobodnie i dzięki temu efektywnie pracować.

W projektowaniu przestrzeni wykorzystano ciepłe kolory, dużo zieleni i drewna, które pozytywnie wpływają na samopoczucie osób tam przebywających. Dodatkowo biuro zostało podzielone na strefy funkcjonalne – strefa wejściowa i recepcja są niczym „podwórko”, szybkie, nieformalne spotkania mogą odbywać się przy trzepaku, sale konferencyjne zastąpił salon, kreatywna strefa projektowa przypomina garaż, strefa socjalno-networkingowa to weranda i ogród zimowy. Dodatkowo poszczególne zespoły programistów mają dedykowane strefy pracy, które składają się z półotwartych pokoi przystosowanych do kreatywnej współpracy, doraźnych i spontanicznych spotkań, czy też pracy w skupieniu i wideorozmów. Co istotne, wszystkie wdrożone rozwiązania są unikalne i skrojone na miarę potrzeb tego konkretnego najemcy, opierają się na badaniach przeprowadzonych wśród pracowników, uwzględniając ich wymagania i specyfikę wykonywanej pracy. Wszystko po to, by uzyskać jak najbardziej funkcjonalną przestrzeń, która sprzyja efektywnemu wykonywaniu różnorodnych zadań.



# Człowiek jest ważny

O atrakcyjności danego projektu biurowego nie decyduje dziś wyłącznie lokalizacja i standard techniczny, ale również aranżacja przestrzeni wokół biurowca oraz cały zestaw usług dostępnych w budynku i w najbliższym sąsiedztwie. Liczba i różnorodność udogodnień oferowanych najemcom stale rośnie. Co więcej, pracownicy biurowi nie są już tylko biernym odbiorcą oferty zaproponowanej przez właściciela budynku, ale coraz częściej mają możliwość współdecydowania o tym, co się tam znajdzie. Zaangażowanie w proces decyzyjny samych zainteresowanych to najlepszy sposób na spełnienie ich oczekiwań.

Coraz szerszy wachlarz udogodnień oferowanych w biurowcach wynika ze zmieniającego się podejścia do ich użytkowników. Wraz z rosnącymi oczekiwaniami najemców, projektanci muszą na nowo określić strategię miejsca pracy i zaplanować je tak, by w pierwszej kolejności spełniało oczekiwania pracownika. W tym zakresie na popularności zyskuje podejście "design thinking", które stawia człowieka w centrum uwagi – zamiast oczekiwać, że pracownik dostosuje się do otoczenia, otoczenie zostaje dostosowane do potrzeb i zwyczajów użytkownika. Efektem tego podejścia jest dobra strategia, która pomaga przyciągnąć i utrzymać pracowników i najemców budynku.

Możliwość skorzystania z różnych usług w pobliżu biura to wygoda i oszczędność czasu. Coraz częściej „pod ręką” znajdziemy centrum medyczne, przedszkole czy pralnię. Rozszerza się także oferta gastronomiczna – lunchowa, kawiarniana i restauracyjna. W niektórych budynkach znajdziemy myjnię samochodową, stacje ładowania samochodów elektrycznych czy bezpłatnie wynajmiemy rower.

Chcąc sprostać rosnącym wymaganiom najemców, właściciele niektórych biurowców oferują usługę concierge, który pomoże np. zarezerwować bilety, zorganizować catering na spotkanie czy opiekę nad dzieckiem. Wpisuje się to w zyskującą na popularności ideę podejścia do projektu biurowego niczym do hotelu i oferowanie pracownikom budynku usług analogicznych, do tych, które można zaproponować gościom hotelowym.

Rośnie również dostępność różnego rodzaju obiektów związanych ze zdrowym stylem życia. Bliskość obiektów sportowych sprzyja regularnej aktywności fizycznej, pomaga niwelować negatywne skutki siedzącego trybu życia i zredukować stres. Pozytywny wpływ na samopoczucie ma także możliwość skorzystania z atrakcyjnie zaaranżowanych terenów zielonych wokół budynku.

Należy podkreślić, że nie ma rozwiązań uniwersalnych, które sprawdzą się w każdym budynku. Uwarunkowania geograficzne, wielkość firm, branża najemcy czy wiek zatrudnionych pracowników to tylko niektóre z czynników, jakie należy uwzględnić planując udogodnienia w budynku i jego otoczeniu. Opracowanie odpowiedniej strategii to proces, w którym punktem wyjścia jest zdefiniowanie, kto jest odbiorcą. W dalszej kolejności należy ustalić, jakie są jego potrzeby i oczekiwania, i na tej podstawie wdrożyć najlepsze rozwiązania, uwzględniające szerszy kontekst i otoczenie. Zaangażowanie w proces decyzyjny samych zainteresowanych to najlepszy sposób na spełnienie ich oczekiwań, który jednocześnie daje poczucie uczestniczenia w życiu lokalnej społeczności i oddziaływania na swoje najbliższe otoczenie.

## Face2Face, Katowice

Cel jaki przyświecał deweloperowi Echo Investment to stworzenie budynku, który w swoim DNA będzie miał zawartą misję skracania dystansu pomiędzy ludźmi. Tak zdefiniowane DNA przełożyło się na innowacyjne rozwiązania w projekcie: od samej nazwy, poprzez planowane udogodnienia, a kończąc na przestrzeniach wspólnych. Dominantą projektu jest boisko zlokalizowane na wewnętrznym patio. Boisko, a właściwie sporty grupowe, które można na nim uprawiać stanowią symbol skracania dystansu i niwelowania barier pomiędzy ludźmi. Właściwie każdy element zaprojektowany w „Face2Face” ma zadanie inspirować spotkania i ułatwiać swobodną wymianę myśli między pracownikami.

## Warsaw Trade Tower, Warszawa

Wszystkie zmiany w budynku były konsultowane z najemcami i miały służyć temu, aby pracownik poczuł, że ma realny wpływ na swoje środowisko pracy. Budynek zmienił się nie do poznania dzięki wprowadzeniu rewolucyjnych jak na tamte czasy zmian takich jak elektryczne samochody dostępne dla najemców na godziny, nowe przestrzenie wspólne, w których pracownicy mogą jeść posiłki przyniesione z domu, czy wyjątkową przestrzeń konferencyjną na 35 piętrze budynku dostępną dla najemców jak i klientów zewnętrznych. Rezultatem wprowadzenia tych ulepszeń była całkowita zmiana postrzegania budynku przez potencjalnych klientów a co ważniejsze, przez istniejących najemców.

”

**Michał Nowakowski**, Head of Operations, Bueller & Frye Property Branding Agency ([www.buellerfrye.com](http://www.buellerfrye.com))  
*W Bueller & Frye na co dzień zajmujemy się brandingiem oraz komunikacją nieruchomości biurowych. Podstawą efektywnej komunikacji marketingowej jest oczywiście dobry produkt, dlatego dużą częścią naszej pracy stanowi doradztwo w zakresie „user experience”. „User experience” to termin wywodzący się ze świata interfejsów komputerowych, oznaczający projektowanie systemów czy produktów, które będą wywoływać pozytywne doświadczenia wchodząc w interakcję z użytkownikiem. Projektowanie „user experience” jest coraz częściej stosowane (świadomie lub nieświadomie) przez czołowych graczy na rynku nieruchomości. Wynika to m.in. z odpowiedzi na potrzeby klientów, którzy traktują biuro jako kartę przetargową podczas rekrutacji pracowników. W związku z tym powierzchnie, których poszukują muszą spełniać ich oczekiwania jeżeli chodzi o styl pracy oraz charakter pokoleniowy użytkowników. Projektowanie „user experience” stawia w centrum potrzeby człowieka i wymaga dużej wiedzy o nim. Dlatego doradzając naszym klientom zawsze rekomendujemy rozpoczęcie pracy od badania potrzeb przyszłych lub obecnych najemców. Dzięki temu jesteśmy w stanie podejmować decyzje, które sprawią, że finalny rezultat pracy będzie satysfakcjonujący i że budżet nie zostanie przeznaczony na mało efektywne rozwiązania. Jednym z ciekawszych pod tym względem projektów na rynku, przy którym mieliśmy okazję pracować jest katowicki „Face2Face” (szczegóły poniżej) stworzony przez Echo Investment. Projektowanie uwzględniające potrzeby użytkownika jeszcze większą rolę odgrywa przy rewitalizacji istniejących projektów biurowych i może stanowić o tym jak starszy budynek poradzi sobie konkurując z innymi, nowszymi i bardziej technologicznie zaawansowanymi „kolegami”. Świetnym przykładem jest tutaj Warsaw Trade Tower (szczegóły poniżej), który przechodząc rewitalizację kilka lat temu stał się pionierem jeżeli chodzi o projektowanie pod potrzeby użytkownika. Trafne zdefiniowanie potrzeb użytkowników i zaprojektowanie dobrego „user experience” zawsze sprawia, że najemcy zaczynają identyfikować się ze swoim miejscem pracy. Dzięki temu w budynku tworzy się wspólnota, a pracownicy związują się emocjonalnie z projektem. Przekłada się to bezpośrednio na jedną z najcenniejszych rzeczy w komercjalizacji budynków biurowych – retencję zadowolonych najemców.*





# Budowanie społeczności

Wraz z rozwojem nowych technologii i możliwości pracy zdalnej, zmieniają się modele pracy i funkcja jaką pełni biuro. Współczesne biuro przestaje być wyłącznie miejscem indywidualnej pracy, a coraz mocniej podkreśla się jego wymiar społeczny. Ma ono funkcjonować jako miejsce spotkań pracowników oraz przestrzeń, która wspiera interakcje, współpracę i kreatywność. Realizację tych założeń umożliwia aranżacja przestrzeni w oparciu o model Activity Based Working, ale równolegle na znaczeniu zyskuje rola community managera i działania, których celem jest budowanie i rozwijanie społeczności w ramach jednej przestrzeni coworkingowej, biurowca lub parku biurowego.

Jedną z podstawowych potrzeb człowieka jest interakcja z innymi ludźmi i poczucie przynależności do grupy. Dlatego w dobie upowszechniającej się pracy zdalnej na popularności zyskują przestrzenie coworkingowe, które aktualnie dynamicznie rozwijają się na całym świecie.

Biuro coworkingowe to miejsce pełniące różne funkcje. Z jednej strony umożliwia krótkookresowy wynajem biurka na godziny, przy jednoczesnym zapewnieniu całej infrastruktury biurowej. Z drugiej jednak strony to miejsce zrzeszające kreatywnych przedsiębiorców, gdzie możliwa jest wymiana wiedzy i doświadczenia. Społeczność coworkingową tworzą osoby o różnych profesjach, start-upy i freelancerzy. W odróżnieniu od innego rodzaju elastycznych powierzchni biurowych, powierzchnie coworkingowe są aktywnie zarządzane w celu promowania współpracy między ich członkami, m.in. poprzez organizację spotkań i aktywności wspierających wspólne uczenie się oraz wymianę wiedzy i doświadczeń. Za organizację działań mających na celu budowanie relacji i promowanie współpracy między użytkownikami odpowiada zwykle dedykowana osoba - community manager.

Rosnąca popularność powierzchni coworkingowych nie wynika wyłącznie z tego, że umożliwiają one elastyczny wynajem biurka w ciekawie zaaranżowanej przestrzeni. W oparciu o raport Deskmag „Global Coworking Survey 2017” wśród największych zalet tego rozwiązania wymienianych przez użytkowników znalazły się właśnie aspekty społeczne, takie jak atmosfera współpracy, możliwość bycia częścią określonej społeczności, poczucie przynależności, możliwość nawiązania nowych kontaktów, nauki od innych, wymiany wiedzy profesjonalnej czy uczestnictwo w spotkaniach networkingowych.

Co ciekawe, obecnie budowanie społeczności i posiadanie community managera nie pozostaje zarezerwowane wyłącznie dla przestrzeni coworkingowych. Budynki i kompleksy biurowe również posiadają swoich community managerów, którzy wspierają działania właściciela i zarządcy. W ich kompetencjach pozostaje nawiązywanie i podtrzymywanie relacji z najemcami, organizowanie eventów kulturalnych, charytatywnych, różnego rodzaju warsztatów, budowanie i wdrażanie strategii funkcjonowania w mediach społecznościowych czy prowadzenie konsultacji i ankiet wśród pracowników. Takie działania sprzyjają budowaniu poczucia przynależności do grupy – pracowników danej firmy i konkretnego budynku. Stworzenie unikalnej atmosfery i spójnej strategii, która wesprze społeczny wymiar biura nie jest łatwe, ale przynosi długofalowe korzyści dla wszystkich.

## Google Campus

Warszawa to jedno z kilku miast na świecie (obok Londynu, Madrytu, Seulu, Tel Awiwu, Sao Paulo i Berlina), gdzie światowy gigant Google zdecydował się uruchomić swój ośrodek wspierania innowacji. Zlokalizowany na terenie dawnej Warszawskiej Wytwórni Wódek Koneser Campus Warsaw oferuje przestrzeń dla rozwoju start-upów z regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Sercem kampusu jest Campus Cafe, a dodatkowo na jego terenie znajdują się sale konferencyjne i nowoczesnie zaprojektowana przestrzeń coworkingowa. Najważniejszy nie jest jednak sam budynek, ale społeczność, którą skupia wokół siebie Google Campus. Członkostwo w Campus Warsaw umożliwia przedsiębiorcom wymianę doświadczeń, pogłębianie wiedzy, udział w bezpłatnych szkoleniach, skorzystanie ze wsparcia mentorów czy pomocy w uzyskaniu finansowania. W warszawskim Google Campus organizowanych jest rocznie ponad 400 różnego rodzaju wydarzeń: dyskusji, konferencji i wykładów dotyczących m.in. programowania, zakładania start-upów, promocji w internecie.

Opis na podstawie materiałów prasowych

”

**Sebastian Zimmermann, Managing Partner, Koncept 4**  
*Kiedyś budowanie i utrzymywanie relacji z najemcami leżało w gestii property managera. Powoli rolę pierwszego kontaktu z najemcami przejmuje community manager. Funkcja community managera kojarzona jest przede wszystkim z przestrzeniami coworkingowymi, natomiast coraz częściej pojawia się również w kontekście tradycyjnych budynków biurowych, pełniąc rolę pierwszego kontaktu pomiędzy najemcami a właścicielem budynku. Community manager nie zastępuje zarządcy nieruchomości, ale wspiera go w jego codziennych obowiązkach. Nie zajmuje się aspektami technicznymi funkcjonowania budynku, natomiast dba o utrzymanie relacji z najemcami. Zauważyliśmy, że najemcy bardzo doceniają fakt, że właściciel nieruchomości dokłada wszelkich starań, żeby sprostać ich oczekiwaniom. Community manager pracuje przy planowaniu i rozwoju nowych usług, sprawdza ich jakość, ale również angażuje najemców w planowanie dodatkowych rozwiązań, które mogą zostać uruchomione lub są pożądane przez najemców. Często współpracuje nie tylko z działem administracyjnym, ale również z zespołami odpowiedzialnymi za CSR, HR czy PR. Rola community managera jest odpowiedzią na nieustannie zmieniające się oczekiwania pracowników wobec miejsca pracy, gdzie poza walorami technicznymi ważne jest również tzw. „user experience” (odbiór użytkowników). Przykład kompleksów Business Garden pokazuje, że najemcy akceptują takie rozwiązanie i chętnie korzystają z obecności osoby dedykowanej do tego typu zadań.*

## Business Garden

Community manager w parkach Business Garden towarzyszy najemcom w trakcie przeprowadzki i jest przewodnikiem po nowej lokalizacji biurowej w pierwszych dniach po wprowadzeniu się pracowników do kompleksu. Pracuje nad wdrażaniem nowych udogodnień i sprawdza jakość oferowanych usług. Regularnie przeprowadza badania opinii oraz współorganizuje wydarzenia. Głównym celem jest budowanie wspólnoty. Dbamy o familijną, przyjazną atmosferę w miejscu pracy i staramy się zatrzeć sztywny podział pomiędzy pracą, zabawą i życiem rodzinnym – wyjaśnia Agata Jankowska, Community Manager w Vastint Poland.





# Życie wchodzi do biurowców

Biurowce zaczęły nie tylko uatrakcyjnić życie pracownikom, ale także otwierać się na osoby z zewnątrz. Już od kilku lat w widoczne jest coraz większe zaangażowanie właścicieli jak i najemców budynków biurowych w różnego rodzaju wydarzenia, spotkania, akcje o charakterze charytatywnym, prozdrowotnym, kulturalnym czy okolicznościowym. Pracownicy nie tylko chcą pomagać, aktywnie spędzać czas, ale przede wszystkim robić to wspólnie, coraz częściej poza standardowymi godzinami pracy. Organizacja tego typu wydarzeń stała się nie tylko integralną częścią życia biurowego, ale także elementem zrównoważonej strategii, dzięki której w naturalny sposób dana nieruchomość wpisuje się w tkankę miejską.

Aktywny tryb życia oraz chęć integracji zaczęły sprzyjać coraz częstszemu organizowaniu wspólnych biegów czy ćwiczeń. Do wydarzeń, cieszących się dużym zainteresowaniem należą m.in. charytatywny bieg „Poland Business Run” w Warszawie organizowany na terenie kompleksu EMPARK Mokotów Business Park, „Bieg Na Szczyt” w stołecznym biurowcu Rondo 1 czy triathlon odbywający się na Sportstacji należącej do kompleksu Alchemia w Gdańsku. Ciekawą inicjatywą są także treningi piłki nożnej dla dzieci organizowane przez Diamonds Academy na boisku Royal Wilanów w Warszawie czy zajęcia z trenerem tenisa aranżowane w biurowcach myhive należących do IMMOFINANZ.

W biurowcach nie brakuje także szczypty kultury. Muzyczne wydarzenia to występy fortepianowe w stołecznym projekcie Warsaw Trade Tower czy cykl koncertów „Cztery pory roku” organizowanych w ramach Olivia Camerata w biurowcu Olivia Star w Gdańsku. Biurowce zaczęły się także otwierać dla mieszkańców w Noc Muzeów. W tym roku w Warszawie można było zwiedzić m.in. Warsaw Spire, do którego przynależy ogólnodostępny plac Europejski - miejsce wielu wydarzeń czy inwestycji Bobrowiecka 6 płynąca z projektu Spectra Art Space (czyt. str. 15).

Właściciele biurowców oraz najemcy nie zapominają także o działalności charytatywnej. W związku z tym w Światowy Dzień Wiedzy Na Temat Autyzmu z inicjatywy fundacji SYNOPSIS organizowana jest akcja „Niebiesko Dla Autyzmu”. Dodatkowo w „życie” biurowców na stałe wpisana się akcja krwiodawstwa organizowana przez firmy, właścicieli biurowców i Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa.

W budynkach biurowych odbywa się również wiele wydarzeń okolicznościowych. Najemcy oraz właściciele organizują gry i zabawy z okazji Dnia Dziecka, w okresie świątecznym popularnością cieszą się jarmarki i kiermasze. Z kolei z okazji Dnia Ziemi już po raz szósty w tym roku miała miejsce zbiórka elektroodpadów w biurowcach. Wydarzenia sportowe również nie są pomijane, w czerwcu podczas Mundialu 2018 plac Europejski przy Warsaw Spire czy też plac przy Royal Wilanów zamieniły się w strefy kibica.

Warto zaznaczyć, że biurowce oraz przestrzenie wokół nich często dostępne są również dla mieszkańców miasta stając się częścią tkanki miejskiej. Za przykład może posłużyć Warsaw Spire, przed którym co roku powstaje ogólnodostępne lodowisko czy też Royal Wilanów ze Snow Parkiem dla entuzjastów snowboardu zimą, a z trampolinami latem. Ciekawym przedsięwzięciem jest również BioBazar, targ z ekologiczną żywnością, zlokalizowany w EMPARK Mokotów Business Park. BioBazar, czynny jest w środy, piątki i soboty, dzięki czemu miłośnicy zdrowej żywności mogą spędzić tam więcej czasu, biorąc przy okazji

”

**Beata Patuszyńska**, Marketing Manager w Dziale Zarządzania Nieruchomościami Knight Frank

*Działania marketingowe w obiektach biurowych stają się standardem, którego oczekują najemcy. Biurowiec to już nie metry kwadratowe, ale przede wszystkim miejsce, w którym przebywa określona społeczność. Dlatego właściciele i zarządcy proponują najemcom szereg inicjatyw, które mają umilić czas spędzany w biurze, a także wspomóc tworzenie społeczności, np. dni rowerowe, foodtrucky, okolicznościowe kiermasze czy zajęcia sportowe. Chcąc, by budynki żyły również poza godzinami pracy, właściciele coraz częściej otwierają je na mieszkańców miast. Dbają o stworzenie przyjaznej przestrzeni wokół budynków, wprowadzają restauracje oraz lokale handlowo-usługowe, proponują wystawy, koncerty czy podziwianie miasta z najwyższych pięter. Wspierają lokalne społeczności i innych potrzebujących włączając się w akcje społeczne i charytatywne – uczestniczą np. w akcji Zrzuć zbędne kilowaty, Zaświeć się na niebiesko, oddawaniu krwi, biegach charytatywnych, zbiórkach dla potrzebujących. Myślenie o biurowcu jak o miejscu widać u niektórych deweloperów, którzy już na wczesnym etapie projektowania obiektu oprócz architektów czy technologów, zapraszają również firmy specjalizujące się w tworzeniu marki. Nie zawsze jest to jednak możliwe i znacznie częściej strategię marketingowe powstają dla obiektów istniejących. Kluczem do przygotowania skutecznej strategii jest zrozumienie danej nieruchomości – jej mocnych i słabych stron, przyjrzenie się jej historii, przekrojowi najemców czy lokalizacji. Warto zapytać o budynek pracowników, sąsiadów, liderów opinii. Nie bez znaczenia jest również sytuacja na rynku i działania konkurencji. Dopiero mając taką podstawę można określić jakie narzędzia dobrać, by osiągnąć wyznaczony cel. Przemyślana strategia komunikacji z otoczeniem pozwala podkreślić atuty nieruchomości, jej unikalne cechy, a także zminimalizować niedogodności. Dzięki temu może być wsparciem zarówno dla zarządzania, wynajmu jak i wspomagając sprzedaż obiektu.*

## Kino Letnie w EMPARK Mokotów Business Park

IMMOFINANZ, właściciel EMPARK Mokotów Business Park, z myślą o pracownikach swoich najemców uruchomił – trzeci rok z rzędu, projekcję kina plenerowego, które odbywają się w specjalnej letniej strefie na terenie kompleksu. Pomysł w tym roku realizowany jest we współpracy z miesięcznikami „Logo” i „Avanti”. Seanse odbywają się do końca sierpnia, w każdy czwartek o godz. 21:00. Do dyspozycji widzowie mają leżaki, bezpłatny popcorn oraz jedzenie serwowane z foodtracków.



## myhive

Myhive to marka biurowa stworzona przez IMMOFINANZ. Obejmuje piętnaście biurowców w pięciu krajach, w tym aż sześć w Warszawie. Spójna koncepcja obejmuje komfortowy design lobby z centralnie ulokowanymi strefami spotkań. Myhive oferuje profesjonalną obsługę najemców oraz bogatą infrastrukturę (m.in. udogodnienia dla rowerzystów, własny system wypożyczania rowerów, stacje ładowania jednośladów elektrycznych). Najważniejszym wyróżnikiem marki jest jednak społeczność najemców, o którą dba community manager. Cyklicznie organizowane eventy pomagają najemcom myhive nawiązywać nowe kontakty i rozwijać swój biznes.

udział w różnego rodzaju wydarzeniach organizowanych na terenie kompleksu.

Przykłady te, choć są tylko niewielką częścią wszystkich organizowanych przedsięwzięć, pokazują jak zmienił się sposób wykorzystania przestrzeni biurowej, a także jej postrzeganie przez właścicieli. Miejsce pracy nie kojarzy się już tylko z biznesem, ale także z przestrzenią, która sprzyja integracji, realizowaniu wspólnych celów, pomaganiu czy dobrej zabawie.



# Sztuka w przestrzeni biurowej

Atrakcyjność przestrzeni pracy ma znaczący wpływ na obecnych pracowników, a także na potencjalnych kandydatów do pracy. W konsekwencji, właściciele budynków jak i najemcy coraz większą wagę przywiązują do tworzenia przestrzeni ciekawych, designerskich i na swój sposób wyjątkowych. Oprócz wielu udogodnień dla pracowników, które na przestrzeni lat zrewolucjonizowały miejsca pracy, większy nacisk kładzie się także na aspekty estetyczne powiązane ze sztuką. Wynika to z powszechnego przekonania, że kontakt ze sztuką wpływa na kreatywność i pomaga odnajdywać nowe sposoby myślenia. Sztuka w przestrzeni biurowej inspiruje, ale jednocześnie wpływa na budowanie wizerunku firmy czy biurowca.

Na rynku biurowym zaobserwować można nowy trend, który przejawia się w zupełnie innym niż jeszcze kilka lat temu aranżowaniu przestrzeni wewnątrz, jak i na zewnątrz budynku. Sztuka, która wprowadzana jest do biur to zarówno malarstwo umieszczane w reprezentacyjnych częściach biur poszczególnych firm, ale także w przestrzeniach wspólnych budynku, czy też rzeźba w lobby biurowca lub na zewnątrz. Na rynku biurowym w Polsce istnieje wiele projektów, które wyróżniają się taką unikatową wizytówką, to m.in. rzeźba „Gimnastyczka” Jerzego Kędziory, która znalazła się w holu głównym Q22 w Warszawie, ruchoma instalacja „You&Me” Erana Skakine’a umieszczona przed biurowcem Cosmopolitan także w stolicy, drewniane rzeźby Pawła Sasina zdobiące kompleks Łużycka Office Park w Gdyni, instalacje „Bios” Anny Bujak, która prezentowana jest przed biurowcem Dominikański we Wrocławiu, czy rzeźbę Moniki Szpener w biurowcu Technopark w Szczecinie. Jednocześnie, do grona najemców w biurowcach dołączają galerie sztuki. Dzięki organizowanym w nich wernisażach czy spotkaniach tematycznych, biurowce wzbudzają zainteresowanie także poza godzinami pracy. Przykładem może być Galeria Tymczasowa usytuowana w kompleksie Business Garden należącym do Vastint Poland, której celem jest zwrócenie uwagi na różne formy sztuki. Warto wspomnieć także o galerii w budynku Ethos, nad którą mecenat artystyczny objął właściciel biurowca – Kulczyk Silverstein Properties. W tej nowej na mapie Warszawy przestrzeni artystycznej organizowane są wydarzenia kulturalne, wystawy rzeźb, obrazów, fotografii czy grafik. Kolejnym przykładem jest także galeria Spectra Art Space mieszcząca się w biurowcu Bobrowiecka 6, która powstała z inicjatywy Fundacji Rodziny Staraków i skoncentrowana jest na sztuce współczesnej. Jednak aby sztuka zagościła w biurowcu, nie są konieczne przestrzenie dedykowane tylko do tego celu. Właściciele budynków zaczęli umiejętnie wykorzystywać powierzchnie wspólne czy niewynajęte biura do organizowania wystaw czy spotkań artystycznych. Przykładem może być wystawa Grand Press Photo 2018, która w połowie czerwca zagościła w Warsaw Spire, wystawa malarstwa w Wiśniowy Business Park, wystawy fotograficzne w budynkach WTT, Kolmet i North Gate. Właściciele biurowców zaczęli dostrzegać korzyści płynące z połączenia biznesu ze sztuką. Nadaje ona bowiem wyjątkowego charakteru danemu miejscu i staje się jego unikatową wizytówką, wpływając korzystnie na wizerunek danej firmy czy właściciela budynku. Dodatkowo, za sprawą organizowanych wydarzeń, właściciele budynków mogą promować i wspierać twórczość lokalnych artystów łącząc to z działalnością charytatywną.

## White & Case, Q22, Warszawa

Fotografie m.in. Tadeusza Rolkego, Tymka Borowskiego, Mikołaja Groszperre’a, a tuż obok – unikalne mapy i sztychy. Taką sztukę można obejrzeć na ścianach biura kancelarii White & Case w Q22. Sztuka w biurze międzynarodowej kancelarii prawnej łączy dwa poziomy kultury organizacji – tradycję (wyrażoną wyeksponowaniem kolekcji starych map, które zdobyły wnętrza poprzednich siedzib) oraz świetnie rozeznanie bieżących i lokalnych trendów (którego znakiem jest wprowadzenie do biura prac młodych, wyróżniających się polskich artystów). Jedne i drugie prace stanowią spójną wizualną opowieść, zgraną z architekturą biura.

## Ergo Hestia – Park, Sopot

Główna siedziba Ergo Hestii w Sopocie otoczona jest ogólnodostępnym parkiem, gdzie można podziwiać obiekty sztuki, m.in. mural Jarosława Flicińskiego oraz laureatów konkursu Artystyczna Podróż Hestii. Działania te wpisują się w konsekwentnie rozwijaną przez Ergo Hestia strategię CSR i działalność jako mecenas sztuki.

”

**Anna Theiss, partner, Aurabilia:**

*Sztuka w przestrzeni biurowej i w najbliższym otoczeniu biura to dziś sprawdzone narzędzie budowania wizerunku nieruchomości. Dlatego, żeby w ramach lokowania sztuki w biurze wyróżnić się i zbudować przewagę konkurencyjną, potrzebny jest niestandardowy klucz doboru i najwyższa jakość prezentowanych obiektów artystycznych.*

**Beata Niemczuk, partner, Aurabilia:**

*Obecnie sztuka pojawia się w przemyślany sposób we wnętrzach biurowych dostępnych dla klientów, ale też i tylko pracowników, częściach wspólnych biurowców, w tkance miejskiej otaczającej biurowce. Inwestorzy sięgają po różne media – malarstwo, grafikę, fotografię i rzeźbę. Rzadziej zdarzają się instalacje video.*

### REKOMENDACJE

1. Sztuka zaistnieć może w przestrzeni biurowej w wielu formatach – nie zawsze trzeba ją umieszczać na stałe. Obiekty artystyczne można lokować na określony czas.
2. Dobrze dobrana sztuka to taka, która tworzy spójną historię z miejscem lub podmiotem, który ją eksponuje. A więc: komunikuje podobne wartości, odnosi się do analogicznych segmentów klienckich, nawiązuje do historii firmy.
3. Sztuka dodaje wartości przestrzeni biurowej, jeśli sama ją posiada. Niezbędna jest dokładna ekspertyza związana z tym, co umieszczamy w nieruchomości – jaki kapitał symboliczny, kulturowy i jaki potencjał inwestycyjny ma dany obiekt artystyczny.

## Spectra Art Space, Spectra Development, Warszawa

Brązowy odlew Igora Mitoraja „Grande Toscano” umieszczony tuż przed wejściem do biurowca to wizytówka, która z daleka zapowiada niezwykle sposób traktowania przestrzeni biurowej w Spectra Development, gdzie prezentowana jest prywatna kolekcja Anny i Jerzego Staraków składająca się z wybitnej powojennej polskiej sztuki. Na ścianach biurowca w częściach wspólnych znalazły się prace m.in. Henryka Stażewskiego, Jana Berdyszaka, Wojciecha Fangora, Ryszarda Winiarskiego, których nazwiska przyciągają kolekcjonerów i inwestorów. W przestrzeni najbliższej wejścia do budynku utworzono Spectra Art Space - przestrzeń galerijną, gdzie odbywają się przygotowane przez kuratorów czasowe wystawy. Raz w miesiącu wszyscy chętni – nie tylko pracownicy biura – zapraszani są przez Fundację Rodziny Staraków na kuratorskie oprowadzanie po kolekcji.

„Gimnastyczka” Q22, Warszawa  
Rzeźba „Gimnastyczka” Jerzego Kędziory w kwitniu ozdobiła hol główny biurowca Q22. Wyboru dokonali najemcy poprzez udział w głosowaniu na jedną spośród trzech miniatur rzeźb.





# Nowe technologie

Rewolucja cyfrowa wkracza we wszystkie dziedziny życia, znacząco zmieniając sposób w jaki pracujemy czy komunikujemy się, a jej symbolami są rozwój automatyki, internetu rzeczy (IoT) i sztucznej inteligencji (AI) oraz robotyzacja. Nowoczesne biura już teraz zyskują nowe, nieznane dotąd funkcjonalności dzięki wykorzystywaniu zaawansowanych technologii oraz wiedzy z dużych zbiorów danych (big data), rozwijanych właśnie przez technologię IoT. Warto jednocześnie mieć na uwadze, że zgodnie z prawem Moore'a, tempo rozwoju technologicznego podwaja się co dwa lata, więc z pewnością zmiany będą zachodzić jeszcze dynamiczniej. W rezultacie, pytanie jak będą wyglądały nasze miejsca pracy w przyszłości pozostaje otwarte.

Coraz więcej deweloperów i firm doradczych z sektora biurowego współpracuje ze start-upami, aby rozwijać innowacyjne rozwiązania do zastosowania w budynkach komercyjnych. Jednym z efektów tej współpracy są rosnące możliwości personalizacji miejsc pracy przy zastosowaniu tzw. smart solutions, technologii IoT i aplikacji mobilnych. Te ostatnie mogą też obsługiwać kontrolę dostępu do budynku czy zarządzanie miejscami parkingowymi, ale należy się spodziewać dalszych, bardziej zaawansowanych funkcjonalności. Na popularności zyskują również aplikacje mobilne biurowców, które ułatwiają sprawdzenie informacji o wydarzeniach w budynku, ofercie lunchowej i lokalnych sklepach, ale także umożliwiają zgłaszanie usterek, czy też wspierają tworzenie społeczności w biurowcu.

W nowoczesnych biurowcach stosowane są również liczne rozwiązania, które wpływają na podniesienie komfortu użytkowników, a jednocześnie obniżają koszty eksploatacji budynku. Należą do nich m.in. czujniki, które adekwatnie do potrzeb dostosowują oświetlenie wewnętrzne i temperaturę w pomieszczeniu, żaluzje, które ustawiają się zgodnie z kierunkiem promieni słonecznych, czy kamery telewizji przemysłowej, które w połączeniu z analizą obrazu i automatyką budynków wpływają na bardziej efektywne wykorzystanie zasobów. Prawdziwą rewolucją będzie jednak połączenie tych systemów w całość, co przyczyni się do poprawy bezpieczeństwa, efektywności i funkcjonalności nowoczesnych biurowców.

Technologie IT pojawiające się w sektorze biurowym oferują szereg nowych możliwości współpracy, komunikacji i wymiany informacji, zmieniają sposób myślenia o miejscu pracy. Należy oczekiwać, że w najbliższym czasie nastąpi zdecydowany wzrost wykorzystania big data, co umożliwi analizę zachowań użytkowników i sposobów korzystania z biurowców. W okresach kiedy oczekiwane jest mniejsze obciążenie, powierzchnia może być elastycznie dostosowywana do potrzeb najemcy i optymalnie wykorzystywana. Firmy doradcze, m.in. Knight Frank (Strategic Consulting EMEA) analizują dane, aby proponować najemcom jak efektywnie wykorzystywać przestrzeń biurową.

Inicjatorem zmian są także najemcy budynków biurowych. Zmieniające się oczekiwania najemców wpływają na poprawę bezpieczeństwa nieruchomości i infrastruktury IT, efektywności kosztowej biurowców oraz ich wpływu na środowisko. Wymaga to od właścicieli nieruchomości położeń nacisku na nowe rozwiązania technologiczne w zakresie efektywności energetycznej, które podnoszą również komfort pracy i bezpieczeństwo.

”

**Adam Penkala**, Chief Operating Officer, Velis

*Dzięki zaawansowanym technologiom m.in. rozwiązaniom Internetu Rzeczy (IoT) zastosowaniu nowoczesnego oprogramowania dla najemców, czy wykorzystaniu analiz big data możliwe jest zapewnienie optymalnych warunków pracy, przekształcając biurowce w zależności od potrzeb jego najemców. Stale rosnące potrzeby najemców implikują konieczność stosowania w obiektach biurowych nowoczesnych rozwiązań z obszaru sensoryki oraz mobilności, takich jak: kody QR, beacons, tagi NFC, sensory jakości powietrza czy obecności osób przy biurkach oraz w pomieszczeniach. Rozwiązania te usprawniają zarządzanie procesami property, facility, a także space management, co przekłada się na przyjazne miejsce pracy powiązane mocno z efektywnością pracowników. Rynek rozwija się w stronę wyższej jakości usług przy jednoczesnym ograniczeniu kosztów, takie zmiany wspierają systemy typu CAFM (Computer-aided facility management) połączone z sensorami takimi jak technologia beacon, możliwe jest przykładowo zwizualizowanie na planach ścieżek, po jakich poruszali się pracownicy ochrony czy służby techniczne obiektu. Rozwiązania takie zmniejszają koszty administracyjne usługi a poprzez transparentność zwiększają ich jakość. Przy użyciu smartfona, najemcy mogą również m.in. zgłosić usterkę techniczną, zaprosić do swojego biura gościa dając mu jednocześnie dostęp do obiektu poprzez QR kod oraz otrzymując w czasie rzeczywistym powiadomienie o jego przybyciu, czy zarezerwować dla niego miejsce parkingowe. Stosowana technologia NFC w większości smartfonów high-end może być wykorzystywana m.in. do potwierdzenia wykonania przeglądów oraz obchodów, rejestrację czasu pracy czy też do kontroli dostępu dla najemców. Dodatkowo wykorzystywane w budynkach technologie sensorów RFID oraz rozpoznawania tablic LPR, umożliwiają integrację systemów automatyzacji ruchu samochodowego najemców oraz ich gości, zwiększając jednocześnie poziom bezpieczeństwa. Szeroki wachlarz nowoczesnych rozwiązań stosowanych w obiektach biurowych zapewniają optymalne warunki pracy dla każdego. Wymienione powyżej technologie – stale udoskonalane i rozwijane, czynią budynek bardziej inteligentnym, zwiększając jego wydajność, a nawet przewidując potrzeby nieruchomości oraz zaspakajając oczekiwania najemców.*

Trendy  
w sektorze biurowym

**Biurowiec Spark**, zrealizowany przez Skanska Property Poland to jeden z najbardziej zaawansowanych technologicznie budynków oferujących użytkownikom szereg innowacyjnych rozwiązań, m.in.:

**Connected by Skanska** to system, na który składają się aplikacja na telefon, platforma dla zarządców i najemców, a także zbiór danych w chmurze. System integruje wszystkie funkcjonalności budynku, tj. parking, recepcja, dostęp do budynku, czy zgłaszanie usterek.

**Connected Fit-out** – pakiet dodatkowych funkcjonalności do zarządzania przestrzenią do pracy, który pozwala m.in. sterować oświetleniem i temperaturą w miejscu, w którym znajduje się użytkownik czy odnaleźć i zarezerwować najbliższą dostępną salkę. Dzięki beaconom, czyli sensorom wykorzystujących technologię Bluetooth Low Energy, telefon weryfikuje swoje położenie na powierzchni biura. Inwestor jeszcze w tym roku planuje zainstalować na fasadzie budynku półprzezroczyste ogniwa fotowoltaiczne z perowskitu. Dzięki współpracy pomiędzy Skanska a Saule Technologies, Spark będzie pierwszym budynkiem na świecie który przetestuje technologię wynalezioną przez Olgę Malinkiewicz, polską fizyk.

**Mennica Legacy Tower** - mobilna aplikacja budynku

Zakończenie budowy projektu realizowanego przez Golub GetHouse i Mennicę Polską S.A. planowane jest jesienią 2019 roku. Budynek będzie posiadał aplikację mobilną, dzięki której smartfony zastąpią użytkownikom karty dostępu do biura i parkingu, co przyczyni się do zwiększenia poziomu bezpieczeństwa. Każdy użytkownik będzie mógł za pomocą telefonu dostosować do swoich potrzeb warunki panujące w biurze, poprzez zdalne sterowanie oświetleniem, klimatyzacją, czy żaluzjami, a także zarezerwować salę na spotkanie. W aplikacji będą pojawiały się także powiadomienia o usługach dostępnych w budynku. Będzie to kompleksowe rozwiązanie, umożliwiające zarządzanie wszystkimi funkcjami budynku przez użytkownika, od momentu wejścia i przywołania odpowiedniej windy, aż po opuszczenie biurowca.



# Blżej natury



Obecny pęd życia oraz fascynacje życiem w mieście ograniczyły dostęp ludzi do przyrody.

Coraz częściej jednak odnosimy się w życiu codziennym do zagadnień psychologii ekologicznej (ekopsychologii), która między innymi mówi o stłumionej podświadomości ekologicznej. Znaczy to, że człowiek żyjący w betonowych miastach, domach nie może tryskać zdrowiem i szczęściem. Prowadzi to do poszukiwania w otaczającym nas świecie, czyli również w naszych biurach jak i wokół budynków komercyjnych natury i kontaktu z przyrodą.

**Biofilia** to hipoteza Edwarda O. Wilsona – naukowca Uniwersytetu Harvarda i mówi o potrzebie poczucia wspólnoty z innymi organizmami żywymi. Jego teoria dowodzi, że istoty żywe mają wrodzone poczucie wspólnoty ze światem przyrody, która jest niezbędna do prawidłowego funkcjonowania.

Koncentracja na człowieku, jego potrzebach oraz zdrowiu również w aspektach związanych z nieruchomościami komercyjnymi zwróciła uwagę na „miłość do natury”, ludzkiej fascynacji nią oraz jej procesami. Powstał nawet nowy kierunek w architekturze – biophilic design. Skupia się on na zastosowaniu elementów przyrody oraz jej procesów, które wpływają na „design” produktów z jakich korzystamy na co dzień w pracy oraz domu.

Prowadzone od kilkudziesięciu lat badania potwierdzają, że korzyściami jakie płyną z zastosowania tego typu wzorów są redukcja poziomu stresu, polepszenie produktywności, kreatywności, samopoczucia oraz zmniejszenie absencji w pracy.

Biophilic design charakteryzuje się kilkoma zasadami:

- **Bezpośrednim kontaktem z naturą** – czyli realnymi formami natury takimi jak drzewa, rośliny, światło naturalne, woda, zmiana pór roku, ruch powietrza. W wielu biurach pojawiły się już naturalne pnie drzew, zielone ściany i tarasy czy fototapety z widokami lasu, gór czy morza.
- **Pośrednim kontaktem z naturą** – czyli naturalnymi materiałami, teksturami, kolorami i kształtami pochodzącymi z natury. Mają one kojarzyć się z naturą poprzez wykorzystanie także innych zmysłów niż wzrok, czyli słuch, dotyk, zapach czy smak. Mowa tu o wykorzystaniu dźwięków (szum wody, śpiew ptaków), zapachów (roślin, lasu) i wspomnianej wcześniej tekstury (woda, drewno, kamień).
- **Wnętrzami dla ludzi** – czyli wpływaniem na ludzką reakcję – ekscytacja, motywacja oraz kreatywność człowieka, skupienie i regeneracja w obcowaniu z odpowiednimi wzorcami. Mają one bezpośredni wpływ na polepszenie zdrowia psychicznego i mniejszą zachorowalność.

Popularne od kilku lat budownictwo zrównoważone nie skupia się już wyłącznie na kwestiach technicznych. Nowe zrównoważone budownictwo w centrum stawia ludzkie potrzeby, a zastosowanie biophilic design stało się coraz bardziej doceniane przez projektantów, architektów, deweloperów, właścicieli budynków oraz przez ich użytkowników.

Coraz częściej publikowane są badania, które pokazują, że ankietowani użytkownicy biur zwracają uwagę oprócz jakości powietrza i wentylacji, komfortu termicznego, układu biura, dostępu światła dziennego i jakości oświetlenia, akustyki, lokalizacji również na dostęp do natury. Dla wielu osób istotny jest widok za oknem, otoczenie budynku i dlatego firmy decydują się na biura w kompleksach z terenami zielonymi wokół, gdzie można pójść na spacer, usiąść na ławce, zjeść lunch w otoczeniu natury.

## Tu dynia jak słońce, tam główka sałaty

W czasach coraz większej potrzeby kontaktu człowieka z przyrodą, zaobserwować można nowy trend - wspólną inicjatywę pracowników biurowców, którzy chcą mieć wpływ na kształtowanie terenów wokół swojego miejsca pracy. W związku z tym, przy budynkach biurowych coraz częściej tworzone są ogródki, o które dbają najemcy, często licząc się w pomysłach na ich zagospodarowanie. Przykładem tak zaaranżowanego terenu może być dziedziniec przed kompleksem Park Rozwoju, na którym najemcy uprawiają ogródek warzywny, w którym m.in. wyrosną rzodkiewki, pomidorki koktajlowe czy zioła. Również pracownicy myhive Nimbus postanowili w ten sposób zagospodarować teren wokół swojego miejsca pracy. Wszystko w duchu biofilii, czyli potrzeby kontaktu z innymi organizmami żywymi.

”

**Magdalena Oksańska**, Head of Property Management Compliance, Knight Frank

*Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Polskie Stowarzyszenie Budownictwa Ekologicznego pt. "Zdrowe, zielone biura" zdaniem ponad połowy respondentów w ich otoczeniu biurowym jest zbyt mało roślin. Analiza wykazała również, iż w budynkach starszych (wybudowanych przed 2007 r.) pracownicy są znacząco bardziej niezadowoleni. Wydaje się, że dotychczas na obecność elementów natury częściej zwracaliśmy uwagę we własnych mieszkaniach i domach niż w miejscu pracy. Z czasem jednak tego z czym mamy do czynienia jedynie wieczorami i w weekendy zaczęto nam brakować również w ciągu dnia pracy, a jak wykazały badania dobre samopoczucie wpływa na produktywność i kreatywność pracowników. Elementy biophilic design pojawiają się, a z czasem z pewnością będą powszechne zarówno we wnętrzach biurowców jak i w projektowaniu terenów zielonych. Ci którzy już pracują pośród na nowo zaprojektowanych ogrodów przy kompleksach biurowych z pewnością zauważyli wyjątkową dbałość o dobór roślin. Ma to na celu nie tylko stworzenie naturalnych, kolorowych łąk z zastosowaniem konkretnych bylin łąkowych, ale także przyciągnięcie konkretnych owadów – kolorowych motyli i trzmieli czy pszczoł, dla których stawiane są również w mieście ule.*

## myhive Nimbus

Myhive Nimbus to obiekt biurowy z portfela IMMOFINANZ. Właściciel szczególną wagę przywiązuje do tego aby osoby pracujące w tym budynku miały możliwie bliski kontakt z naturą. W recepcji obiektu znajdują się dwie ściany pokryte roślinami. Elewacja budynku to nie tylko szklane i aluminiowe elementy, na specjalnie zagospodarowanych tarasach rosną naturalnej wielkości drzewa, co sprawia niezwykle wrażenie piętrowego lasu. Na dachu biurowca od dwóch lat, w pięciu ulach, żyje 250 tys. pszczoł. Na parterze zaś, z inicjatywy pracowników jednego z najemców, powstał ogródek - osobiście dbają oni o jego wygląd i jakość roślin.





# Ekologia

W ostatnich latach zyskały na znaczeniu zielone certyfikaty uzyskiwane dla nieruchomości komercyjnych. Zarówno certyfikaty uzyskane jeszcze na etapie projektu i budowy, jak i te uzyskiwane przez już istniejące budynki mają istotny wpływ na postrzeganie nieruchomości zarówno przez najemców i inwestorów poszukujących możliwości zainwestowania na rynku nieruchomości. W przypadku budynków nowo projektowanych ocenie podlegają, między innymi, lokalizacja, proces projektowy, zarządzanie budową, zastosowane systemy techniczne i charakterystyka obiektu. Musi on spełniać wymagania dotyczące efektywności energetycznej oraz komfortu użytkownika.

Znaczenie ma również wykorzystanie materiałów regionalnych oraz pochodzących z recyklingu. W trakcie certyfikacji budynków podczas użytkowania są one poddawane optymalizacji zużycia mediów i ocenie funkcjonowania. Weryfikowane są procedury i efektywność obiektu. Certyfikacja budynków dziś to już raczej standard na rynku nieruchomości komercyjnych, zatem należy się spodziewać, że każdy nowy budynek będzie posiadał zielony certyfikat w momencie oddania do użytkowania, jak również większość już istniejących będzie podlegała procesowi certyfikacji. Rozwiązania, które stoją za certyfikatem pozwalają optymalizować koszty eksploatacyjne oraz przyciągają najemców. Energooszczędne oświetlenie, wykorzystanie deszczówki, ograniczenie zużycia wody poprzez jej ponowne użycie (szara woda) to rozwiązania coraz częściej stosowane zarówno w nowych obiektach jak i tych modernizowanych. Optymalizacja i redukcja zużycia mediów w biurach stały się istotnym elementem ochrony środowiska. W tej kwestii znaczenie ma również jakość zaprojektowanej powierzchni poszczególnych biur. Obecnie w większym stopniu zwraca się uwagę na optymalne wykorzystanie naturalnego oświetlenia tak, aby ograniczyć sztuczną. Jednocześnie zmniejszenie dostępu promieni słonecznych za pomocą zastosowania odpowiedniego szklenia lub żaluzji zewnętrznych pozwala ograniczyć zużycie energii elektrycznej do chłodzenia pomieszczeń. Dąży się także do ograniczenia zużycia energii elektrycznej poprzez minimalizowanie stref biur, które oświetlane są wyłącznie sztucznym światłem. Zatem dobry projekt zarówno całego obiektu jak i samych biur jest kluczem do efektywnej ochrony środowiska. Wielu najemców świadomych potrzeby dbania o środowisko oczekuje dobrego projektu swojej powierzchni, edukuje pracowników i angażuje się we wspólne akcje proekologiczne. Segregowanie odpadów już na poziomie każdego biura ogranicza koszty jak i wpływa pozytywnie na środowisko. Mając na względzie ochronę środowiska nie sposób nie wspomnieć również o ekologicznym transporcie. Zwiększana stale ilość punktów ładowania samochodów elektrycznych w biurach oraz propagowanie korzystania z rowerów ogranicza zanieczyszczenie powietrza. W kolejnych obiektach projektowane są przysznice dla rowerzystów jak i pojawia się coraz więcej miejsc do bezpiecznego parkowania rowerów w miejscu pracy. Istotnym elementem propagującym ekologiczny styl życia są z pewnością różnego rodzaju eventy rowerowe typu „bike day” i akcje takie jak „Garnitury na rowery”.

#### Główne obszary oceny w certyfikacji wielokryterialnej:

- Efektywność energetyczna
- Efektywność gospodarowania wodą
- Jakość środowiska wewnętrznego budynku
- Redukcja odpadów i maksymalizacja recyklingu
- Materiały użyte do wybudowania obiektu
- Transport i lokalizacja



**Alicja Kuczera**, Dyrektor Zarządzający, Polskie Stowarzyszenie Budownictwa Ekologicznego  
*Zielone, a dokładniej zrównoważone budynki są oszczędne (ekonomia), komfortowe (ludzie) oraz stworzone z poszanowaniem środowiska naturalnego (ekologia). To połączenie trzech aspektów zrównoważonego rozwoju w kontekście budynków jest szalenie istotne dla firm mających w nich swoje pomieszczenia. Zrównoważony (zielony) budynek jest energooszczędny, potrzebuje mniej zasobów naturalnych, a sam generuje mniej odpadów niż budynek standardowy, oddziałuje na środowisko naturalne w minimalnym stopniu, ułatwia ograniczanie zużycia wody, zapewnia użytkownikom wysoką jakość środowiska wewnętrznego, na co składają się m.in. komfort akustyczny, ciepły, dostęp do światła dziennego, doskonała wentylacja i niski poziom zanieczyszczeń powietrza. Biuro w takim budynku może przyczynić się do bardziej efektywnej pracy, co skutkować będzie lepszymi wynikami firm. Ostatnie lata są okresem dynamicznego wzrostu zrównoważonego budownictwa w Polsce. Zielone budynki zapędzają mapę naszego kraju z coraz większą intensywnością. Projektując, wznosząc i użytkując zrównoważone budynki, jednocześnie spełniamy nasze bieżące potrzeby, a także dbamy o to, aby następne pokolenia mogły zaspokoić własne potrzeby. To właśnie zrównoważone budownictwo jest tym kierunkiem, dzięki któremu Europa i świat są w stanie w znaczący sposób ograniczyć emisję CO<sub>2</sub>, zużycie nieodnawialnych zasobów, przyczynić się do poprawy jakości powietrza oraz sytuacji ekonomicznej, zdrowia i samopoczucia ludzi. Sektor budownictwa, jeden z głównych emitentów CO<sub>2</sub>, od kilkunastu lat wprowadza narzędzia, które mają na celu przyspieszenie zmian w branży w kierunku budownictwa zielonego. Takimi narzędziami są certyfikacje wielokryterialne. Liczbą, która najlepiej oddaje stan polskiego zrównoważonego budownictwa jest całkowita powierzchnia użytkowa certyfikowanych obiektów: osiągnęła ona już prawie 12 mln m<sup>2</sup>. Z kolei przyglądając się bliżej sektorowi nieruchomości komercyjnych można z całą pewnością stwierdzić, że w tej branży certyfikacja stała się już standardem. Z końcem 2017 roku w Polsce było dostępnych prawie 9,7 mln m<sup>2</sup> nowoczesnej powierzchni biurowej, z czego aż 62% stanowi powierzchnia certyfikowana.*

**Eurobuild CONFERENCES**  
**GARNITURY NA ROWERY**  
WOLA  
07.09.2018

**ZRUĆ ZBEDNE KILOWATY**  
17-18.05.2018  
DOLICE  
17-18.05.2018  
DOLICE  
17-18.05.2018  
DOLICE

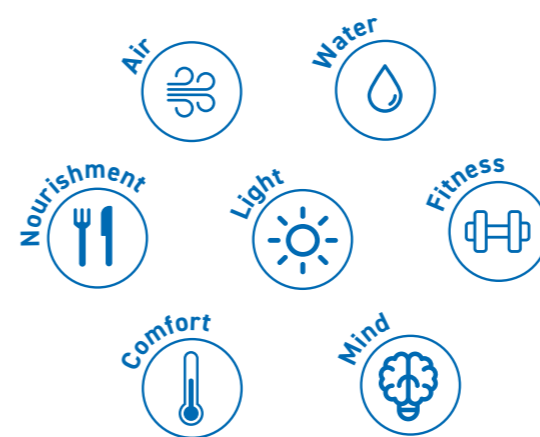
# Następny krok – WELL, WELL, WELL...

Granice między życiem prywatnym a zawodowym wciąż się rozmywają. Pracownicy zakładają, że miejsce pracy nie powinno być źródłem stresu, ale środowiskiem zrównoważonym, zaprojektowanym tak, aby podnosić jakość ich życia. W rezultacie, pracownicy aktualnie coraz częściej poszukują u pracodawców nowego podejścia, które uwzględnia aspekty związane z ich zdrowiem i dobrym samopoczuciem. Oczekują oni optymalizacji środowiska pracy i wprowadzenia udogodnień czy programów związanych ze zdrowiem. Nowe podejście przynosi korzyści nie tylko pracownikom, ale także pracodawcom, którzy zaczynają wyraźniej dostrzegać korelację między dobrym samopoczuciem pracowników, a wynikiem biznesowym firmy.

Pracodawca ma wiele narzędzi, za pomocą których kształtuje środowisko pracy. Jednym z nich jest biuro. Fizyczne otoczenie i interakcje społeczne w miejscu pracy, w coraz większym stopniu decydują o tym jak oceniamy samopoczucie w pracy. Liczne badania wykazują, że firmy, które koncentrują się na dobrym samopoczuciu i bezpieczeństwie pracowników, uzyskują większą efektywność niż pozostałe organizacje. Pracodawców, którzy chcą postawić na zdrowie swoich pracowników, wspiera WELL Building Standard, który zapewnia możliwość projektowania powierzchni biurowej czy budynku z podejściem skoncentrowanym na człowieku.

WELL Building Standard (WELL), stworzony przez International WELL Building Institute, to system do pomiaru, certyfikowania i monitorowania wydajności funkcji budynku, które mają wpływ na zdrowie i dobre samopoczucie. System oparto na założeniu, że większość czasu spędzamy w budynkach, które w istotny sposób wpływają na samopoczucie ich użytkowników. Mierzone i monitorowane są te aspekty związane z budynkiem i jego środowiskiem wewnętrznym, które mają istotny wpływ na przebywających w nim ludzi. Certyfikat WELL ustala wymagania dotyczące wydajności w siedmiu koncepcjach istotnych dla zdrowia użytkowników budynków: powietrze, woda, odżywianie, światło, kondycja fizyczna, komfort i umysł.

## The Well Building Standard



Pierwszym certyfikowanym budynkiem biurowym w Polsce będzie projekt Spark w Warszawie, którego deweloperem jest Skanska Property Poland. Natomiast budynek Varso, realizowany przez firmę HB Reavis, który zostanie oddany do użytku w 2020 roku, uzyskał precertyfikat WELL Core&Shell. Precertyfikowany został również planowany biurowiec B14, który będzie realizowany przez tego samego dewelopera w latach 2019-2021.



## Spark

jest pierwszym biurowcem w Polsce z certyfikatem WELL, który skupia się na samopoczuciu i zdrowiu użytkowników nieruchomości. Dzięki temu w budynku znajdziemy, m.in.: oświetlenie dostosowujące swoje natężenie i barwę światła do pory dnia. Kiedy część powierzchni biura jest zacieniona, system dba o to, aby doświetlić ją w takim samym stopniu jak pozostałe. Biurowiec zaprojektowany zgodnie z wytycznymi Fundacji Integracja, odpowiada wymogom certyfikatu „Obiekt bez barier”. Do współpracy przy projektowaniu obiektu zostały zaproszone fundacje specjalizujące się w planowaniu przyjaznej przestrzeni miejskiej – Fundacja na Miejscu i Project for Public Spaces. Dzięki temu w ramach budowanego kompleksu powstaje amfiteatr, z którego korzystać będą mogli pracownicy biurowców oraz okoliczni mieszkańcy.



**Monika A. Dębska-Pastakia**, Partner, Prezes Zarządu Knight Frank Sp. z o.o.

Nowe modele pracy i zmieniające się podejście do dbania o dobre samopoczucie pracowników, a jednocześnie coraz szerszy wachlarz udogodnień oferowanych najemcom wywierają istotny wpływ na środowisko pracy. W efekcie, zmienia się też rola budynków biurowych. To bardzo ważne, aby aranżacje wnętrz wspierały zdrowy tryb życia, ponieważ około 80% czasu spędzamy w budynkach.

Należy oczekiwać, że biurowce oferujące szeroko rozumiane udogodnienia i usługi, które mają na celu promocję zdrowia i poprawę samopoczucia będą zdecydowanie wyżej cenione przez najemców. W rezultacie, przyszłością sektora biurowego są certyfikaty WELL, które stawiają na jakość przestrzeni do pracy i określają komfort człowieka przebywającego w danym budynku. Przy zmieniających się aktualnie oczekiwaniach najemców, naturalnym elementem strategii właścicieli budynków biurowych powinien stać się właśnie ten certyfikat, który jest potwierdzeniem, że sposób projektowania przestrzeni do pracy promuje zdrowie jej użytkowników.

System certyfikacji WELL obejmuje rozwiązania, które pozwalają na wspieranie środowiska naturalnego i poprawę samopoczucia. Można w ten sposób stworzyć miejsce, które wpisuje się w zyskujący na popularności trend „wellbeing”.

Konkurując o najbardziej wartościowych pracowników wiele organizacji chce pójść o krok dalej, starając się stworzyć optymalne warunki pracy. Oznacza to aranżowanie biur w taki sposób, aby były korzystne dla zdrowia i poprawiały jakość życia. W biurowcach z tym certyfikatem zdecydowanie łatwiej jest zaoferować najemcom środowisko, w którym pracownicy chcą przebywać na co dzień i w którym mogą działać efektywnie.

**Kontakty w Polsce:**

+48 22 596 50 50

[www.KnightFrank.com.pl](http://www.KnightFrank.com.pl)**RESEARCH****Elżbieta Czerpak**[elzbieta.czerpak@pl.knightfrank.com](mailto:elzbieta.czerpak@pl.knightfrank.com)**ASSET MANAGEMENT****Monika A. Dębska-Pastakia**[monika.debska@pl.knightfrank.com](mailto:monika.debska@pl.knightfrank.com)**Maja Meissner**[maja.meissner@pl.knightfrank.com](mailto:maja.meissner@pl.knightfrank.com)**CAPITAL MARKETS****Joseph Borowski**[joseph.borowski@pl.knightfrank.com](mailto:joseph.borowski@pl.knightfrank.com)**COMMERCIAL AGENCY - OFFICE****L-REP Maciej Skubiszewski**[maciej.skubiszewski@pl.knightfrank.com](mailto:maciej.skubiszewski@pl.knightfrank.com)**T-REP Karol Grejbus**[karol.grejbus@pl.knightfrank.com](mailto:karol.grejbus@pl.knightfrank.com)**COMMERCIAL AGENCY - RETAIL****Marta Keszowska**[marta.keszkowska@pl.knightfrank.com](mailto:marta.keszkowska@pl.knightfrank.com)**PROPERTY MANAGEMENT****Izabela Miazgowska**[izabela.miazgowska@pl.knightfrank.com](mailto:izabela.miazgowska@pl.knightfrank.com)**PROPERTY MANAGEMENT****COMPLIANCE****Magdalena Oksańska**[magdalena.oksanska@pl.knightfrank.com](mailto:magdalena.oksanska@pl.knightfrank.com)**VALUATION & ADVISORY****Grzegorz Chmielak**[grzegorz.chmielak@pl.knightfrank.com](mailto:grzegorz.chmielak@pl.knightfrank.com)**STRATEGIC CONSULTING EMEA****Marta Badura**[marta.badura@pl.knightfrank.com](mailto:marta.badura@pl.knightfrank.com)**Kontakt w Londynie:****INTERNATIONAL RESEARCH****Matthew Colbourne**[matthew.colbourne@knightfrank.com](mailto:matthew.colbourne@knightfrank.com)

Jako jeden z największych i najbardziej doświadczonych zespołów monitorujących rynek nieruchomości w Polsce, świadczymy usługi doradcze, opracowujemy prognozy oraz diagnozujemy wszystkie sektory rynku nieruchomości.

Naszym klientom, do których należą m.in. deweloperzy, fundusze inwestycyjne, instytucje finansowe, przedsiębiorstwa oraz inwestorzy indywidualni, oferujemy:

- doradztwo strategiczne,
- niezależne prognozy i analizy dostosowane do specyficznych wymogów klientów,
- prezentacje na indywidualne zapotrzebowanie/zamówienie.

Prowadzimy kwartalnie aktualizowane bazy danych, obejmujące wszystkie sektory rynku nieruchomości komercyjnych (biurowy, handlowy, magazynowy, hotelowy) w głównych miastach i regionach Polski (Warszawa, Kraków, Łódź, Poznań, Śląsk, Trójmiasto, Wrocław).

Dzięki naszym oddziałom w tych lokalizacjach, posiadamy wiedzę o lokalnych rynkach, którą wykorzystujemy w przygotowywaniu raportów.

Raport powstał dzięki współpracy z:

- Advanced Public Relations
- Aurabilia
- Bueller & Frye Property Branding Agency
- EPP Property Management
- GolubGethouse
- IMMOFINANZ
- Koncept 4
- Polskie Stowarzyszenie Budownictwa Ekologicznego
- Skanska Property Poland
- Trzop Architekci
- Vastint Poland
- Velis
- Workplace Solutions

Raporty Knight Frank są dostępne do pobrania na stronie [KnightFrank.com.pl/badanie-ryнку/](http://KnightFrank.com.pl/badanie-ryнку/)

© Knight Frank Sp. z o.o. 2018

Knight Frank nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody poniesione na skutek działań podjętych na podstawie zawartości niniejszego raportu. Pomimo przeprowadzenia szczegółowych badań i zachowania należytej staranności Knight Frank nie gwarantuje ani nie zapewnia, że informacje zawarte w raporcie są prawdziwe lub że nie uległy dezaktualizacji. Powielanie części lub całości opracowania tylko za zgodą Knight Frank.