



Tekst: Izabela Kamińska

Google to dynamicznie działająca i kreatywna firma, otwarta na nowe wyzwania i innowacyjne projekty. Jej aktywność związana jest z branżą internetową. Powstała w 1998 roku w Stanach Zjednoczonych i bardzo szybko podbiła świat. Główna siedziba Google znajduje się w Mountain View w Kalifornii. Koncern posiada kilkadziesiąt oddziałów na całym świecie, a jednym z nich jest centrum innowacji we Wrocławiu.

Elementarne założenia

Biuro we Wrocławiu działa w obszarze Online Sales Operations dla kilku krajów rynku EMEA, włączając Polskę, Niemcy, Francję i Rosję. Google współpracuje stąd z szeregiem firm europejskich, pomagając optymalizować internetowe kampanie marketingowe użytkowników serwisu Google AdWords. Firma zatrudnia we Wrocławiu osoby wyjątkowe, doskonale wykształcone, władające wieloma językami, wyróżniające się doświadczeniem, zainteresowaniami, osiągnięciami na różnych polach, oraz po prostu „googley”.

Placówka działa online – obsługuje klientów z całej Europy, w takich językach jak polski, angielski, niemiecki, francuski, czeski, słowacki, rosyjski, holenderski, ukraiński – około trzydziestu procent pracujących tu osób to obcokrajowcy, z których 90% studiowało w więcej niż jednym kraju. By tak różnorodna grupa Google mogła czuć się w pełni doceniona, by mogła pracować w komfortowych warunkach sprzyjających kreatywności, stworzono biuro o wysokim standardzie, w pełni odpowiadające na potrzeby firmy, stawiające na innowacyjność i ciekawe rozwiązania, a przede wszystkim – funkcjonalne.



Google loco

Wrocław jest miastem o wielkim potencjale, ciekawie usytuowanym, skomunikowanym, dbającym o rozwój kulturalny. Nikogo nie zdziwił fakt zlokalizowania właśnie w tym miejscu kolejnej placówki Google. W biurowcu Bema Plaza, sąsiadującym ze Starym Miastem i rzeką Odrą, zajmuje ona ponad 2600 metrów kwadratowych.

Siedziby Google na całym świecie posiadają elementy wystroju nawiązujące do miejsc, w których są zlokalizowane. W przypadku centrum we Wrocławiu projektanci zainspirowali się kamiennymi, popękаныmi chodnikami oraz płynącą w pobliżu Odrą. Za pomocą wykładzin firmy Milliken, naśladowujących struktury kamienia i wody, odwzorowano te elementy we wnętrzu biura. Desenie przypominające kamienny trotuar umieszczono we wszystkich przestrzeniach komunikacji wewnętrznej, natomiast w strefach rekreacyjnych zastosowano wykładzinę z motywem płynącej wody.

Niemożliwe staje się możliwe

Ogromna kreatywność, ciekawe portfolio, umiejętność słuchania i wyciągania wniosków – te atuty Przemysława Stopy i jego współpracowników z biura Massive Design sprawiły, że zespół projektowy został zaproszony do tworzenia projektu siedziby Google. Projektanci wnetr bardzo szybko zrozumieli specyfikę firmy. Już koncepcyjne pomysły okazały się trafione i uzyskały aprobatę inwestora. Ze strony Google nad projektem i jego realizacją czuwał zespół projektowy z udziałem Anny Rajkowskiej – facilities managera, oraz Joe Borretta – szefa projektu ze strony real estate. Całe przedsięwzięcie, ze względu na dużą przestrzeń i przywiązanie do szczegółów, było niezwykle pracochłonne i złożone, wiązało się z wieloma spotkaniami koordynacyjnymi, rozwiązywaniem kolejnych pojawiających się problemów i dokonywaniem niezbędnych zmian.

Uporządkowana struktura

Biuro posiada otwarty układ z wyraźnym strefowaniem. Przestrzeń podzielono na powierzchnię recepcyjną, konferencyjną, biurową oraz rekreacyjno-socjalną. We wszystkich pomieszczeniach istnieje możliwość kreatywnej pracy, spotkań, relaksu, spożywania posiłków, a także korzystania z rozrywki. Te strefy są wspólne i dostępne dla wszystkich.

Strefa biurowa jest strukturą open space. Zrezygnowano z prywatnych gabinetów na rzecz nielicznych miejsc odseparowanych, takich jak budki telefoniczne, pozwalające na prowadzenie telekonferencji, i print cornery – zaplecza biurowe przeznaczone na koparki, niszczarki oraz materiały biurowe. Taki układ związany jest z systemem pracy i atmosferą panującą w Google. W firmie nikt nie jest wyróżniany, dyrekcja również pracuje w wolnej przestrzeni, posiada stanowiska pracy w obrębie open space. Spotkania i szkolenia odbywają się w salach konferencyjnych wyposażonych w najwyższej jakości sprzęt telekonferencyjny i systemy audio niezbędne do komunikacji z pracownikami i użytkownikami z innych krajów.

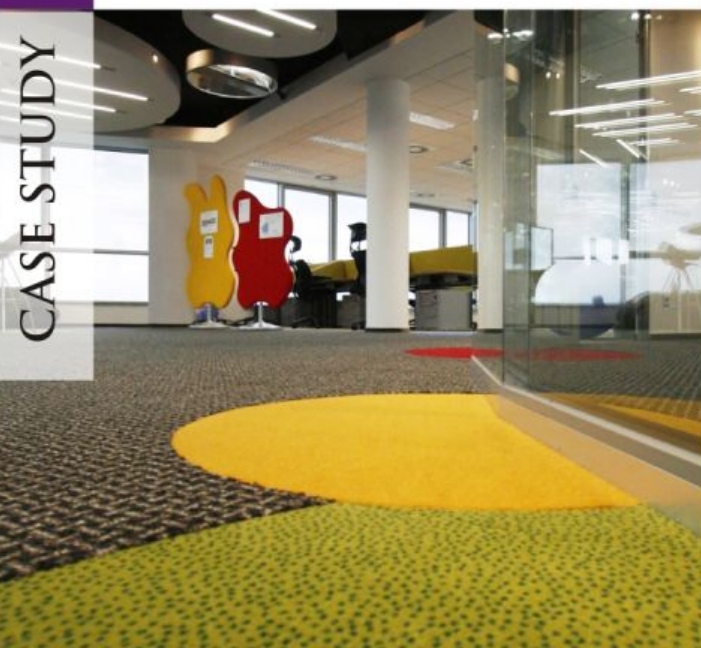
Tożsamość wizualna

Jednym z założeń funkcjonowania firmy są elementy budujące i określające jej wizerunek. W dużym stopniu wpływają one na rozpoznawalność i konkurencyjność marki. Wrocławskie biuro już od progu wita niezwykłą recepcją silnie związaną z brandingiem firmy. Lada w formie walca w pozycji horyzontalnej, złożonego z kolorowych segmentów, w pewien sposób charakteryzuje korporację. W całej przestrzeni pojawiają się gadżety, kolory i materiały mówiące o specyfice i obszarze działalności Google.

Kolektywnie

Na sukces tego miejsca złożyła się praca wielu osób. Efekt końcowy jest dziełem projektantów, steering committee Google i wykonawców. Ta przestrzeń została stworzona głównie dla jej użytkowników, dlatego wzięto pod uwagę również ich opinie i spostrzeżenia. Każdy pracownik mógł dowolnie ozdobić swoje stanowisko zdjęciami, roślinami, gadżetami... Taki zabieg podkreśla indywidualność pracujących tu osób, personalizuje miejsce pracy i wprowadza do siedziby firmy przyjemną, domową atmosferę. Pracownicy są również autorami nazw sal konferencyjnych. W drodze konkursu wybrali zabawne imiona postaci z różnych kreskówek: spotkania odbywają się w „Muchomorku”, „Plastusiu”, „Kolargolu”, „Rumcajsie”...





Komfort dla wszystkich

Firma Google słynie z przyjaznego klimatu pracy, a także dużej troski o pracowników. Wyraża to przede wszystkim strefa rekreacyjno-socjalna. Mikrokuchnia, stołówka, chillout roomy i pokój masażu są do pełnej dyspozycji wszystkich pracowników, co wpływa na ich dobre samopoczucie, integrację, a także stały przepływ informacji. Tutaj każda przestrzeń jest bardzo ważna i posiada wyjątkowy charakter. Życie toczy się we wszystkich zakątkach biura, a bezprzewodowy dostęp do internetu pozwala pracować w dowolnym miejscu budynku.

Części mobilne

Większość mebli w Google stanowią gotowe systemy. Steering committee, w porozumieniu z projektantami, wybrał ciekawe, funkcjonalne, a przede wszystkim ergonomiczne rozwiązania. W open space zastosowano modułowe biurka firmy BN Office Solution, spółki należącej do Grupy Nowy Styl, które stworzyły odpowiednie konfiguracje stanowisk pracy. W Google często dokonywane są reorganizacje, aby każdy miał możliwość pracowania w najodpowiedniejszej dla niego części biura, dlatego zastosowane konstrukcje musiały być elastyczne, umożliwiające kompletną i spójną aranżację, a także odporne na przemeblowania. Większość dnia pracownicy spędzają przy komputerach, dlatego priorytetową kwestią były wygodne, dostosowujące się do sylwetki fotele biurowe Humanscale.

Liczne miejsca relaksu zagospodarowano Fatboyami, puffami Budda Bags, kolorowymi piłkami oraz wygodnymi kanapami od Kron International. Te elementy idealnie harmonizują z wnętrzem swoim fasonem, kolorem oraz formą.

Nietypowe elementy, jak lada recepcyjna przypominająca kolorowy drops, wykonana z lakierowanego mdf, oraz sześćelementowe siedziska wyrastające wokół słupów w lobby, są autorskimi projektami Przemysława Stopy, stworzonymi specjalnie na potrzeby tego miejsca.

Jasno, jaśniej...

Największym atutem biura jest duża ilość naturalnego światła przenikającego do wnętrza dzięki szklanej elewacji. Promienie słoneczne docierają do większości stanowisk pracowniczych w open space. Dzięki zastosowaniu przezroczystych ścianek działowych, częściowo przenikają także do sal konferencyjnych.

Projektanci zrezygnowali z drogich, designerskich opraw znanych producentów. Znaczna część tej przestrzeni biurowej jest otwarta, dlatego zastosowano w niej standardowe, rastrowe oprawy świetlówkowe dające dużo światła. W recepcji oraz e-chat roomie również użyto prostych rozwiązań, ale wchodzących w skład niezwyklej układów, które zaowocowały ciekawym wyglądem sufitów.

Akustyka

Problemem dzisiejszych biur jest hałas, który powoduje złe samopoczucie i obniżenie wydajności pracowników. Temu zagadnieniu poświęcono w Google wiele uwagi. Dzięki odpowiedniemu podzieleniu i zagospodarowaniu wnętrza, zastosowaniu wykładzin podłogowych o wysokich parametrach akustycznych, odpowiednio dobranych rolet okiennych oraz ścianek gipsowo-kartonowych z dużą ilością wełny mineralnej, mimo że w biurze pracuje ponad sto osób, jest naprawdę cicho. Sale konferencyjne, w których prowadzone są rozmowy, oddzielono podwójnymi ściankami działowymi ESPEs systemu HOYEZ, który zapewnia doskonałą izolację akustyczną. Ważne jest także edukowanie pracowników w kwestii zasad odpowiedniego zachowania w przestrzeni open space. Rozmowy telefoniczne prowadzone są często w wydzielonych do tego miejscach, muzyki słucha się przez słuchawki, a wspólne gwarne posiłki spożywane są w przeznaczonych do tego stołówce lub w mikrokuchenkach.

Vivat Zieloni!

Na terenie biura podejmowane są różne inicjatywy wynikające z troski o środowisko i przypominające o konieczności przestrzegania podstawowych zasad ochrony przyrody. Działa stowarzyszenie greencommittee, zrzeszające ludzi wrażliwych na piękno naturalnego świata. W kilku miejscach biura umieszczono kosze służące do segregacji śmieci, a także pojemniki na zużyte baterie. Drukuje się niewiele. Wszyscy pracownicy pamiętają o dwustronnych wydrukach, mających na celu ograniczenie zużycia papieru. W mikrokuchenkach zamontowano urządzenia na wodę oraz ekspresy do kawy i herbaty, aby można było zrezygnować z plastikowych butelek i kubków. We wnętrzu i na tarasie umieszczono dużo roślin zielonych.

Bilans energetyczny

Korporacja zdecydowała się na zastosowanie prostych rozwiązań i podstawowych materiałów. Zrezygnowano z ciężkiego kamienia, drewna, fornirów, aluminium i stali nierdzewnej na rzecz wykładzin, grafik, kolorowych ścianek gipsowych oraz szklanych ścianek działowych. Użycie takich materiałów, ich ciekawe zestawienie i nietypowe zastosowanie, dało wiele możliwości, o czym świadczy doskonały efekt końcowy. Google zajmuje biuro przy ulicy Bema od stycznia 2008 roku, które dotychczas sprawdza się w stu procentach. Pracownicy i goście doceniają panujący w nim klimat, design, lekkość, jakość materiału i wykonania. Układ stref i pomieszczeń w obrębie siedziby daje również możliwość powiększania i modyfikowania aktualnie zajmowanej powierzchni.



Wywiad z chief architektem firmy projektowej Massive Design, Przemysławem Stopą – kreatorem wnętrza siedziby Google we Wrocławiu

Rozmawiała: Izabela Kamińska

Jakie umiejętności należy posiadać, aby móc mierzyć się z takimi wyzwaniami jak projekt siedziby Google?

Trzeba być przede wszystkim dobrym słuchaczem, aby zrozumieć specyfikę kultury korporacyjnej danej firmy. Oczywiście niezbędne są też: bogate i różnorodne portfolio, a także doświadczenie w projektowaniu wnętrza dla międzynarodowych przedsiębiorstw.

W nawiązaniu kontaktu z Google pomogło nam Ghelamco-Poland, specjalizujące się między innymi w budowie budynków biurowych. Już wcześniej wielokrotnie współpracowaliśmy z tą firmą deweloperską, dlatego jej przedstawiciele doskonale znali nasze zaangażowanie w każdą realizację, i zarekomendowali nas również w tym przypadku.

Gdy okazało się, że Massive Design zaprojektuje siedzibę Google, jaki był wasz kolejny krok?

Skupiliśmy się na poznaniu firmy, na tym, czym powinna wyróżniać się jej siedziba. Google jest zupełnie inną korporacją od tych, dla których do tej pory pracowaliśmy, więc konieczne było poznanie jej wewnętrznych mechanizmów. Bezczenna była nasza wizyta w Dublinie, gdzie obejrzelśmy główną irlandzką siedzibę. To doświadczenie uzmysłowilo nam, jakie elementy istotne dla strategii firmy powinny się pojawić, by korporacja mogła właściwie funkcjonować.

Czy widział pan siedziby firmy także w innych krajach?

Podczas jednej z moich prywatnych podróży odwiedziłem biura Google w Nowym Jorku i w Chicago. Na zdjęciach w internecie obejrzałem siedzibę w Zurychu. Każda z tych przestrzeni znajduje się w budynku o zupełnie innym charakterze. Nowojorskie biuro to zaadaptowany ogromny pofabryczny loft, a w Dublinie zdecydowano się na wybudowanie nowego, bardzo nowoczesnego biurowca. Zagraniczne siedziby posiadają w swoim wystroju także wyjątkowe elementy związane z lokalizacją, z klimatem miejsca, w którym się znajdują. Na przykład w Szwajcarii elementami dekoracyjnymi są akcenty dedykowane wyżynemu pejzażowi okolic Zurychu, kabina kolejki wysokogórskiej i narty. Jednak, mimo swej odmienności, wszystkie siedziby Google są koherentne dzięki sprowadzeniu ich do wspólnego mianownika – kanonu korporacyjnego.

Jak wyglądał brief Google – był pełen ograniczeń, czy też miał pan wolną rękę?

Podstawowym punktem założeń projektowych była konieczność stworzenia biura, odwołującego się do specyficznego wizerunku korporacji, spójnego pod tym względem z pozostałymi biurami Google na całym świecie. Jednak pomimo kosmopolitycznej natury marki, istotne było wprowadzenie elementów związanych z Wrocławiem.

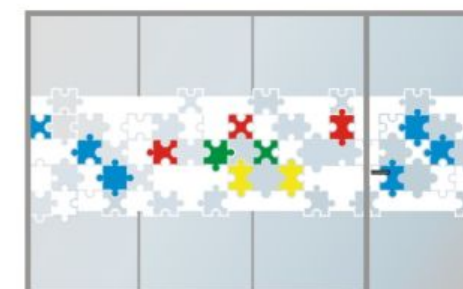
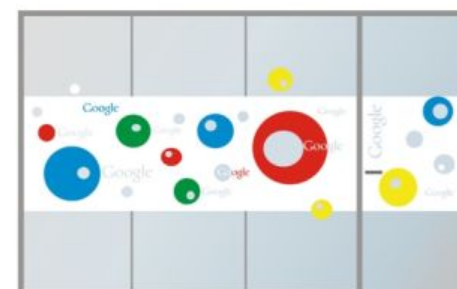
Oczywiście wskazówki zleceniodawców dotyczyły nie tylko wystroju wnętrza. Otrzymaliśmy też precyzyjne wytyczne związane z układem funkcjonalnym, ilością i wielkością stanowisk pracy, sal konferencyjnych, otwartego charakteru biura i składających się na nie stref. Brief był bardzo szczegółowy, jednak nie podcinał nam projektowych skrzydeł. Przeciwnie – pozwolił na skoncentrowanie się na elementach wystroju wnętrza.

Firma Google była nietypowym klientem?

Bardzo! To był najosobliwszy i najbardziej otwarty klient, z jakim do tej pory współpracowaliśmy. Nawet naprawdę niekonwencjonalne pomysły miały tu szansę realizacji. Tym, co wyróżnia Google, jest także ogromna dbałość o potrzeby pracowników.

Google jest firmą dla której wizerunek, a co za tym idzie – także wygląd siedziby, jest niezwykle ważny. Jak działa taka odpowiedzialność: paraliżuje czy odwrotnie – twórczo wpływa na projekt?

Nie możemy tu mówić o jakiejś specjalnej odpowiedzialności. Troska o projekt jest najważniejszym zadaniem projektanta podczas każdej realizacji. Nie ma znaczenia, czy jest to projekt dla wielkiej międzynarodowej korporacji, czy dla małej polskiej firmy.



W przypadku Google nasza działalność była dodatkowo sterowana. W projekcie brał udział międzynarodowy zespół specjalistów zaangażowanych w design, space plan, w opracowanie różnych technologii. Proces projektowy opierał się na częstych, rzeczowych telekonferencjach z ekspertami przebywającymi w różnych państwach. Wszystkie pomysły były skrupulatnie analizowane, każde pytanie rozpatrywano wielowątkowo. Wewnętrznym projekt managerem firmy był Joe Borrett, który sprawował szczególną pieczę nad projektem, kontrolował jakość i zatwierdzał kluczowe decyzje. Dzięki temu czuliśmy się bardzo komfortowo, ponieważ odpowiedzialność, została podzielona na członków całego zespołu.

Jaka była atmosfera podczas projektowania?

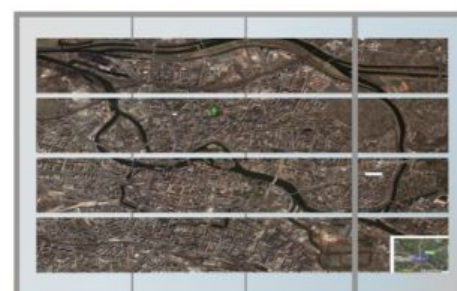
Steering committee Google, którym kierowała Anna Rajkowska, składało się tylko z kilku osób, co zawsze pozytywnie wpływa na projekt. To była bardzo ciekawa i twórcza praca – wszyscy nadawaliśmy na tych samych falach. Już wstępne koncepcje zostały pozytywnie odebrane, więc proces projektowy przebiegł dosyć szybko. Właściwie wszystkie nasze projekty, z niewielkimi zmianami, zostały zaakceptowane.

Zawsze podkreśla pan, że najważniejszym elementem projektu jest układ przestrzenny. Jak on wygląda w tym biurze?

To struktura otwarta z wyraźnym strefowaniem, podziałem na powierzchnię recepcyjną, konferencyjną i biurową. Przekłada się to na system pracy i na atmosferę panującą w firmie. W przestrzeni biurowej nie ma gabinetów w tradycyjnym tego słowa znaczeniu, to open space z nielicznymi miejscami odseparowanymi. Bardzo ważna dla firmy była wewnętrzna integracja, co doskonale zaspokaja strefa socjalna: kuchenki, stołówka i pomieszczenia przeznaczone do relaksu.

To miejsce wygląda imponująco, ale czy jest też funkcjonalne?

Funkcjonalność była w tym przypadku zasadniczym zagadnieniem. Układ stref, liczne sale konferencyjne, budki telefoniczne, otwarte mikro-kuchonki, wielkość i rozmieszczenie stanowisk pracy... Elementów wpływających na efektywność i komfort pracy w biurze nie da się tak na prawdę wyliczyć, ale dopracowanie szczegółów było zagadnieniem kluczowym.



CASE STUDY



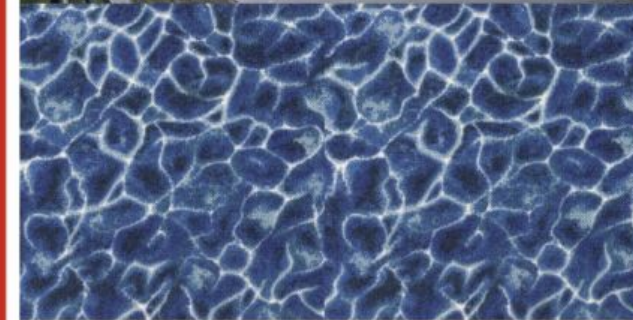
Gas, Milliken



Pavement, Milliken



Zone, Milliken



Water, Milliken

Czym przede wszystkim miało być to miejsce: dobrą wizytówką, czy komfortowym miejscem pracy?

Projektując siedzibę Google, staraliśmy się połączyć obie te role. Bardzo ważna jest reakcja gości z zewnątrz, którzy odwiedzają biuro, jednak naszym priorytetem były odczucia pracowników. Jak już wspominałem, troska o zespół jest podstawą działania firmy. Google bardzo dużo wymaga od pracowników, oczekuje zaangażowania i rzetelnej pracy, a równocześnie dba o ich potrzeby i darzy ich szczególnym zaufaniem. Dlatego nieodłącznym zagadnieniem projektowym było stworzenie miejsca pozytywnie wpływającego na samopoczucie i komfort zatrudnionych tam osób.

Projekt siedziby we Wrocławiu wyraża ideę nowoczesności, postępu, rozwoju... Jakimi zabiegami udało się panu to osiągnąć?

Wiele kreatywnych pomysłów wynikało z samego briefu. Google podpowiedziało nam, w jakim kierunku należy zmierzać, aby osiągnąć taki efekt. Oczywiście ważne było zastosowanie nietypowych wykładzin, układów w sufitach, połączenie e-chat roomu z recepcją... Ta przestrzeń kryje mnóstwo niestandardowych rozwiązań i każde z nich odgrywa ważną rolę. Nie są to jakieś wyszukane i trudne formy – prostymi środkami staraliśmy się stworzyć coś nietuzinkowego.

No właśnie – to biuro jest miejscem wypełnionym interesującymi rozwiązaniami. Pana głowa to prawdziwa fabryka pomysłów. Jak to działa?

Projektowanie jest moim hobby. Nie traktuję tego w kategorii pracy, tylko przyjemności. W dodatku im dłużej projektuję, tym więcej satysfakcji mi to sprawia. Każdy nowy pomysł rodzi kolejny. Poza tym inspirują mnie podróże, staram się bywać w różnych miejscach, odwiedzać targi, ciekawe wnętrza... Pewnie to przypadłość każdego kreatora – obserwuję świat z nieco innej, projektowej perspektywy.

Massive Design zrealizowało wiele niezwykłych projektów, w dodatku każdy z nich cechuje świeżość i oryginalność. Czy zlecenie wykonane dla Google ma dla was szczególne znaczenie?

To jeden z pierwszych naszych projektów, który dał nam możliwość stworzenia dużej, otwartej przestrzeni bez zastosowania drogich i ciężkich materiałów wykończeniowych. Okazało się, że równie ciekawe efekty, oczywiście przy dobrej woli ze strony inwestora, można uzyskać łącząc ze sobą różne kolory i formy w podstawowych materiałach, takich jak ściany gipsowe, grafiki i wykładziny. Firma Google pozwoliła nam wspiąć się na jak najwyższy poziom kreatywności, pokazać, czym potrafimy zaskoczyć – wręcz tego oczekiwała. Wiele firm nie zgodziłoby się na takie pomysły...

Czy z perspektywy czasu miło wspomina pan to zadanie? Co szczególnie pan zapamiętał?

To było niezwykle i bardzo owocne doświadczenie. Najbardziej utkwiła mi w pamięci wizyta w Irlandii, w siedzibie Google. Gdy siedziałem z moim współpracownikiem Pawłem Bandoilem w poczekalni w dublińskim biurze, z fotela obok odezwał się do nas młody człowiek, również Polak. Zapytał, czy my również przyjechalibyśmy na interview w sprawie pracy we Wrocławiu. Okazało się, że Google, chcąc odbyć rozmowę z każdym ze swoich przyszłych pracowników, zaprasza go do głównej siedziby w Dublinie, pokrywając oczywiście wszelkie związane z tym koszty. To uzmysłowiło mi, że Google to niezwykle profesjonalna marka, nie znająca takich słów jak „kompromis”, czy „droga na skróty”.