



Design by Massive Design

HYPERBIURO

Tekst: Izabela Kamińska

Hypermedia jest jedną z pierwszych agencji interaktywnych działających w Polsce. Powstała w 1996 roku, a dziś jest niezaprzeczalnym liderem w branży. Firma wciąż się rozwija, zatrudnia najwyższej klasy specjalistów z różnych dziedzin e-marketingu, wprowadza nowe produkty. Oferuje między innymi usługi w zakresie projektowania i wdrażania serwisów WWW, architektury informacji oraz rozwiązań IT. Stały rozwój, rozległa działalność, potrzeba codziennej pracy i kontaktu z klientami w komfortowych, inspirujących warunkach wymagały stworzenia innowacyjnego biura na miarę Hypermedia – czytaj: Hyperbiura.

Poprzednia siedziba Hypermedia znajdowała się w dwóch willach z końca lat osiemdziesiątych, zlokalizowanych na warszawskiej Ochocie. W jednej z nich mieścił się zarząd, obsługa klienta oraz media, natomiast w drugiej produkcja. W miarę rozwoju firmy przestrzeń okazała się zbyt mała, by mogła pomieścić ponad sto osób. Poza tym budynki dzieliła ulica, co znacznie utrudniało komunikację. Wcześniejsze biura nie posiadały także części wspólnej, która pozwalałaby na nieformalne spotkania, wymianę informacji i integrację pracowników na różnych szczeblach.

Z perspektywą

Firma prognozuje dalszy rozwój, rozszerzanie działalności i zatrudnianie nowych pracowników. Decy-

dując się na nową lokalizację, koniecznie należało uwzględnić ekspansję kolejnej przestrzeni w ciągu następnych lat. Choć klimat Ochoty przypadł do gustu pracownikom i dyrekcji, znalezienie jednej dużej willi, która mogłaby w pełni zaspokoić potrzeby Hypermedia, okazało się niemożliwe. Narodziła się więc idea kupna gruntu i budowy obiektu przeznaczonego tylko dla agencji interaktywnej. Pomysł okazał się jednak zbyt kosztowny i czasochłonny. W tej sytuacji pozostał do zbadania rynek nieruchomości komercyjnych, jakim dysponuje Warszawa. Stolica ma dziś w ofercie duży wybór biurów o wysokim standardzie, dlatego wybranie odpowiedniej siedziby okazało się dosyć łatwe. Agencja postanowiła przenieść się do miejsca, w którym swoje biura posiada większość jej klientów i partnerów biznesowych. Optymalnym rozwiązaniem był oczywiście

Mokotów. Przetarg prowadzony przez Hypermedia wyłonił Trinity Park III przy ulicy Domaniewskiej 49.

Nowa idea

Dynamiczny rynek, dynamiczna agencja, dynamiczny sposób pracy – to, czym zajmuje się firma i jak wygląda jej codzienna aktywność, musiało mieć przełożenie na jej otoczenie. Agencji zależało na stworzeniu prestiżowej i trochę ekstrawaganckiej siedziby, która odzwierciedlałaby specyfikę firmy, jednocześnie sprzyjając codziennej pracy. *Chcieliśmy za wszelką cenę uniknąć biurowego charakteru* – tłumaczy Beata Baca, PA to President of Hypermedia.

Od kreacji do realizacji

Przeprowadzka okazała się ogromnym i bardzo trudnym przedsięwzięciem organizacyjnym, głów-

nie ze względu na krótki czas realizacji. Sytuację komplikował również dosyć skromny budżet jak na biuro o tak dużej powierzchni (1520 m²). Około sześciu miesięcy zajęł proces poszukiwania nowego budynku, tworzenie projektu oraz jego urzeczywistnienie. Udało się to dzięki zaangażowaniu biura projektowego Massive Design oraz steering committee Hypermedia, na którego czele stali: prezes firmy Sławomir Stępniewski, Beata Baca, Mikołaj Dąbski odpowiedzialny za CI firmy oraz Grzegorz Kubrakiewicz.

Zgodny profil

Osoby odpowiedzialne za projekt podkreślają, że sukces biura tkwi we wzajemnej współpracy, zrozumieniu procesów zachodzących w agencji oraz wspólnej walce o najlepszą jakość. Wyboru biura projektowego dokonano na podstawie rekomendacji dewelopera budynku, a także ciekawego portfolio, jakie posiada firma Massive Design. Projektanci przed rozpoczęciem projektu starali się jak najlepiej poznać specyfikę pracy klienta. Zaproponowali zaskakujące rozwiązania, które spotkały się z entuzjastycznym podejściem i akceptacją Hypermedia.

Istotne kryterium

Ważną kwestią podczas projektowania były pieniądze. Aby biuro mogło być innowacyjne, a jednocześnie posiadać wysoki standard, projektanci nie korzystali z gotowych, drogiej rozwiązań. Wprowadzali własne pomysły, nie oszczędzając przy tym na jakości zastosowanych materiałów. Przykładem może być oświetlenie: zwykle świetlówki umieszczone na industrialnym suficie robią niesamowite wrażenie. Niektóre elementy, poddając je drobnym zmianom, udało się także przenieść ze starej siedziby.

HALO centrum!

Recepcja jest wizytówką i niezwykle elementem kreowania wizerunku Hypermedia. Zjawiskowa przestrzeń przypominająca obcą planetę, z niezwyklej posadzką z żywicy epoksydowej, budzi duże zainteresowanie klientów, a także nawiązuje do barw firmowych Hypermedia. W centralnym miejscu usytuowano ladę recepcyjną o geometrycznym kształcie projektu Przemysława Stopy (realizacja firma Wol&Bel), a całość zamyka „kosmiczny” sufit wykonany z paneli Ecophon Master Solo.

W konkursie na najbardziej niezwykle miejsce z recepcją rywalizuje pokój prezesa. Oranżowa wykładzina Toucan, szklana ściana służąca za podręczny notatnik oraz worek treningowy – to wszystko przypomina plac zabaw dla dużego



Na wszystkich widocznych sufitach zastosowano panele akustyczne Ecophon Master Solo



Design by Massive Design



Design by Massive Design



Design by Massive Design



Design by Massive Design

Panele akustyczne Ecophon Master Solo



Design by Massive Design

chłopca. Gabinet cieszy się wielkim zainteresowaniem nie tylko głównego użytkownika – pracownicy z przyjemnością lądują na dywaniku u szefa.

Przestrzeń dedykowana

Dla Hypermedia najważniejsi są ludzie. W firmie panuje ciepła, rodzinna atmosfera, dlatego nowa siedziba miała być niespodzianką i prezentem dla pracowników. Dla ich komfortu stworzono kuchnię, a także przestronny chillout, który szybko stał się sercem agencji. Przestrzeń wspólna oprócz funkcji jadalnianej zapewnia możliwość relaksu i integracji z pracownikami z innych działów. Choć w fazie projektowania nie konsultowano się z pracownikami co do wyglądu przyszłej siedziby, po przeprowadce każdy miał możliwość udekorowania swojego otoczenia zdjęciami, grafikami i kwiatami.

Wewnętrzne układy

Komunikacja to zasadnicza kwestia działania Hypermedia, dlatego nowe biuro oparto głównie na otwartej przestrzeni. W dawnej siedzibie pracownicy przyzwyczajeni byli do układu gabinetowego, jednak kilka niewielkich open space'ów, oddzielonych salami konferencyjnymi znacznie usprawniło kontakt w poszczególnych działach. Otwarte biuro zaprojektowano tak, aby każdy mógł mieć jak największe poczucie prywatności i własnego miejsca. Standard przestrzeni podniosły części wspólne: sale konferencyjne, chillout i szerokie korytarze, w których odbywają się nieformalne spotkania.

Ciiicho

Dopełnieniem całości jest właściwa akustyka biura. Firma Hypermedia zatrudnia około stu czterdziestu pracowników, dlatego ta kwestia była niezwykle ważna. Zastosowane materiały, jak wykładziny dywanowe Interface oraz wykładziny PCV Forbo czy akustyczne meble Mikomax zminimalizowały efekt pogłosu – nawet w największym open space panuje przyjemna cisza. Rozmowy między pracownikami oraz rozmowy telefoniczne przeniesiono do chilloutu, zamknięto w szklanym kubiku oraz trzech budkach telefonicznych wyścielonych kolorową kudłatą wykładziną Toucan.

End to End

Hypermedia zapewnia pełny zakres usług w dziedzinie marketingu interaktywnego. Wszystko musi być dopięte na ostatni guzik od początku do samego końca. PA to President of Hypermedia Beata Baca podkreśla, że taka sama polityka przyświecała tworzeniu nowej siedziby: każde rozwiązanie, zanim doczekało się realizacji, podlegało sprawdzaniu i dyskusjom. Było jednak warto, ponieważ efekt końcowy pozytywnie zaskoczył wszystkich, a kilkumiesięczna próba czasu pokazała, że siedziba jest nie tylko efektowna, ale przede wszystkim efektywna. ▶



Wywiad z głównym architektem firmy projektowej Massive Design, Przemysławem Stopą

– projektantem wnętrza siedziby Hypermedia w Warszawie

Rozmawiała: Izabela Kamińska

Dobre samopoczucie pracowników, doskonała wizytówka firmy, niecodzienna przestrzeń biurowa... Co było myślą przewodnią pana rozważań na temat biura Hypermedia?

Temu projektowi przyświecały wszystkie wymienione przez panią myśli oraz wiele innych. Zasadniczą kwestią myślenia o przestrzeni było opracowanie układu przyjaznego pracownikom. Pochylając się nad projektem, staraliśmy się rozwiązać go tak, aby poza przestrzenią stricte biurową nie brakowało salek konferencyjnych, budek telefonicznych, przestrzeni integracyjnej. To priorytety w przypadku pracy zespołowej, dające możliwość integracji, wymiany myśli, a także odciążenia się od przestrzeni pracowniczej.

Hypermedia to największa i najbardziej licząca się agencja interaktywna w Polsce. Czy aktywność firmy wiązała się z zastosowaniem specjalnie dedykowanych jej rozwiązań?

Naszym zadaniem było stworzenie nowoczesnego oraz niepowtarzalnego środowiska biurowego odzwierciedlającego markę. Właściwie na każdym kroku możemy spotkać rozwiązania odzwierciedlające energię oraz kreatywność firmy, jak trójkolorowa podłoga w recepcji, niebieskie światło w holach przenikające jednocześnie w przestrzeń ponad sufitem podwieszonym, zestawienia energetyzujących kolorów: oranż, czerwieni, żółci z barwami neutralnymi oraz chłodnymi, zastosowanie czarno-białych reporterskich grafik przedstawiających ludzkie sylwetki w ruchu...

W biurze pojawiło się wiele dynamicznych i krzykliwych elementów. Jak udało się panu nad tym zapanować i uzyskać wrażenie porządku?

Przestrzeń jest spójna, a jednocześnie różnorodna dzięki stylistycznemu łącznikowi, jakim jest sufit wykonany ze swobodnie podwieszonych wielkoformatowych (120x120 cm) płyt akustycznych, który dopełniliśmy belkami świetlnymi, emitującymi niebieskie światło. Jest on widoczny niemal na całej powierzchni biura – prowadzi nas od recepcji poprzez korytarze i powierzchnię integracyjną do strefy open space. Kolejnym elementem spajającym są czarno-białe grafiki w formie fototapet, pojawiające się w sali konferencyjnej, recepcji, powierzchniach korytarzowych oraz w strefie play zone.

Czy któryś z tych oryginalnych pomysłów szczególnie trudno było przeformować z inwestorem?

Przyznam, że już pierwsze pomysły zrobiły ogromne wrażenie na przedstawicielach grupy Hypermedia, z którymi współpracowaliśmy. Bardzo pomogły nam doskonale opracowane materiały pokazujące wizerunek Hypermedia, a także stała pomoc ze strony inwestora. Dynamiczne reakcje oraz odpowiedzi na nasze wątpliwości ułatwiły, a także usprawniły weryfikację pomysłów. W takiej atmosferze bardzo szybko udało nam się znaleźć wspólny język.

Ograniczenia są największą bolączką ludzi kreatywnych, ponieważ nie pozwalają im w pełni rozwinąć skrzydeł projektowych. Z drugiej strony to też największe błogosławieństwo i jeden z najbardziej stymulujących punktów projektowania, inspirujący do działania i tworzenia nowych rozwiązań. Jak pan podchodzi do tego zagadnienia?

Ograniczenia to nieuniknione „dobro”. Zawsze jest to „ale”, na które musimy znaleźć optymalne rozwiązanie. Czasem są to kwestie bardzo trudne, wymagające od projektantów hiperaktywności i niekonwencjonalnego myślenia.



Są to jednak zagadnienia otwierające projekt, a przede wszystkim nasze umysły na nowe możliwości. Często najtrudniej jest przekonać inwestora, że proponowane rozwiązania są możliwe do zrealizowania. Wszelkie przeszkody staram się jednak brać na chłodno i traktować jak wyzwania. Kiedy coś przychodzi zbyt łatwo, nie daje już takiej satysfakcji.

Jakie bariery pojawiły się w przypadku tego projektu?

Krótki czas realizacji oraz okrojony budżet! Już na wstępie projektowania większość rozwiązań musiała zostać podporządkowana kontroli kosztów oraz zapewnieniu uproszczonej realizacji. Słowo „hyper” najlepiej opisuje całą sytuację projektową. W historii naszych działań nigdy wcześniej nie mieliśmy takiego wyzwania. Na podobne projekty zazwyczaj mamy trzy razy więcej czasu oraz dużo większy budżet. Tutaj faza projektu koncepcyjnego i wizualizację wybranych fragmentów biura zostały ograniczone do 14 dni, natomiast na prace budowlano-wykończeniowe przeznaczono zaledwie 9 tygodni. Gospodarując budżetem, musieliśmy rozsądnie podzielić go pomiędzy elementy wykończeniowe związane z branżami, zakup mebli, elementy wykonane na zamówienie, okablowanie komputerowe oraz oświetlenie dekoracyjne.

Kiedy oglądam wnętrza zaprojektowane przez firmę Massive Design, zawsze zastanawiam się, gdzie szukacie inspiracji dla swoich działań. Zazwyczaj jest to zgrabny zestaw różnych koncepcji i stylów. W przypadku tego biura doszukuję się elementów klubowych, industrialnych, motywów zaobserwowanych w oceanarium, na siłowni, na ulicy...

Niektóre biura można by przyrównać do zróżnicowanej przestrzeni miejskiej w skali mikro. Tak samo postanowiliśmy potraktować tę przestrzeń – wprowadzając industrialno-klubowe elementy, a na biurowej mapie pojawiła się nowa dzielnica o nazwie „Hypermedia”. Za pomocą czarno-białych grafik przedstawiających sceny z ruchliwego holu portu lotniczego, Grand Central Station w Nowym Jorku oraz panoramę centrum Warszawy chcieliśmy do wnętrza wprowadzić trochę klimatu miasta. Klubowego charakteru nadały małe budki telefoniczne z długowłosą wykładziną, zapewniającą wysoki poziom izolacji akustycznej i pochłaniania dźwięku oraz z białymi ścianami-tablicami naprzeciwko drzwi, wykończonymi panelami ze szkła bezpiecznego, które odbija światło, optycznie powiększając przestrzeń. W podobnej stylistyce utrzymana jest strefa play zone, z małą kuchenką, stolikiem, czerwoną skórzaną kanapą, stołem do piłkarzyków oraz telewizorem ledowym, wokół którego znajduje się grafika imitująca ścianę skonstruowaną z telewizorów. Cały układ zamyka industrialny sufit.

W recepcji magnetyzuje niezwykła podłoga przypominająca taflę wody. W jakiej technice została wykonana?

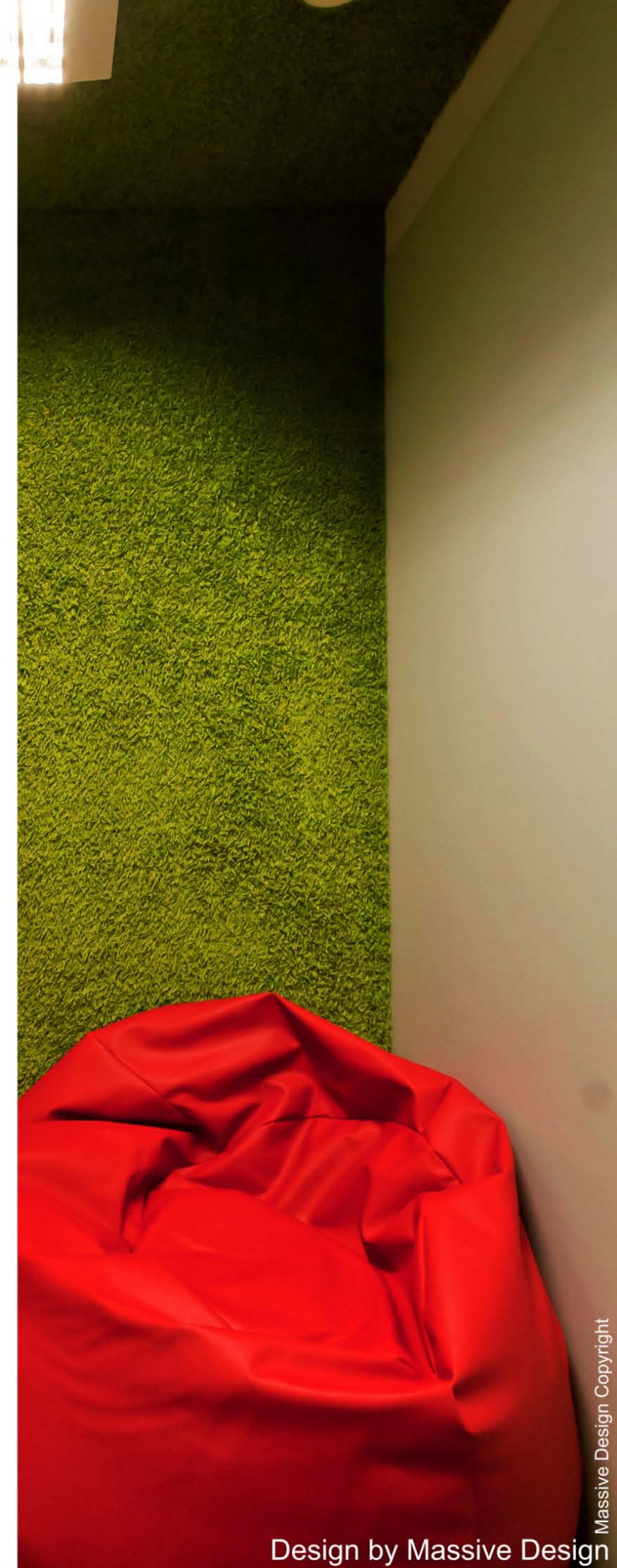
Podłoga miała być zasadniczym elementem tej przestrzeni. Została wykonana z trójkolorowej żywicy epoksydowej. Zastosowane kolory, a także ich układ pozwoliły na osiągnięcie dynamicznego efektu, jednocześnie wyrażającego markę Hypermedia.

Na ścianach pojawia się wiele wspomnianych grafik o różnej tematyce. Przyznam jednak, że moim projektowym faworytem jest grafika przedstawiająca wyraziste kroje czcionek.

Jest to przestrzenne, powiększone na całą ścianę logo Hypermedia, wycięte z białego odbijającego światło poliwęglanowego arkusza. Taki zabieg sprawił, że litery ukazały ciekawe szczegóły, jakich nie dostrzegamy w skali mikro.

A kolorystyka?

Odważne zestawienia kolorystyczne przyczyniły się do sukcesu projektu końcowego zarówno pod względem estetycznym, jak i finansowym. Charakterystyczne dla projektu jest śmiałe użycie wyraźnych barw wykładzin: od jasnoczerwonych firmy



Superflor w strefie play zone, pomarańczowych w pokoju prezesa, po szaro-grafitowe (Interface) w open space. W przestrzeni pojawia się bardzo dużo ciepłych odcieni, które równoważą chłodne, niebieskie oświetlenie dekoracyjne.

Nie mogę nie zapytać o znajdujący się w gabinecie prezesa worek treningowy. To jedynie zabieg artystyczny, czy ma to jakieś głębsze znaczenie?

Worek jest elementem przeniesionym z poprzedniej siedziby. W nowym biurze został odpowiednio wyeksponowany, dzięki czemu zyskał nowy wymiar. Pełni on wiele funkcji: jest elementem użytkowym pozwalającym prezesowi na chwilę relaksującego treningu, ciekawym zabiegiem dekoracyjnym, a poza tym zwraca uwagę pojawiających się w gabinecie gości, czym skłania do refleksji i rozmów.

Każdy kolejny projekt to nowe wyzwania i pęczniący bagaż doświadczeń. Massive Design ma już co dźwigać! O jakie umiejętności i doświadczenia tym razem czujecie się bogatsi?

Ten projekt dał nam doskonałe, bardzo przydatne w obecnych czasach doświadczenie – mam tu na myśli ograniczanie budżetów na nowe inwestycje, związane z globalnym spowolnieniem gospodarczym. Okazuje się, że przy kreatywnym i pozytywnym myśleniu niemożliwe staje się możliwe.

Pana zdaniem biuro Hypermedia stymuluje do działania? Proszę nas przekonać, że nie jest to tylko spektakularne przedsięwzięcie, doskonale prezentujące się na zdjęciach, ale przede wszystkim zdrowe i funkcjonalne miejsce pracy.

Biuro Hypermedia jest inspirujące i ergonomiczne. Stanowiska pracownicze mają zapewnione optymalne oświetlenie naturalne, a poza tym są wyposażone w system akustycznych ścianek meblowych absorbujących dźwięki oraz umożliwiających funkcjonalne łączenie lub wydzielenie biurek w zależności od struktury organizacyjnej. Pomieszczenia wspomagające open space znajdują się w częściach biura oddalonych od okien, dzięki czemu zastosowanie oświetlenia dekoracyjnego oraz kontrastujących ze sobą kolorów daje klubowy, odprężający charakter tych pomieszczeń. Swobodny układ funkcjonalny oparty jest tu o powierzchnie otwarte, umożliwiające łatwe wykonywanie zmian aranżacyjnych związanych z rozwojem firmy. Zasada open space w przypadku korporacji opartych o pracę zespołową sprawdza się najlepiej.

Z czego jest pan tu szczególnie dumny?

Najwięcej satysfakcji daje zadowolenie klienta. Pani dyrektor Hypermedia Beata Paca i prezes firmy Sławomir Stępniewski są z nami w stałym kontakcie i choć od przeprowadzki minęło kilka miesięcy, nie widzą potrzeby zmian. Podkreślają, że przestrzeń jest doskonałą wizytówką, budzi zainteresowanie ich gości i klientów, a do tego została zrealizowana zgodnie z planem czasowym i finansowym. Cieszę się, że klient dał nam możliwość realizacji pomysłu, który zazwyczaj można oglądać tylko na wizualizacjach – podłoga w recepcji jest zjawiskowa i gdy pokazuję ją w swoim portfolio, muszę długo przekonywać, że to prawdziwe zdjęcie, które zostało wykonane w recepcji biura funkcjonującego w Warszawie.

