

# Az emberközpontúság 105 pontja



Interjú Feuertag Ottóval  
és Mauricio Floresszel



Szöveg: FARKAS NOÉMI | Fotó: EUROPA DESIGN (portré), BUJNOVSZKY TAMÁS

**Showhouse, villa, többfunkciós közösségi tér, vagy egyszerűen csak „beautiful place”. A látogatók ezekkel a nevekkel illetik általában az Europa Design új központját, de irodaháznak a legritkább esetben hívják. Feuertag Ottó alapító, cégvezető és Mauricio Flores építész azt vallják, hogy egy vállalat hatékonyságához a munkatársak egészséges és komfortos munkakörnyezetén keresztül vezet az út. Ebben a szellemiségben, egy régi lelakott villából közösen álmodtak meg egy olyan emberközpontú munkahelyet, amely azóta sorra zsebeli be a nemzetközi elismeréseket.**

#### Hogyan indult a kettejük együttműködése?

MF: Ottóval nagyon régről ismerjük egymást, ugyanis egy általános iskolába jártunk. Mindig figyelemmel követtük a másik szakmai karrierjének alakulását. Már az épület megvásárlása előtt kikérte a véleményemet, én pedig támogattam az ötletet. Aztán hosszas beszélgetéseket folytattunk arról, mitől lehetne az új iroda jobb, mint az előző, és a nagyobb alapterületen kívül mivel tudnánk még többet adni az itt dolgozó munkatársaknak. Így alakítottuk ki végül a fő koncepciót, amiből aztán következtek a technikai és esztétikai megoldások. Nagyon sok építész

úgy dolgozik, hogy csak a munka elején, néhányszor megy ki a terepre, mielőtt nekilátna a tervezésnek. Én hónapokig naponta-kétnaponta itt voltam a helyszínen, mert ez a projekt nagyon összetett folyamat volt, mindig történt valami nem várt esemény. A kollégák részéről is rengeteg türelemre volt szükség az építkezés és a költözés alatt, de nagyon hősiesek voltak. Mivel testközelből követhették végig a folyamatokat, nagyon sokat tanulhattak arról, hogy zajlik egy ekkora projekt. Úgy gondolom, ezért fokozottabban érzik, hogy mekkora ajándékot kaptak egy ilyen munkakörnyezettel.





< A 20 század első felében épült villa az átalakítás után.

▼ Kollaborációs tér a földszinten.

a fizikai környezetet és az embereket támogató folyamatokat is vizsgálják a szakma legkiválóbb auditorai, kutatói és tanácsadói. Mindehhez egy új típusú menedzsmenttámogatás és hozzáállás is szükséges, amelyet mi igyekszünk biztosítani a munkatársaink számára. Ennek részét képezi például a távmunka és a home office támogatása, a rugalmas munkaidő és a munkavégzés helyének szabad megválasztása az épületen belül is.

**Úgy tudom, emellett pályáztak egy szintén nagy presztízsű minősítésre Magyarországon elsőként.**

FO: Valóban, a díjknál talán még izgalmasabb lépés az életünkben egy minősítési standard, ez a *WELL Building Institute Gold certification* elnyerése és fenntartása. A *WELL certification* egy Amerikából indult minősítési rendszer. Ilyen minősítéssel mindössze öt cég rendelkezik egész Kelet-Európában. Magyarországon mi vagyunk az első cég, amely ezt a négy hónapig tartó minősítési folyamatot elindította egy elkészült projektre. A *WELL Building* minősítés mind az építészeti, mind a belsőépítészeti, mind a berendezési és

mind a humán támogatás rendszerének az összefoglaló, és ezt mérő rendszere, melyet az irodánk egy többlépcsős procedura után kaphatja meg. A folyamat felmérésből, tanácsadásból, fejlesztésből, majd pedig ellenőrzésből és fenntartásból áll. Az előnevezésünket már elfogadták, és már kezdjük összerakni a dokumentációt is, hogy minden szempontnak megfeleljünk –, és már várjuk az ellenőrző méréseket.

**Milyen szempontokat vesznek figyelembe a minősítés során?**

FO: A minősítés egyik része az épületet a korszerűsége alapján, tehát gépészeti és építészeti szempontból vizsgálja, tulajdonképpen a BREEAM vagy LEED minősítő rendszerekhez hasonlóan. De az egész rendszer lényege a belsőépítészeti, berendezési és a humán fókuszú használati érték. A vizsgálat során 105 pontnak kell megfelelni, amelyben már egészen magas színvonalú szolgáltatásokat is elvárnak a nevezőktől. Fontos a levegőminőség, a vízminőség, a gépészet, a világítás, az árnyékolás, az étkezési kultúra, az ergonómiai komfort, az akusztika, a belső folyamatok, a belső fitness

#### Mi volt a koncepció lényege?

MF: Rájöttük, hogy a kulcskérdés a kollégák közötti kommunikáció megkönnyítése. Az Europa Design régi irodájában azt éreztem, hogy a térrendezés miatt erre nincs annyira jó lehetőség. A feladat tehát az volt, hogy – amellett, hogy létrehozzunk egy impozáns showroomot – egy minden irányban átlátható irodater alakuljon ki. Szerettük volna, hogy az emberek érezzék, vannak kollégáik, akikkel csapatban dolgozhatnak, de mindenkinek legyen lehetősége az elvonulásra is. Érdekes, hogy amikor a régi irodába ellátogattam, sosem láttam ennyi embert egyszerre, pedig ugyanennyien dolgoztak a cégnél. Most viszont amint belépek, azonnal érzem, hogy milyen sok kreatív energia összpontosul a közös munkában. Számos találkozási pontot alakítottunk ki, ami a dolgozók szociális szükségleteit is kielégíti, de egyben a szakmai kollaborációs folyamatokat is segíti. A koncepció másik eleme az volt, hogyan kovácsolhatunk előnyt a természet közelségéből. Itt az ember ember maradhat: zöld környezetben van, szemlélheti a kinti időjárást, a napszakok változását. Itt minden a munkatársak kényelmét és inspirációját szolgálja, de ugyanilyen fontos, hogy a látogató is jól

## „A KOLLÉGÁK KÖZÖTTI KOMMUNIKÁCIÓ MEGKÖNNYÍTÉSE”

érezze magát. Még az is tudatos tervezés és kísérletezés eredménye, hogy mit lát az épületből, aki az utcáról érkezik.

#### Ez a fajta emberközpontúság mennyire jellemző általában az irodatervezésben?

FO: A válság után történt egy fordulat a nemzetközi munkaerőpiacon, amikor az emberi erőforrás felértékelődött a cégek számára. Olyan tereket kezdtek tervezni, amelyek inspirálják, és arra készítetik a dolgozókat, hogy kommunikáljanak egymással, aktívabb szociális életük legyen a munkahelyen is. Rájöttek, hogy egy irodában, de egy városban is olyan csatlakozási pontokat és tereket kell kialakítani, ahol a jelenlévők ösztönösen találkoznak, leülnek egymással. Az emberközpontú enteriőrtervezést és cégszervezést, mint céges értéket, mint

márkaépítést nagyon jól összefoglaló kifejezés az *employer branding*, amely folyamatos, tudatos fejlesztés, belső kommunikáció és összehangolt PR-tevékenységként van hatással a munkaerőpiacra. Itthon mindezt most kezdik el direkt építeni a vállalatok.

#### Az Europa Design viszont úttörő ezen a téren, hisz a közelmúltban több díjat is kiérdemelt az irodájuk.

FO: A díjak, amiket nyertünk, magát a munkahelyet, valamint a munkahely és az emberi és céges folyamatok közötti kapcsolatot tanulmányozták értékelték és díjazták. Ezek a díjak különböző mértékben és arányban vizsgálják ezt az egész területet. A Magyarország legkiválóbb vállalata díjat az *Investors in People Awards*-on jellemzően munkahelyteremtésért és munkahely berendezéséért kaptuk. Másik nagy büszkeségünk, hogy az *European Business Awardon* a magyar cégek közül mi kerültünk ki győztesen Workplace and People Development kategóriában. A díjra Európából 33 ezer, Magyarországról 2200 cég pályázott. Május 22-én, a varsói európai döntőn 23 országgal fogunk megküzdeni az európai fődíjért (*az interjú április végén készült – A szerk.*). Ezen a versenyen már

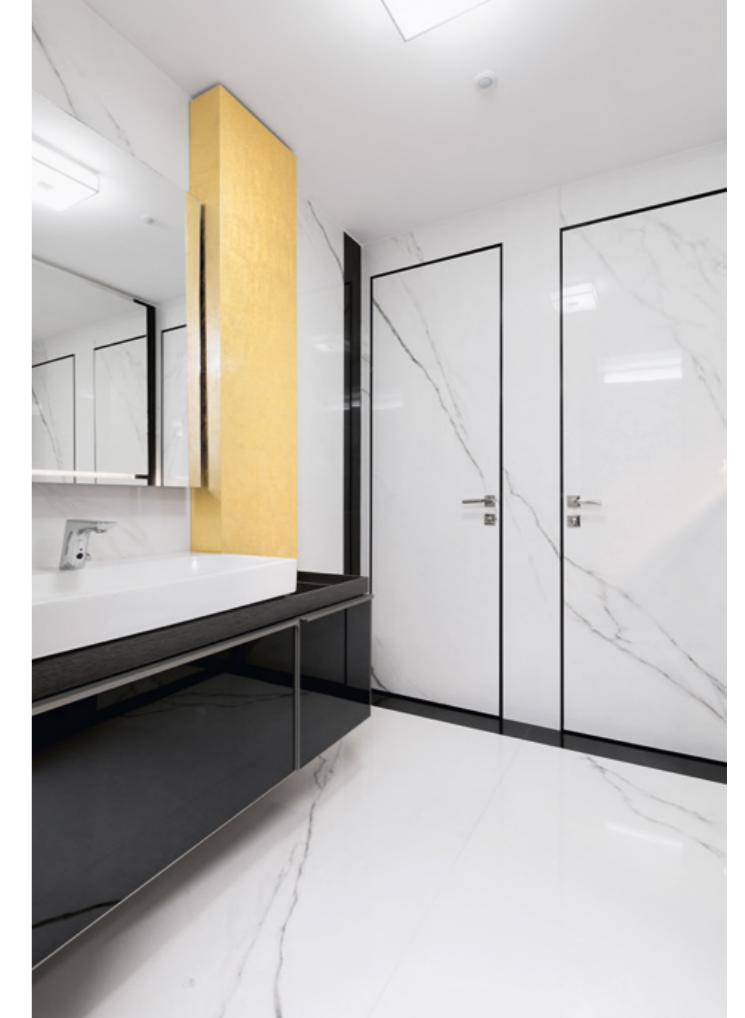






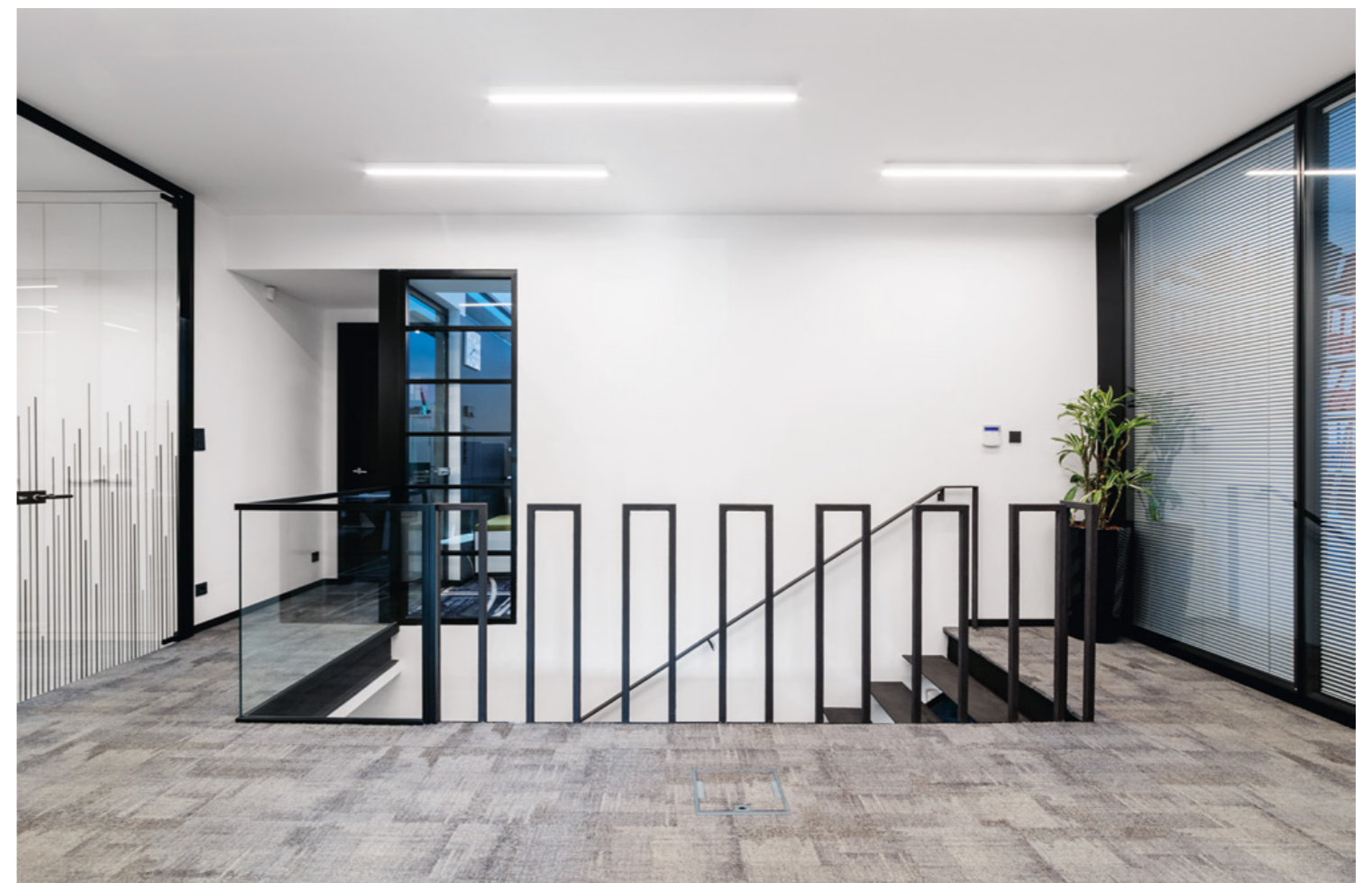
támogatása is. Az épületen belül valódi, 40 százalékos páratartalom a kötelező, és ezt folyamatosan mérnünk is kell. A levegő beáramlását biztosító

gépészeti rendszerekhez olyan szigorú tisztítási protokollokat kell tervezni, hogy folyamatosan dokumentálható és lejelenthető legyen az, hogy háromhavonta



Otthonosak, családiasak a legprivátibb helyiségek is.

✓ Felérkezés, és útban az emeleten elhelyezkedő irodák terei felé.







## „A SZAKMAI KOLLABORÁCIÓS FOLYAMATOKAT IS SEGÍTI”

elvégezzük a csövek tisztítását. A világítási képeknek az adott napciklusnak megfelelően kell változniuk, de szempont az optimális árnyékolás, hangnelyelés és hangszigetelés is. Folyamatosan mérnünk és kommunikálnunk kell a munkatársak felé az épületbe bekerülő mérgező anyagokat és az épületen kívülieket is, ennek a már jelenleg is elhelyezett 17 darab digitális kijelző alkalmazásával tesszük eleget. Egyébként ebben az épületben a hideg és meleg energiát – hűtés-fűtést és a meleg vizet – kizárólag árammal működő hőszivattyús rendszer állítja elő, vagyis gázellátás itt nincs, így aztán szén-dioxid-kibocsátás sincs. Még az is a minősítés részét képezi, hogy a dolgozókhöz mennyire közel van vízvételi lehetőség, és felszólítjuk-e őket, hogy elegendő folyadékot igyanak. Szempont még az inspiráló design, a természeti kapcsolatok, a belső növényfalak, kertkapcsolatok, illetve az irodai kertészkedési lehetőség is. Mi ezekben igyekszünk élen járni, hisz amellett, hogy a ház csodálatos zöld környezetben helyezkedik el, van egy közösen ápolat fűszerkertünk is a dolgozók számára.

### Mit jelentenek az ön számára az elmúlt időszak elismerései?

FO: Az *Employer Branding* és az év munkahelye díjak azt tükrözik, amiben már 25 éve hiszek, hogy a tér és a humán erőforrás összekapcsolódnak, egymásra hatnak, egymást támogatják. Mindennek a tudományos alátámasztását pedig a *WELL certification* minősítés jelenti. Remélem, követendő példát jelentünk abban, hogy érdemes az emberek munkahelyi jóllétébe erőforrásokat fektetni. Szeretnénk a jövőben innovatív bútorainkkal és magas technológiai anyagainkkal segíteni más cégek employer branding fejlesztését. Létrehoztunk egy olyan weboldalt, ahol folyamatosan tájékoztatjuk a partnereket és cégeket, akik szeretnének ebben a folyamatban részt venni, illetve az olyan gyártókat, és tanácsadókat, akiknek *WELL certification* kompatibilis minősítései vannak. Mindezt azért, hogy ez egy, a kimagaslóan teljesítő cégek közössége legyen.

## Médium és üzenete

Szöveg: MOLNÁR SZILVIA

**A 2007 óta létező European Business Awards a legkülönbözőbb szektorok meghatározó, innovatív európai cégeinek komoly versenye. Egy díjazott cég életében mérföldkő ez az elismerés, és képletesen „belépő” egy illusztris, globális, újító társaságba. Lapzártánk idején még nem tudjuk, ki az ún. Nemzeti Bajnok, de az elődöntők Nemzeti Győzteseinek 11 magyar nyertese közül az Év Munkáltatója-díj kategóriában az Europa Design lett az első. Több évtized munkáját ismerte el a zsűri ezzel a pálmával.**

Bologna sűrű szövetű, régi városrészében, a Via Altabella sétálóutca 23-as szám alatti épületében, a földszinten működik 1961 óta a Gavina bemutatóterme és a cég irodája. Az emeleti szintek a jellegzetes, 19 századi spalettás, fagyaltszínű frontot mutatják. A modern építészet – és persze a design – szerelmeseinek azonban a zárt sorú beépítésben ez a rövid, mindössze pár méternyi földszinti szakasz is elég, hogy elidőzzenek a város háború utáni építészeti ikonikus darabja előtt. A darab ez esetben akár szó szerint is érthető, lévén a régmúltba egyetlen harapás is elegendő volt, hogy feledhetetlen, egyúttal mégis a környezetéhez illeszkedő végeredmény szülessék. Dino Gavina felkérésére Carlo Scarpa érdes és simított szakaszokkal váltakozó puritán betonhomlokzatot tervezett, melyet két, körformából szerkesztett kirakatmegnyitás, a lécezett porta, és homlokzati elemként megjelenő céglogó tagolt csupán.

Ez a betonszükszavóság a belsőépítészeten is folytatódik, remek keret adva a Gavina terméknek. A Gavina-Scarpa kooperáció a későbbiekben tárgytervezésekkel is folytatódott, avagy ez a kicsiny bemutatóterem egy új korszak nyitánya volt úgy a bemutatóterem, galériák építészeti belsőépítészeti, mint két remek ember együttműködésében. Egy bemutatóterem tehát nem feltétlenül rövid távú, aktuális trendekre szabott megoldásokat mutathat, persze nyilván kellő távolság, idő kell, hogy kiderüljön efemer vagy ellenkezőleg, korszakos az, amit látunk. Ugyanakkor előjelei vannak ennek is, annak is.

Amikor úgy a kétezres évek második felében egy Europa Design által szervezett szakmai délutánon jártam, és a cégvezető, Feuertag Ottó előadását, pontos érvelését hallgattam meg arról, hogy a magas műszaki és design tartalmú irodabútor

vásárlása miért fontos és miért hosszú távú befektetés, és nem csupán anyagi értelemben, akkor nyilvánvaló volt, hogy cége nem pusztán egy jó bevétellel kecsegtető részt talált az irodabútorok piacán. Tartós menetelés ez, meggyőzés, professzionális érvelés, tapasztalatszerzés, presztízsépítés, a minőség melletti kiállás az év 365 napján. És az érvek között azon a bizonyos előadáson, vagyis jó 10 éve már elhangzott, hogy egy kvalitatív irodabútor a cégépítésben a humán faktor része is. A branding mellett a munkaerő megszerzésében, megtartásában is fontos szerepe van akár egyetlen bútordarabnak, és persze különösen egy komplett irodai miliőnek. Akkoriban ezek az érvek még nem játszottak kiemelt szerepet a cégek életében, az idő, az élet viszont igazolta az előadáson elhangzottakat.

A bizonyos tartós menetelés egyúttal tudatos építkezés is volt az Europa Design saját cégtörténetében – mint utóbb kiderült, a valóságban, azaz fizikailag is. A Törökvész úton álló, Mauricio Flores építéssel együttműködésben felújított, és az irodai igényekre átalakított, 20. század eleji ház építészeti szempontból az értékörzés, értékmentés remek példája, ami a legkorszerűbb technológiákkal felszerelt. Ha a külső felől közelítünk már az alapján is megérthető

a szándék: a cég és a dolgozók közötti összhang megteremtése, avagy egy otthonos, egyúttal mégis professzionális munkahely létrehozása. Ehhez remek alapot kínál egy klasszikus formájú, emberi, „családi” léptékű villaépület, körötte (részben a dolgozók által közösen) gondozott kerttel, bent olyan, természetes fény járta térkialakítással, ami a kapcsolatteremtést, a találkozásokat, az együttdolgozást indukálja. No és mindezek háttérben ott

„ketyeg” a technológia: az optimális légcseré, a folyamatosan állandó, egészséges értéken tartott páratartalom, a megfelelő hangnelyelés, hangszigetelés, mesterséges világítás; a külvilágból bekerülő káros anyagok állandó mérése, szűrése, az állapotok dokumentálása stb., stb. Öncélúsnak itt helye nincs.

Minden azt a célt szolgálja, hogy ne csak a szlogenek szintjén hirdetendő, hanem valóban nap mint nap egy emberközpontú munkahelyre érkezzenek a munkatársak. És időről időre az ügyfelek is. Ez már nem vetített képes előadás, hanem a valóság, valós ház, valós terekkel, valós berendezéssel, valóságos munkatársakkal. Vagyis a médium – az iroda és egyben bemutatóterem – így válik önmaga érthető üzenetté is: ilyen a jövő (és itt már a jelen) munkahelye. Ez nem egyszerűen egy bemutatóterem + az Europa Design főhadiszállása, mert mi nem csupán minőségi irodabútort, hanem irodai munkakörnyezetet, ezen keresztül egy employer branding modellt kínálunk bárkinek, aki kész élni vele.

## MINŐSÉG AZ ÉV 365 NAPJÁN