

# Inside Facebook and friends

Text Oliver Wainwright

Was brauch' ich mehr als eine Garage? Dieses Motto der IT-Firmen ist längst Vergangenheit. Apples Rundbau schimmert im Macbook-Glanz, LinkedIn hält die Angestellten mit einem hauseigenen Konditor bei Laune und bei Samsung kann man Tai Chi im Kaktusgarten üben. Eine Tour durch die fabelhafte Welt des Silicon Valleys

In der US-Firmenzentrale von Samsung: Kreativitätsschübe durch Kniebeugen  
Foto: Sean Airhart



Der Blick vom Golfplatz im fünften Obergeschoss des US-Hauptsitzes von Samsung auf die sonnenverbrannte Hügellandschaft des Silicon Valleys kann einen leicht vergessen lassen, dass man sich an einem Ort der Arbeit befindet. Ein Angestellter praktiziert gerade Tai Chi im Kaktusgarten, ein anderer lässt sich in einem Massage-Stuhl durchrütteln. Im üppig bepflanzten Hof darunter ist ein Volleyballspiel in vollem Gange, ein lautstarkes Stimmengewirr ist auch am Kicker in der Chill-Zone zu hören, daneben eine Reihe spaciger Nap Pods, überdachte Liegen für den spontanen Mittagsschlaf. „Treffen uns am Ping-Pong-Tisch“, steht auf einem Zettel, der am Fenster klebt. „Der Spinning-Kurs findet heute auf der Terrasse statt! :)“.

Wie ein Stapel leuchtend weißer Festplatten steht der neue 300-Millionen-Dollar-Bau, mit dem der südkoreanische Elektroriese Samsung seinen Platz in der Ferienlager-Arbeitsplatz-Kultur der Bay Area gefunden hat, an einer Straßenkreuzung nördlich von San José. „Wir wollten unserem Unternehmen etwas von einer Startup-Atmosphäre einhauchen“, erklärt Jim Elliott, Vizepräsident des Memory Marketing von Samsung, eine Tätigkeit, die ebenso außerirdisch klingt wie das Gebäude aussieht, in der er sie ausübt. „Vorher arbeitete jeder von uns isoliert auf seiner eigenen Abteilungsinsel. In dem neuen Gebäude geht es darum, die Leute zusammenzubringen und zufälligen Begegnungen eine Chance zu geben. Die Leute sollen raus aus ihren Büros.“

Schon seit 30 Jahren ist Samsung in dieser Gegend ansässig, bislang allerdings in einer Ansammlung unscheinbarer Kästen untergebracht. Mit dem zehngeschossigen Neubau soll Nordamerika die Wandlung eines Unternehmens vor Augen geführt werden, das sich von einem Konzern der „Weißen Ware“, einem Lieferanten von Kühlschränken und Waschmaschinen, zu einem Innovationskraftwerk der Halbleiterindustrie gewandelt hat.

Entworfen hat das Gebäude NBBJ, ein Architekturbüro, das schon mit der futuristischen Dschungel-Biosphäre für Amazon in Seattle und anderen großen Firmengebäuden der IT-Industrie kreuz und quer durch China fasziniert hat – darunter auch die Zwillingstürme für den Internetgiganten Tencent in Shenzhen.

## Gegen geistige Verkalkung

Die Samsung-Zentrale ist die architektonische Manifestation neurowissenschaftlicher und verhaltenspsychologischer Erkenntnisse über den optimalen Arbeitsplatz. „Es geht immer um Mobilität“, sagt Architekt Scott Wyatt. Er leitet bei NBBJ die Abteilung für die Gestaltung von Arbeitsplatzumgebungen. „Wenn man länger als zwanzig Minuten stillsitzt, fängt man an zu verkalken.“ Erst wenn man aufsteht und nach draußen geht, könne der Kopf seine optimalen kognitiven Funktionen ausüben. Die Büros bei Samsung wurden deshalb so angelegt, dass die Leute so oft wie möglich



Blick aufs Silicon Valley:  
der Dachgarten von Gehrys  
Facebook-Headquarter.  
Foto: Oliver Wainwright



Ein Gebäude wie ein Produkt: Modell von Fosters  
Apple-Zentrale im Besucherzentrum in Cupertino.  
Foto: Nigel Young/Foster+Partners

ihre Schreibtische verlassen müssen. Durch die Bündelung jeweils zweier übereinanderliegender Geschosse, die durch ein Zwischengeschoss mit Außenterrassen voneinander getrennt werden, sind die Mitarbeiter nie weiter als eine Treppe von draußen entfernt. Auch die Kantine ist außerhalb in einem sternförmigen Gebäude untergebracht. Zum Essen muss man ein Stück laufen, kann dann aber unter zehn Variationen der Weltküche wählen.

Samsungs spaßgetränktes Büro-cum-Wellness-Center ist das jüngste in der Welle neuer Hauptquartiere der San Francisco Bay Area. Sie stehen für einen radikalen Aufbruch der IT-Industrie, die sich bislang wenig um ihre (Arbeits-)Umgebung gekümmert hatte. Norman Foster hat Apple in Cupertino eine Doughnut-artige fliegende Untertasse in die Mitte eines gut 60 Hektar großen Parks gestellt. Dort sollen sechs Kilometer gebogenes Glas eine Röhre mit aneinandergereihten Büros umschließen – angeblich mit der selben Präzision gefertigt wie ein iPhone.

Um bloß nicht überboten zu werden, hat Google gleich zwei angesagte Architekten eingekauft, Bjarke Ingels und Thomas Heatherwick, die dem Unternehmen ein retro-futuristisches Fantasialand aus verglasten Arbeitskabinen entworfen haben. Die gebauten Träumereien markieren den endgültigen Abschied der IT-Welt aus der Siedlungsform des suburbanen Gewerbestraßens.

Microsoft hat immer behauptet, ihm seien seine Firmengebäude egal, sagt Architekt Wyatt, der an vielen Projekten des Großkonzerns mitgearbeitet hat. „Die Attitüde der IT-Branche war immer: Was brauch' ich mehr als eine Garage?“ Damit ist nun Schluss. Mit dem Wettbewerb um die bes-

ten jungen Köpfe haben sich die Silikon-Riesen in ein Rennen begeben, den Konkurrenten durch immer abgefahrene Bauwerke zu überbieten.

### Wildblumenwiese mit WLAN

Die Mutter aller „Pimped-Up-Garagen“ steht einsam am Highway in Menlo Park, etwa 15 Meilen westlich der Samsung-Zentrale, und erinnert an gewaltsam ineinander geschobene Flugzeughangars: das Facebook-Hauptquartier. Mauern, die in seltsamen Winkeln aus dem Gebäude ragen und Zick-Zack-Treppenhäuser, die nach dem Zufallsprinzip dazwischen geschoben scheinen, lassen die Handschrift des Architekten Frank Gehry erkennen. Die 40.000 Quadratmeter große Anlage ist eine einzige Hymne an den unter Startups beliebten Gründungsmythos der notdürftigen Urhütte des Erfinders. Auf dieser größten zusammenhängenden Bürofläche der Welt sitzen an die 3000 Arbeitnehmer beisammen, die passende kolossale Heimstätte für ein Soziales Netzwerk, das schon ein Fünftel der Weltbevölkerung zu seinen Mitgliedern zählt. Lläuft man durch die Gebäude, fühlt man sich wie in einem Techie-Dschungel, wo Kabel-Lianen von der sieben Meter hohen Decke baumeln, Arbeitskabinen den Programmierern Rückzugsräume bieten und mit Helium gefüllte Ballons über höhenverstellbare Stehtische schweben.

„Wir ermutigen die Leute dazu, ihren Raum zu hacken“, sagt meine Ortsführerin, als sie mich durch die Welt aus blanken Stahlträgern und frei liegenden Leitungen der Lüftungsanlage steuert. Wir passieren eine Donald-Trump-Piñata, einen pinken Leopard und einen lebensgroßen ausgestopften Eisbären. „Wir haben die Welt ja erst zu einem Prozent miteinander

verbunden, also sollte unser Gebäude auch unfertig aussehen“, erläutert die Frau das Einrichtungskonzept. Im Raum stehen zusammengesetzte Besprechungsboxen, verziert mit bunten Wandmalereien lokaler Künstler oder Postern der hauseigenen Druckerei, dem Analogue Research Lab, die die Angestellten mit Lehrsätzen wie „Irgendwann wird sich alles verbinden“ motivieren sollen. „Wenn Zuck morgens irgendetwas gesagt hat“, erzählt mir ein Facebooker, „ist es am Nachmittag zu einem solchen Poster geworden“.

Oben am Ende einer Podesttreppe, in einem Moment der Alice-im-Wunderland-Offenbarung, gelangen wir auf einen 3,5 Hektar großen Dachgarten, ein ländliches Idyll aus sanft geneigten Rasenflächen und WLAN-fähigen Wildblumenwiesen. Von hier aus blickt man weit über die sumpfig rostfarbene Ebene der Bucht. Baukräne sind mit der Errichtung einer neuen Facebook-Wohnlage beschäftigt und Freiwillige bringen auf dem Dach Schilder für die jährliche Wohltätigkeitsveranstaltung des „Global Causes Day“ an.

„Hier kümmert es keinen, wie lange man am Schreibtisch sitzt“, sagt meine Führerin, „solange du deine Arbeit machst, kannst du auf der Wiese rumliegen oder an der Grilled-Cheese-Bar abhängen“.

### Suche nach dem iPhone-Weiß

Wenn die Facebook-Zentrale die Verkörperung des „loose fit work style“ ist, mit Büros, die wirken wie ausgebeulte Jeans und bequeme Hoodies, dann kann der Apple Campus 2 nicht unterschiedlicher sein. Während Gehry für Facebook Kästen mit offenen Grundrissen auf eine Bodenplatte

stellt – je nach Wachstum des Unternehmens anpassbar – ist Fosters geschlossener Rundbau die ultimative Verkörperung einer hermetischen Kapsel, ein perfektes *Fait accompli*.

An einem Triumphbogen in dreifacher Geschosshöhe, durch den täglich 13.000 Mitarbeiter in das Gebäude geschleust werden müssen, schießen Säulen in die Höhe, die im gleichen gebürsteten Aluminium glänzen wie das MacBook. Wer mit dem Bus ankommt, steigt eine imperiale Treppe hinauf, deren weißen Handläufe im selben Radius abgerundet sind wie die Ecken eines iPads. Die Geschosse zeichnen sich durch kreisrunde Lamellen ab. Sie scheinen um das Gebäude zu schweben wie die Ringe um den Saturn, hergestellt aus dem gleichen hinterlackierten Glas des weißen iPhones.

„Das waren schon sehr surreale Augenblicke während der Entwicklung dieser gläsernen Lamellen“, erinnert sich ein früherer Foster-Mitarbeiter. „Wir hatten ihnen ein 30 Millionen teures Modell eines originalgroßen Fassadenabschnitts gebaut, mit fünf Versionen der Lamellen in unterschiedlichen Schattierungen des Weiß. Die Apple-Leute haben Ewigkeiten darauf gestarrt: Das eine Weiß war zu blau, das andere sollte ein bisschen cremiger sein – für das gewöhnliche Auge sahen sie alle gleich aus.“

Mit der Monate dauernden Agonie ob der Weißheit des Weiß' war die Ausführung des Gebäudes einem Grad an Kontrolle unterworfen, wie er selbst bei den penibelsten der Fosterschen Projekte bislang unerreichbar war. Noch kurz vor seinem Tod war Steve Jobs davon besessen, dass die beim Bau verwendeten Materialien in jedem Fall näher bei denen liegen, die bei Apple-Produkten zur Anwendung kommen, als bei den Standard-



Hauptsache, es wirkt improvisiert: Sperrholz-Lounge in Gehrys Facebook-Neubau  
Foto: Jeremy Bittermann

von der Größe einer Kathedrale, ist die 4000 Personen fassende Mitarbeiterkantine: eine große Erdgeschosszone mit einer umlaufenden Galerie, die durch vier Geschosse hohe Glastüren mit der umliegenden Parklandschaft verbunden ist.

### Meeting im Beduinenzelt

Essen umsonst und zu jeder Zeit verfügbar, das ist fundamentaler Bestandteil eines Tech-Arbeitsplatzes. Die Unternehmen in der Bay Area haben viele Jahre mit dem Hinweis auf die Breite ihres Snack-Angebots konkurriert – aber die Zeiten der Quantität sind vorbei. Heute wird gesunde Ernährung verlangt und die endlose Reihe der bis an den Rand gefüllten Gläser mit Jelly Beans und M&Ms haben dehydrierten Broccoli-Röschen und Gemüse-Chips Platz gemacht, die herunter gespült werden mit einem Schluck Soylent.

Google hat seine Snackbar so im Raum platziert, dass man erst an den frisch gepressten Säften vorbei muss, ehe man die Candy-Bar erreicht, während die wie ein großes Füllhorn daher kommende Cafeteria in LinkedIns neuer Firmenzentrale in San Francisco auf lokale und regionale Produkte setzt: An der Wand sind alle ortsansässigen Lieferanten mit Namen und Adresse angeschlagen, getreu dem Slogan „Du weißt, was Du isst, wenn Du weißt, von welchem Hof es kommt.“

„Ich fange den Tag mit einer Kimchi-Reisschüssel an, vielleicht auch mit etwa Sushi“, sagt eine Mitarbeiterin von LinkedIn, als wir an dem nicht enden wollenden Buffet entlang gehen. „Wir haben einen eigenen Konditor im Haus, für dessen Kuchen man sterben könnte – und acht Sorten selbstgemachter Eiscreme.“

Mit einer unheimlich wirkenden Verkleidung aus facettiertem schwarzen Glas stellt LinkedIns neuer 26-geschossiger Büroturm das vertikale Musterbeispiel aller Tech-Office-Klischees dar. Erst gehen wir in einer „Silent-Disco-Zone“ an einer Reihe Kopfhörer vorbei und überqueren dann ein Schussfeld für Spielpistolen, blicken in einen Sitzungsraum, der sich „Kissenschlacht“ nennt und stehen schließlich vor einer Wand mit der Aufforderung „Poste Dein eigenes Haiku“. Jeder dieser Räume atmet dabei etwas von der Einsamkeit und Tristesse des Anzutragers, der ums Verrecken abgefahren sein will. Am Ende betreten wir einen Flur, in dem sich ein verfremdetes Trompe-l'oeil in nichts auflösen scheint und unser Sichtfeld mit den Versalien „Focus on what matters“ ausfüllt. Vordringlichste Gedanken der Mitarbeiter richten sich wohl eher darauf, was man sich am überwältigenden Buffet-Angebot aussuchen soll.

### Obdachlos neben Airbnb

Einige Blocks weiter ist Airbnb (eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen der Region) dabei, den Leerstand einer früheren Papierfabrik zu füllen und das Industrieambiente in einen Spielplatz für Themenpark-Arbeitsplätze zu verwandeln. Dort kann man dann sein Meeting wahlweise in einer Blockhütte, einem Beduinenzelt, einem Mailänder Loft oder der Replika einer Ramen-Garküche abhalten. Jeder dieser Räume ist bis ins kleinste Detail der Vorlage eines der Ferienwohnungsangebote auf der Airbnb-Webseite nachempfunden.

„Uns geht es um Räume, die sich wie Zuhause anfühlen, dabei aber hocheffizient und funktional sind. Räume die den Leuten helfen, große Arbeitsleistungen abzuliefern, in einer Art und Weise, die uns hoffentlich überrascht“, sagen die hauseigenen Gestalter.

Einige Leute räkeln sich auf Sitzsäcken oder kauern über Laptops auf einer abgetrepten Terrasse. Andere treffen sich in einem Wohnwagen, während sich der eher klassisch gestrickte Typ in Ledersesseln in gedimten Büroräumen verkriechen kann. Im Zentrum steht ein Denkmal der Start-up-Nostalgie: ein Konferenzraum, der die Wohnung nachmodelliert, in dem das Unternehmen einst seinen Anfang nahm.



Airbnb: sich im Zelt zuhause fühlen und dabei effizient arbeiten  
Foto: Mark Mahaney

Wenn die Büros auch versuchen, eine räumliche Manifestation des Firmen-Mottos „belong anywhere“ zu sein, so wirken sie eher wie die Low-Budget-Version von Crystal Maze, einer Fernsehshow aus den neunziger Jahren, jedes Set mit Requisiten bei eBay oder Etsy besorgt, mit der projektierten Lebensdauer einer Schaufensterdekoration.

Wieder auf der Straße wird man konfrontiert mit der zynischen Kehrseite des Erfolgs der IT-Branche – vor allem des Wachstums von Airbnb. Zelte eines Obdachlosen-Camps drängen sich unter einer Unterführung zusammen und erinnern an die (Neben)wirkungen des boomenden Wirtschaftszweigs, an das, was sich gleich außerhalb der abgeriegelten Mauern ihrer Traumstätten abspielt.

Airbnb wurde mit einem Aktienwert von 30 Milliarden zum Lieblingskind der sharing economy. Trotzdem wurde das Unternehmen scharf kritisiert und für die Ausweitung des Problems der Obdachlosigkeit mitverantwortlich gemacht, weil es mit seiner Geschäftsidee Tausende von Wohneinheiten vom Markt nimmt. „Wir glauben an eine Welt, in der jeder einzelne von uns sieben Milliarden Menschen irgendwo ein Zuhause findet“ – ein frommer Spruch, der im Gegensatz steht zu den Zelten vor dem Firmentor.

John Popuda, ein 58-jähriger früherer Soldat der US Army aus Minnesota, ist einer der Bewohner der Gruft unter der Interstate 80, der es schafft, seinen Lebensunterhalt aus den Abfällen von Airbnb zu bestreiten. „Dosen, Flaschen, Verlängerungskabel, Rohre, Kupfer, ist schon komisch, was die Leute alles wegwerfen“, sagt er. „Ich habe Sachen im Wert von 400 Dollar aus den Müllcontainern gerettet. Man könnte fast behaupten, ich wäre dadurch auch ein Teil der Tech-Industrie. Aber so fühle ich mich nicht“.

### Scheinheilige Netzgemeinschaft

In jüngerer Zeit hat es einen beträchtlichen Abfluss von Unternehmen aus dem Valley heraus und in das Zentrum von San Francisco hinein gegeben, geködert durch beachtliche Steuererleichterungen, um die Downtown zu revitalisieren. Das hat nicht nur die Mieten der benachbarten Wohnquartiere in die Höhe schießen lassen, sondern auch andere unerwartete Konsequenzen. „Die Büros der IT-Branche können einen abtötenden Effekt auf die Stadt haben“, sagt Allison Arieff von SPUR, einem Non-Profit-Stadtforschungsinstitut. „Weil diese Firmen ihre Mitarbeiter mit allem kostenlos vor Ort versorgen – vom Kaffee über die Reinigung bis zum Friseur – sind alteingesessene Geschäfte gezwungen zu schließen, wenn sich IT-Firmen ansiedeln.“

Bei allem Gerede von „community & commons“, von gemeinschaftlicher Nutzung und vom Teilen, beweisen die Dot-Coms, dass sie zu dem am wenigsten bürgerschaftlich gesonnenen Sektor des Wirtschaftens gehören. In einer Geste des guten Willens überlässt der Büroturm von LinkedIn einen Teil des Erdgeschosses einem luftigen „Public room“, wo man sich hinsetzen, essen und das WLAN nutzen kann – doch der San Franciscan ist nicht so leicht zu ködern. „Niemand interessiert sich für Deinen Tech-Job“, steht auf einem Anschlag auf einer Straßenlaterne. „Benimm Dich höflich, wenn Du in der Öffentlichkeit auftrittst, lass Dein brutales Karriere-Gequatsche unter Kollegen, wo es hingehört. Hier draußen aber schalte die Stumm-taste ein. Oder Du wirst überfallen. Wir können Dich hören.“

Aus dem Englischen von Michael Goj