Corporate Identity : Gespräch mit Anne Keller und Günther Vogt = Corporate Identity : Interview avec Anne Keller et Günther Vogt

Autor(en): **Schmid, André / Perrochet, Stéphanie**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Anthos : Zeitschrift für Landschaftsarchitektur = Une revue pour le paysage**

Band (Jahr): **42 (2003)**

Heft 1: **Opulenz = Opulence**

PDF erstellt am: **30.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-139027

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

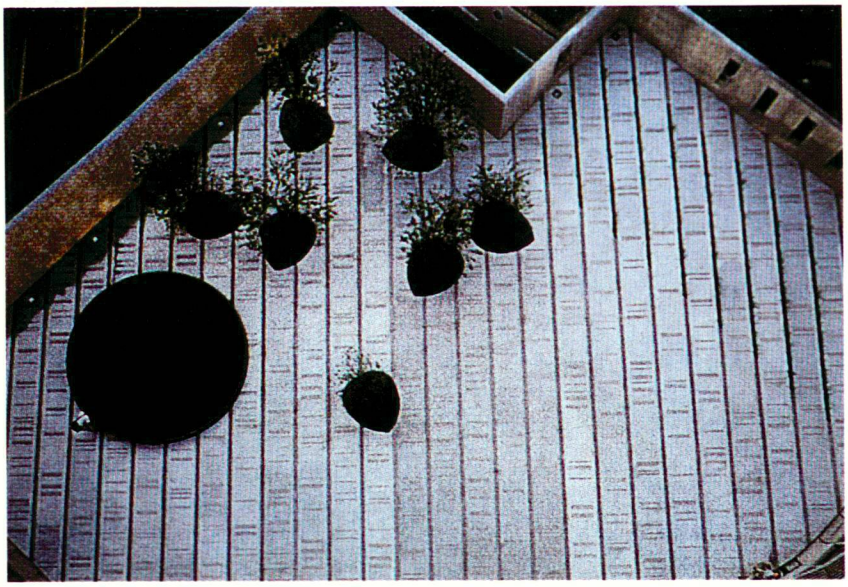
http://www.e-periodica.ch

Corporate Identity

Gespräch mit Anne Keller, Verantwortliche für das «Brand Management» der Swiss Re in Zürich, und Günther Vogt, Landschaftsarchitekt, Zürich, geführt für anthos von André Schmid und Stéphanie Perrochet

Für die Swiss Re bedeutet gute Architektur mehr als nur gelungene Repräsentation einer soliden und qualitätsbewussten Firma. Exzellenz in allen Arbeitsbereichen gehört für Kunden und Mitarbeiter zum Markenbild Swiss Re.

Pour Swiss Re, une architecture de qualité signifie plus que la représentation d'une entreprise solide, aux exigences de qualité élevées. L'excellence, dans tous les domaines de travail, appartient pour les clients et les collaborateurs à l'image de marque de Swiss Re.



Swiss Re Geschäftshaus/*bâtiment administratif Swiss Re*, Gotthardstrasse, Zürich. Landschaftsarchitektur/*aménagements extérieurs:* Kienast Vogt Partner, Zürich, Architektur/*architecture:* Stücheli Architekten, Zürich

Photos: Urs Siegenthaler, Zürich

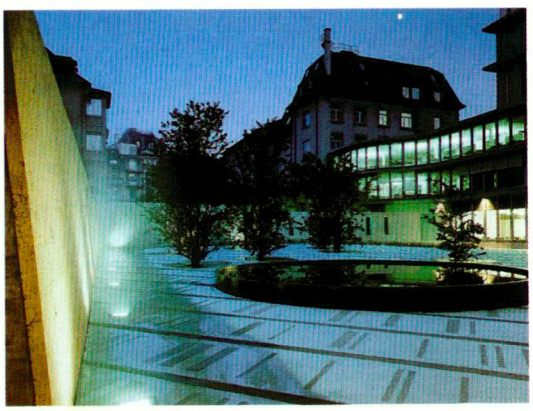
Die Schweizer Rückversicherung Swiss Re hat seit jeher viel Wert auf die Qualität ihrer Bürogebäude und deren Aussenräume gelegt. Das «Centre for Global Dialogue» in Rüschlikon, ein Seminar- und Konferenzzentrum, ist dafür ein Beispiel. Weitere bekannte Kreationen sind der im Bau befindliche Büroturm der Architekten Foster and Partners (1997 bis 2004) in London oder das neue Verwaltungsgebäude in Unterföhring bei München (Architekten Bothe Richter Teherani, Landschaftsarchitekten Martha Schwartz und Peter Kluska).

anthos: Was bedeutet für die Swiss Re der Begriff «Brand» und in welchem Zusammenhang steht er mit der Gestaltung der Gebäude und Gärten der Firma?

L'entreprise de réassurance suisse Swiss Re a toujours attaché une grande importance à la qualité de ses bâtiments d'administration et à leurs aménagements extérieurs. Le «Centre for Global Dialogue» à Rüschlikon, un centre de séminaires et de conférences, en est un exemple. Parmi d'autres créations connues, on peut citer la tour de bureaux des architectes Foster et partenaires (1997 à 2004) à Londres, ou le nouveau bâtiment de l'administration à Unterföhring près de Munich (architectes Bothe Richter Teherani, architectes-paysagistes Martha Schwartz et Peter Kluska).

anthos: Quelle est la signification du terme «Brand», et quel lien y a-t-il entre le «Brand» et l'aménagement des bâtiments et jardins de la firme?

AK: Notre définition de l'image de marque («Brand») englobe trois éléments: la «Corporate Identity» a trait à notre discours, le «Corporate Design» à notre apparence, et le «Corporate Be-



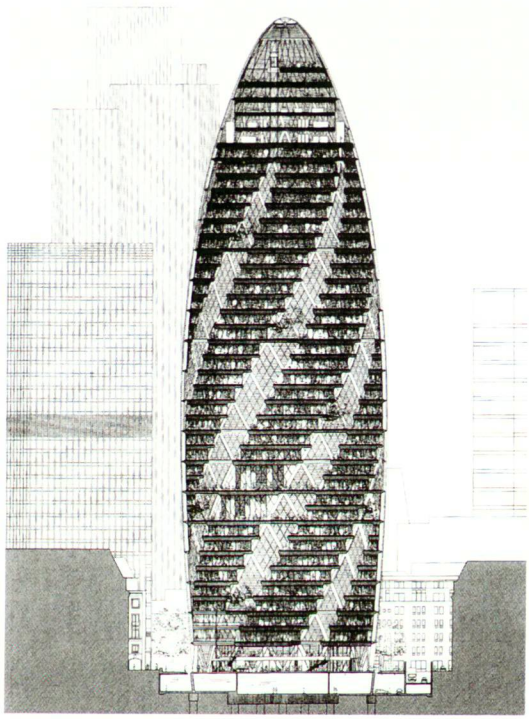
Corporate Identity

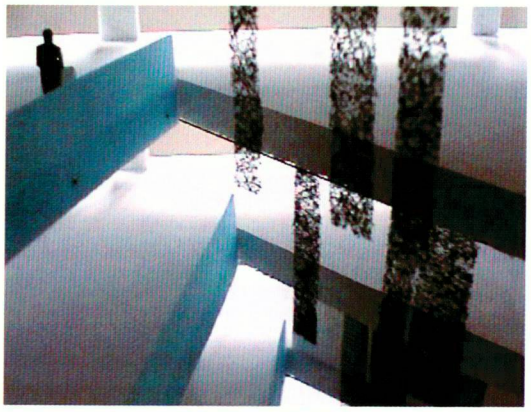
Interview avec Anne Keller, responsable du «Brand Management» de Swiss Re à Zurich, et Günther Vogt, architecte-paysagiste, Zurich, par André Schmid et Stéphanie Perrochet

AK: Unsere Definition der Markenpersönlichkeit umfasst drei Elemente: «Corporate Identity», was wir sagen, «Corporate Design», wie wir aussehen, und «Corporate Behavior», unser Benehmen. Zusammen bestimmen sie unsere Identität und repräsentieren die Werte der Firma nach innen und aussen. Wichtigster Anspruch ist dabei das Streben nach Exzellenz in allen Arbeitsbereichen. Für Bauten werden dementsprechend herausragende Standorte gewählt sowie hervorragende Architekten. Wir pflegen ein vielfältiges und ganzheitliches Verständnis von Architektur. Innen- und Aussenraumgestaltung werden als Ganzes begriffen, welches Tradition, Werte, den Ort, den Kontext und Materialien vereint. Es wäre jedoch eine Anmassung zu behaupten, die Bauten repräsentieren direkt die «Corporate Philosophy» der Swiss Re, da sie jeweils mit eigenen Leitideen, an speziellen Orten und von individuellen Architekten und Landschaftsarchitekten mit ihren auch persönlichen Interpretationen entworfen und gebaut werden. Darüber hinaus ist das Dialogzentrum in Rüschlikon, bedingt durch seine dezidierte Vision und Positionierung, ein eigenständiger Brand.

anthos: Die Gärten und Höfe verschiedener Bürogebäude der Swiss Re wurden von Kienast Vogt, heute Vogt Landschaftsarchitekten, angelegt. Gibt es eine Übereinstimmung zwischen deren Landschaftsarchitektur und dem Markenbild der Swiss Re? Was ist für den Landschaftsarchitekten in der Zusammenarbeit mit einer solchen Firma das Besondere?

GV: Der Arbeitsbereich «Rückversicherung» ist ein konservativ geprägtes Geschäft, es setzt Seriosität und sehr viel Geld voraus. Gleichzeitig sind Innovationen und vorausschauende Risikoberechnungen unumgänglich für die Einschätzung des Geschäfts mit kalkulierten Risiken. So gibt es ein Spannungsfeld zwischen Offenheit und Traditionalismus in der Firma. Offenheit findet sich in der Gestaltung zum Beispiel bei der Anwendung neuer Materialien, Techniken und Gestaltungsansichten. Der Park





«Swiss Re Headquarter», London. Die Zeichnung zeigt die das Gebäude durchziehenden Atrien. Architektur: Foster and Partners, London

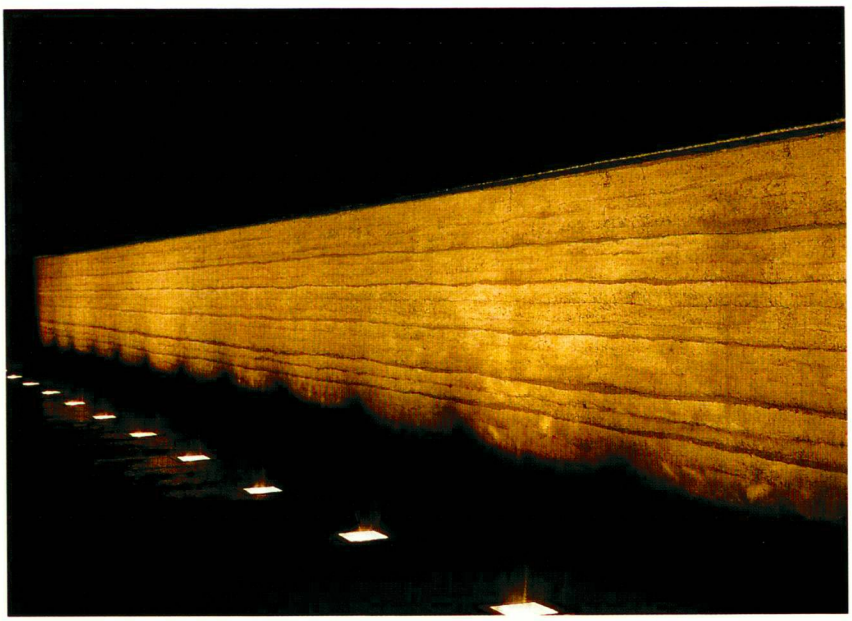
«Swiss Re Headquarter», Londres. Le dessin montre les atriums qui traversent le bâtiment. Architecture: Foster and Partners, Londres

Modellfoto der Tillandsien-Vorhänge in den Atrien, Gestaltung: Vogt Landschaftsarchitekten

Photo de la maquette des rideaux de tillandsia dans les atriums, conception: Vogt architectes-paysagistes

Photo: Vogt Landschaftsarchitekten, Zürich

havior» à notre comportement. Ces trois axes définissent ensemble notre identité et représentent les valeurs de l'entreprise, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur. L'exigence principale est donc de tendre vers l'excellence dans tous les domaines de travail. Pour les constructions, nous choisissons par conséquent des lieux particuliers, ainsi que des architectes exceptionnels. Nous cultivons une compréhension de l'architecture dans ses multiples facettes, tout en respectant sa globalité. L'aménagement des bâtiments et des jardins est abordé comme un tout, réunissant la tradition, les valeurs, le lieu, le contexte et les matériaux. Mais il



Swiss Re Clubhaus/*maison du club Swiss Re*, Zürich, Landschaftsarchitektur/*aménagements extérieurs:* Vogt Landschaftsarchitekten, Architektur Umbau/*architecture transformation:* Schnebli Ammann Menz Architekten, Zürich

Photos: Klaus Müller, Zürich

des Tagungszentrums in Rüschlikon (die ehemalige Villa Bodmer) strahlt durch seine historische Anlage mit dem «französischen» Garten im Zentrum, umgeben vom «englischen Landschaftsgarten» eine grosse Behäbigkeit und Geschichtlichkeit aus. Ursprünglich hatten die Architekten das Gebäude auf die Alpen ausgerichtet. Seit 1927 haben sich natürlich viele Dinge geändert, zum Beispiel sind die Bäume gewachsen. Die Umgestaltung fand mit viel Respekt vor dem Vorhandenen statt, sie wurde umfassend diskutiert, nicht nur auf Expertenebene. Interessant ist dabei die Qualität der Auseinandersetzung zur Lösungsfindung. Spannend wird das, wenn man an mehreren Projekten über eine gewisse Zeit hinweg teilnimmt. Beim Bauen wird auch auf die Umsetzung ökologischer Anliegen geachtet, zum Beispiel Re-

serait prétentieux de dire que les constructions représentent directement le fruit de la «Corporate Philosophy» de Swiss Re, car elles sont réalisées aussi avec leurs propres principes directeurs, dans des lieux particuliers, et conçues par des architectes et architectes-paysagistes qui y apportent leurs interprétations personnelles. Le centre de dialogue de Rüschlikon constitue par ailleurs un «Brand» indépendant, en raison de l'aspect tranché de sa vision et de sa fonction.

anthos: Les jardins et cours de différents bâtiments administratifs de Swiss Re ont été conçus par Kienast Vogt, aujourd'hui Vogt architectes-paysagistes. Existe-t-il une concordance entre leur vision de l'architecture du paysage et l'image de marque de Swiss Re? Quelles sont, pour l'architecte-paysagiste, les particularités de la collaboration avec une telle entreprise?

GV: Le domaine de la réassurance est conservateur, il nécessite du sérieux et beaucoup d'argent. Simultanément, des innovations et de prévoyants calculs de risques sont indispensables pour l'évaluation du genre d'affaires que Swiss Re traite. L'entreprise est ainsi soumise aux effets contraires de l'ouverture et du traditionalisme. Dans les aménagements, l'ouverture se manifeste par exemple dans l'utilisation de nouveaux matériaux, techniques et idées de conception. Le parc du centre de conférences de Rüschlikon (l'ancienne villa Bodmer) irradie une certaine lourdeur et beaucoup de traditionalisme. Cet effet est dû à sa disposition historique, avec le jardin «à la française» au centre, entouré d'un jardin paysager «à l'anglaise». A l'origine, les architectes avaient orienté le bâtiment sur les Alpes. Beaucoup de choses ont évidemment changé depuis 1927, les arbres, par exemple, ont grandi. Le réaménagement a été réalisé avec beaucoup de respect pour les éléments existants, il a été discuté de manière exhaustive, et pas seulement au niveau des experts. Le grand intérêt de cette démarche réside dans la qualité des réflexions et des discussions menées pour trouver des solutions, en particulier quand on participe à plusieurs projets, et de surcroît sur le long terme. Pour ce qui est des constructions, on tient également compte des aspects écologiques, comme l'utilisation de l'eau de pluie ou l'usage de revêtements de sol perméables. Malgré le fait que l'on ne travaille pas toujours avec les mêmes départements, ces thèmes sont intégrés dans l'entreprise comme dans un organisme: rapidement, on retrouve un ancien point de discussion qui tient lieu d'évidence… on ne doit plus lutter. On travaille selon

genwassernutzung oder -versickerung. Man arbeitet zwar nicht immer mit den gleichen Abteilungen, aber diese Themen werden in der Firma wie in einen Organismus aufgnommen: Bald findet man einen ehemaligen Diskussi-

onspunkt als Selbstverständlichkeit wieder… man muss nicht mehr kämpfen. Man arbeitet nach den Leitlinien der «Corporate Philosophy», aber da sich immer neue Probleme stellen, bleibt dies ein Prozess, der durch viel Diskussion in Gang gehalten wird.

anthos: Findet das Thema «kalkuliertes Risiko» auch in den Gärten statt? Gibt es Sachen, die mal richtig «daneben» gingen, oder muss einfach alles funktionieren? Man könnte ja auch eine Art Experimentierfeld schaffen und mit Hilfe der Solidität der Swiss Re dem Gestalter ein Terrain anbieten, um Neues auszuprobieren.

GV: Wenn es etwas Neues ist, wird es unheimlich seriös abgeklärt. Das gilt dann auch für die Landschaftsarchitekten, die vielleicht manchmal etwas risikobereiter wären.
AK: Das heutige Risikogeschäft hängt nicht zuletzt von der Nachhaltigkeit ab, mit der Menschen wirtschaften. Wir denken gründlich über unser Handeln nach, auch weil wir unseren Partnern gegenüber zuverlässig sein wollen. Da das Verständnis von Risiken und die breite Anwendung von Lösungen vom gesellschaftlichen Dialog abhängen, nimmt Swiss Re relevante Themen in der Öffentlichkeit auf. Nachhaltigkeit gehört dazu, und zwar im Rahmen von Geschäftsthemen, in unserem Umgang mit der Umwelt, in unserer gesellschaftlichen Verantwortung, unseren Unterstützungs- und Förderprogrammen. Risiken werden so weit möglich auf kalkulierbare Art und Weise eingegangen, und doch gibt es auch bewusst experimentelle Risiken wie bei der Umgebungsgestaltung unseres neuen Gebäudes in Mün-

les principes de la «Corporate Philosophy», mais comme de nouveaux défis surviennent en permanence, tout cela garde la forme d'un processus, alimenté par de nombreuses discussions.

anthos: Est-ce que le thème du risque calculé est aussi d'actualité dans les jardins? Est-ce arrivé que des choses soient vraiment «ratées», ou est-ce que tout doit toujours fonctionner? On pourrait par exemple s'imaginer de créer des lieux d'expérimentation, et d'offrir au concepteur, grâce à la solidité de Swiss Re, un terrain pour essayer des nouveautés.

GV: Quand il s'agit de quelque chose de nouveau, on procède à une clarification rigoureuse. Ceci est aussi valable pour les architectes-paysagistes, qui seraient peut-être parfois prêts à prendre plus de risques.
AK: Les «affaires à risques» dépendent aujourd'hui entre autres de la «durabilité» avec laquelle l'homme gère l'économie et la société en général. Nous réfléchissons aussi scrupuleusement à nos actions car nous voulons être fiable pour nos partenaires. La compréhension des risques et la vaste application des solutions dépendent du dialogue à l'intérieur de l'entreprise. C'est pourquoi Swiss Re reprend des thèmes importants au sein d'une réflexion publique. Le thème de la constance en fait partie, tant dans le cadre des affaires, que dans celui de notre comportement envers l'environnement, de notre responsabilité civile, ainsi que dans

«Swiss Insurance Training Center» SITC, Zürich, Landschaftsarchitektur/ ***aménagements extérieurs:*** **Vogt Landschaftsarchitekten, Architektur Umbau/** ***architecture transformation:*** **Silvio Schmed, Zürich**

«Centre for Global Dialogue», Swiss Re, Rüschlikon, Architektur/ ***architecture:*** **Meili Peter Architekten, Zürich**

Photos: Klaus Müller, Zürich

Aussenanlage Swiss Re Germany AG, «Heckengänge» aus Rankpflanzen (oben) und Südgarten, Landschaftsarchitekten Martha Schwartz und Peter Kluska

Aménagements extérieurs Swiss Re Germany AG, couloirs formés par des plantes grimpantes (en haut) et jardin sud, architectes-paysagistes Martha Schwartz et Peter Kluska

Photos: Myrzik/Jarisch

chen. Die Idee, deren einheitliche Gestaltung und Umsetzung sind prägend. In Rüschlikon stellten sich neben der Frage nach dem Vorgefundenen die Fragen, wie man erneuert, was hinzukommt, wie setzt man Akzente, um Traditionelles zu unterstreichen oder Blicke freizuhalten. Die in München-Unterföhring auf der grünen Wiese erstellten Arbeitsplätze sollen den höchsten Ansprüchen genügen. Die Synthese zwischen Architektur, Natur und Kunst soll für die Menschen zu einer wirklichen Inspirationsquelle werden. Eine direkte Umsetzung unseres Geschäftes mit Risiken als Leitgedanke für die Architektur wäre zu eng gefasst. Es geht uns bei der Architektur weniger um das «Was», das wir tun, sondern um das «Wie», mit welchem Verständnis und mit welchen Werten erfüllen wir das Geschäft. Darin liegt auch die Differenz zu unseren Konkurrenten, und darauf bauen wir unseren Brand.

GV: Wenn Landschaftsarchitektur, Kunst und Architektur an einem Projekt beteiligt sind, dann braucht man Leitlinien (hier die «Corporate Philosophy») und Menschen, um ein Ganzes zu schaffen. Die Menschen bei der Swiss Re spinnen Fäden zwischen den beteiligten Gestaltern und knüpfen diese am richtigen Ort wieder zusammen. Die Diskussion und Vermittlung von Ideen wird hier sehr ernst genommen.

le domaine de nos programmes de subventions et de promotion. Une prise de risque est possible si elle est faite de manière calculée, mais il existe aussi des «risques expérimentaux», pris consciemment, comme c'est le cas dans les aménagements extérieurs de nos nouveaux bâtiments à Munich. L'idée, avec sa conception et sa réalisation prises comme un ensemble, sont essentielles. A Rüschlikon par exemple, mis à part le relevé des éléments existants, des questions se posaient autour de la rénovation du site, des éléments à rajouter, de la mise en valeur des choses traditionnelles ou de la conservation des vues sur les environs. A Munich-Unterföhring, les places de travail que nous avons construites sur un terrain vierge doivent répondre aux exigences les plus élevées. La synthèse entre architecture, nature, et art, doit devenir pour l'être humain une véritable source d'inspiration. Une transposition directe de l'aspect du risque de nos affaires comme leitmotiv pour les projets d'architecture serait trop réductrice. Dans l'architecture, la question du «comment» est plus importante que celle du «quoi»: il s'agit d'abord de définir la compréhension et les valeurs qui nous guident. C'est ce qui fait la différence d'avec nos concurrents, et c'est sur cette base que nous construisons notre «Brand».

GV: Quand architecture du paysage, art, et architecture, participent à un projet, on a besoin de principes directeurs (en l'occurrence la «Corporate Philosophy») et de personnes, afin de créer un tout. Les collaborateurs concernés chez Swiss Re créent les liens entre les différents concepteurs et l'entreprise elle-même. Le débat et la transmission d'idées sont pris très au sérieux.

Bibliographie
Dieter Kienast:
Kienast Vogt Aussenräume.
Birkhäuser Verlag,
Basel 2000 (zweisprachig
Deutsch/Englisch)