

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

Herausgeber: Bund Schweizer Landschaftsarchitekten und Landschaftsarchitektinnen

Band: 53 (2014)

Heft: 4: Mehrwert Landschaft = Plus-value paysagère

Artikel: Novartis Campus : Erfolg durch mehr Grün? = Campus Novartis : la réussite passe-t-elle par plus de vert?

Autor: Ruge, Lars

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-595307>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Novartis Campus: Erfolg durch mehr Grün?

Es widerspricht der unternehmerischen Logik geradezu, Investitionen zu tätigen, ohne ihren monetären Nutzen in Zahlen messen zu können. Warum sind dennoch immer mehr Unternehmen bereit, hohe Summen für die Gestaltung ihrer Freiräume auszugeben? In Basel geht es Novartis neben der Förderung der informellen Kommunikationskultur um die Standortgunst im internationalen Wettbewerb um Spezialisten.

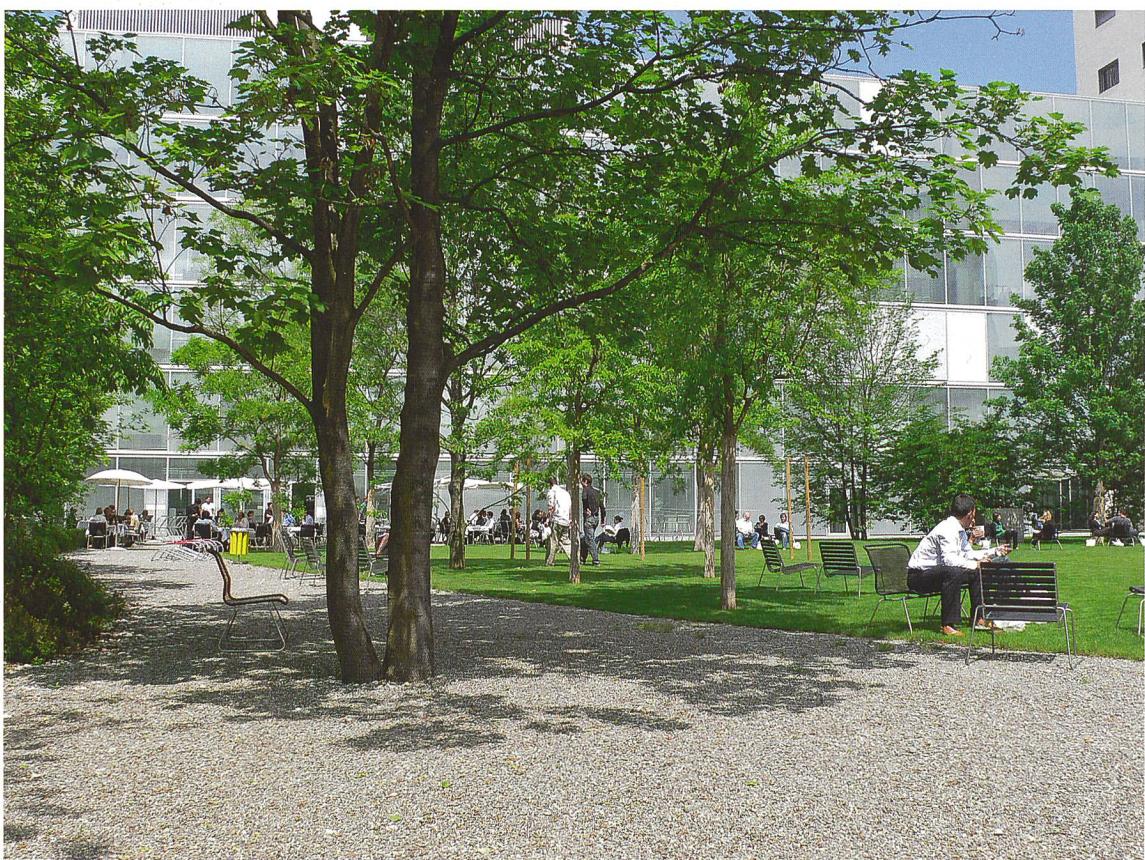
Campus Novartis: la réussite passe-t-elle par plus de vert?

Engager des investissements sans pouvoir en calculer le rendement s'oppose bien à la logique entrepreneuriale. Alors pourquoi les entreprises sont-elles de plus en plus nombreuses à dépenser autant dans l'aménagement de leurs espaces extérieurs? A Bâle, il s'agit pour Novartis de promouvoir la culture de communication informelle, mais aussi de renforcer l'attractivité du site dans la concurrence internationale pour attirer les spécialistes.

Lars Ruge

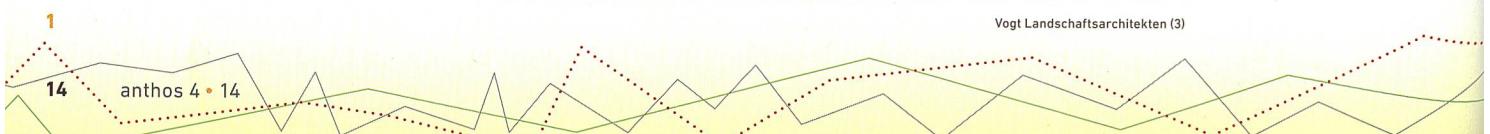
«Die langfristige Forschung gebiert ihre neuen Ideen meist nicht in Sitzungszimmern und auf Positions-papieren, sondern in Kantinen und auf bekritzten Papierservietten», schrieb der Biochemiker G. Schatz über die neue Arbeitswelt des Novartis Campus in Basel. Dies umschreibt mit wenigen Worten, welches Ziel der vor über 10 Jahren begonnene Prozess zur Transformation des historischen Produktionsstand-

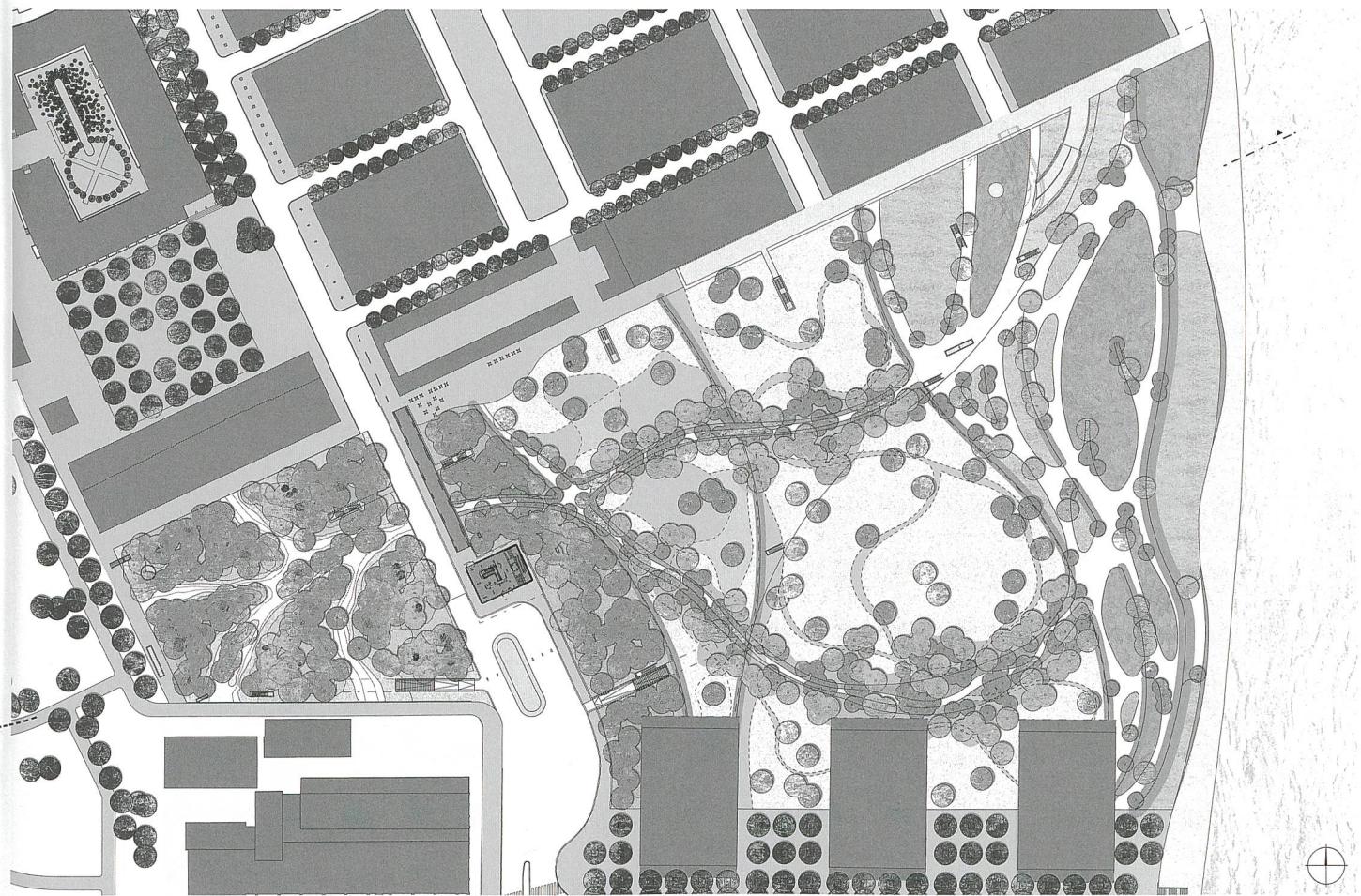
«La recherche à long terme trouve ses nouvelles idées la plupart du temps non pas dans les salles de réunion et sur des documents de prise de position, mais dans des cantines et griffonnées sur des serviettes en papier», a écrit le biochimiste G. Schatz à propos du nouvel environnement de travail du campus Novartis à Bâle. Ces quelques mots résument bien l'objectif du processus – initié il y a plus de dix ans – de transfor-



Novartis Campus Park
1 Terrassen / les terrasses.

2 Gesamtprojekt. Die grosszügigen Anlagen sind nur für Mitarbeiter zugänglich.
Projet global. L'aménagement généreux n'est accessible que pour les collaborateurs.





2

orts und der Änderung der Arbeitsweise hat: die Förderung der Kommunikationskultur. Dem Freiraum kommt dabei eine zentrale Rolle zu. Denn nicht nur in den Kantine und im Fahrstuhl bietet sich Raum für informelle Begegnungen, sondern auch beim zufälligen Treffen auf der Strasse, beim Spaziergang im Park oder dem Arbeiten im grünen Hof. Novartis ist damit ein Beispiel in einer Reihe von Grossunternehmen, welche das Potenzial der Kommunikation ausserhalb der Büros und die Entstehung von Beziehungsnetzen parallel zu planbaren Arbeitsprozessen erkannt hat.

Die Frage nach einem unternehmerischen Mehrwert durch Landschaft beziehungsweise Grün ist ambivalent. Neben dem ökonomischen Wert von Landschaft spürt sie zugleich der zunehmenden Vereinnahmung von kultivierter und natürlicher Landschaft als harter Standortfaktor für den wirtschaftlichen Erfolg einer Firma oder einer Region nach. Dabei schwingt im Unterton die Frage mit, ob eine kulturelle Schöpfung wie ein Park oder ein Garten überhaupt als Instrument zur Steigerung eines wirtschaftlichen Erfolgs eingesetzt werden kann oder darf, oder ob dieses Erfolgsdenken sogar in direktem Widerspruch zu ihrer kontemplativen Grundidee steht.

Historische Bezüge

Seit 3000 vor Christus in Mesopotamien die ersten Gärten angelegt und später zwischen Zier- und Nutz-

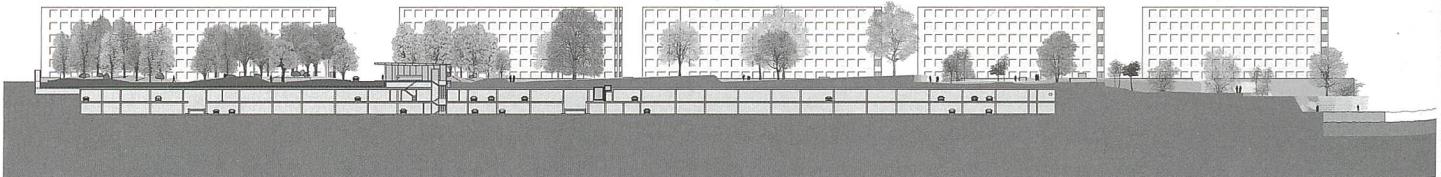
mation de l'historique site de production et de modification du mode de travail: la promotion de la culture de communication. Les espaces extérieurs jouent à cet égard un rôle central. Ce ne sont en effet pas seulement les cantines et les ascenseurs qui sont des lieux de contacts informels, mais aussi les rencontres dans la rue, au cours d'une promenade dans le parc ou bien le travail dans la cour végétale. Novartis est ainsi l'une des grandes entreprises à avoir reconnu le potentiel de communication à l'extérieur du bureau et l'émergence de réseaux de contacts parallèlement aux processus de travail planifiables.

La question de la valeur ajoutée qu'apporte le paysage ou le «vert» à l'entreprise est ambivalente. Parallèlement à la valeur économique du paysage, elle décèle la récupération croissante du paysage cultivé et naturel comme facteur d'implantation dur pour la réussite économique d'une entreprise ou d'une région. La question qui transparaît est de savoir si une création culturelle comme un parc ou un jardin peut, ou doit, vraiment être considérée comme un instrument de réussite économique, voire si cette idée de réussite est en contradiction flagrante avec son idée fondamentale contemplative.

Références historiques

Depuis la création en Mésopotamie des premiers jardins il y a 3000 ans av. J.-C. et ultérieurement avec la distinction entre les jardins décoratifs et les potagers,





3

garten unterschieden wurde, ist der Typus des Ziergartens (Park) dem direkten Ziel eines wirtschaftlichen Ertrags und somit eines zählbaren Erfolges entbunden. Die Anlagen der Renaissance, des Barocks und der Klassik waren denn auch in erster Linie Darstellungen kultureller und gesellschaftlicher Haltungen der jeweiligen Zeit. Erst mit den Ideen des sozialen Grüns und der Volksparkbewegung des beginnenden 20. Jahrhunderts fand ein neuer, offenkundig ökonomischer Aspekt Einzug in die Gestaltung und Nutzung von Gärten und Parks: die Gesundheit breiter Bevölkerungsschichten, und zwar als Errungenschaft einer erstarkten Arbeiterklasse. Aber auch aus der ökonomischen Erkenntnis heraus, dass die Gesundheit der Bevölkerung Auswirkungen auf ihre Produktivität hat.

Gestiegene Ansprüche

Die Parkanlagen unserer Zeit haben ihre klassen-kämpferische Herkunft abgelegt und sind hinsichtlich der an sie gestellten Anforderungen vielfältiger geworden. Das grundsätzliche Ziel einer wohnungsnahen Erholung zur Sicherung des Allgemeinwohls ist den Gärten und Parks aber geblieben. Es ist daher konsequent und nachvollziehbar, wenn auch private Unternehmen ihre Areale, vergleichbar zur umgebenden Stadt, entwickeln und einen Schwerpunkt auf die Versorgung mit Grün legen. Inwieweit durch diese Strategie tatsächlich wirtschaftlich zählbare Erfolge initiiert werden, ist nur eingeschränkt messbar. Mindestens aber wurde bei Novartis für die heute etwa 7500 Mitarbeitenden in Basel St. Johann ein durch seine Gestaltung und räumliche Struktur kreatives und atmosphärisch vielfältiges Arbeitsumfeld geschaffen, welches den Standort im Wettbewerb um die begehrten Spezialisten als attraktiven Arbeitsplatz erscheinen lässt und durch motivierte Mitarbeiter mittel- und langfristig einen Mehrwert erzeugen wird. Vor diesem Hintergrund wäre es nur konsequent, die im Titel gestellte Frage auch zu beantworten: «Novartis Campus: Erfolg durch wiedergewonnene Freiräume».

le type du jardin d'agrément (parc) se voit libéré de l'objectif de rendement économique direct et donc de succès mesurable. Les créations de la Renaissance, du baroque et du classique étaient en effet avant tout des représentations d'attitudes culturelles et sociales de leur époque. Ce n'est qu'avec les idées des jardins sociaux et du mouvement des parcs publics du début du 20^{ème} siècle qu'un nouvel aspect, manifestement économique, s'est immiscé dans la conception et l'utilisation des jardins et des parcs: la santé de larges couches de la population, conquête d'une classe de travailleurs affirmée. Cet aspect découle aussi du constat économique selon lequel la santé de la population a une influence sur sa productivité.

Exigences accrues

Les parcs contemporains ont rompu avec leurs racines de lutte des classes et se sont diversifiés en raison des nouvelles exigences qui s'imposent à eux. Mais les jardins et les parcs ont conservé leur principal objectif, à savoir la détente à proximité du logement, garante du bien-être de la population. Il est par conséquent logique et compréhensible que même des entreprises privées développent leurs sites – à l'instar de la ville environnante – et font de la mise à disposition d'espaces verts un point fort. Il est difficile d'évaluer dans quelle mesure cette stratégie débouchera sur de véritables succès économiques quantifiables. Grâce à sa conception et à sa structure spatiale, un environnement de travail créatif avec différentes ambiances aura été créé pour les quelque 7500 collaborateurs du site Novartis de Bâle-Saint-Jean; un lieu de travail en mesure d'attirer des spécialistes, malgré la forte concurrence d'autres sites, et d'apporter ainsi – grâce à des collaborateurs motivés – une valeur ajoutée à moyen et long terme. Dans ce contexte, il serait donc logique de répondre ainsi à la question posée en titre: «Campus Novartis: la réussite grâce à des espaces verts retrouvés».

3 Schnitt Ost-West: Park mit 2-geschossiger Parkgarage.

Coupe est-ouest: parc sur la dalle du parking souterrain à deux étages.

Projektdaten

Fläche: Etappe 1: rd. 22 000 m², Etappe 2: rd. 20 000 m²

Realisierung: Teil 1: Planung 2006–2007, Realisierung 2007–2008; Teil 2: Planung 2011–2013, Realisierung 2014–2016

