

Zeitschrift: Cementbulletin
Herausgeber: Technische Forschung und Beratung für Zement und Beton (TFB AG)
Band: 58-59 (1990-1991)
Heft: 15

Artikel: Firmenzeichen in Beton
Autor: Meyer, Bruno
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-153754>

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: 01.01.2026

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

Firmenzeichen in Beton

Firmenzeichen zwischen Architektur und Design. Möglichkeiten und Beispiele

Firmenzeichen, die aus Beton hergestellt werden, betreffen Design und Architektur. Typisch ist, dass man sie in den Bau hineinkonstruiert und nicht einfach anheftet oder aufmalt. Wenn mit Bauen begonnen wird, muss ihr Konzept bereits vorliegen. Nachträgliche Korrekturen sind nicht materialgerecht. Soweit sich erkennen lässt, werden etwa folgende Arten benutzt:

Konstruktionselement: Das Zeichen ist ein Teil der Konstruktion. Wollte man es entfernen, müsste man in die Konstruktion eingreifen und sie allenfalls verändern (Abb. 1).

Relief: Das Zeichen ist plastisch in eine Fläche (z.B. in eine Wand) eingearbeitet, sei es in die Tiefe oder vorstehend. Wand und Zeichen werden dabei in einem Arbeitsgang hergestellt (Abb. 2, 3).

Plastik: Das Zeichen wird als eigenständiges Werk geschaffen. Es kann dann freistehend plaziert oder in eine Wand eingesetzt werden (Abb. 4–6).

Intarsie: Ähnlich wie bei Holzmöbeln legt man das Zeichen aus einzelnen Stücken bestehend in eine Fläche ein. Diese Art eignet sich besonders für Plätze aus Pflastersteinen (Abb. 6, 7).

Bei allen Arten ist Beton nicht besonders gestaltbildend, d.h., man könnte die Zeichen auch in anderen Materialien ausführen, wie selbst die betonverarbeitenden Firmen zeigen. Werden die Firmenzeichen trotzdem in Beton hergestellt, so zeugt dies von einem



Abb. 1 Das Firmenzeichen ist nicht in Beton ausgeführt. Hingegen wurde ein bekanntes Firmenprodukt stilisiert und als Konstruktionselement verwendet. Lego, Baar

Gestalter, der das Material nicht einfach phantasielos einsetzt. Er nutzt die Möglichkeiten, die Beton – wenn er schon als Baustoff verwendet wird – zusätzlich noch bietet. Er achtet auf Einheitlichkeit, ohne eintönig zu werden, weckt Aufmerksamkeit ohne aufdringlich zu sein und zeigt Bestimmtheit ohne stur gelten zu müssen. Was er allerdings braucht, ist ein minimales Profil des Bauherrn.

Firmenzeichen sind Ausdruck von Präsenz, Herkunft oder Eigentum. Sie schaffen Identität und geben Orientierung. Früher konnten sie isoliert entworfen werden. Sie waren auf den graphischen Bereich beschränkt und erschienen oft nur auf Briefkopf und Firmenschild. Heute werden sie als Teil des gesamten Erscheinungsbildes betrachtet, das in grossen Unternehmen seinerseits unter dem Stichwort der «Corporate Identity» systematisch bearbeitet wird. Dem Designer fällt dort die heikle Aufgabe zu, auf Basis des verbal formulierten Leitbildes das Besondere des Unternehmens begreifbar zu machen. Er kann dabei von der Eigenart der Produktionsmittel und der Produkte ausgehen und sich wieder auf sie abstützen. Je weniger Aussagekraft sie aber von sich aus mitbringen, desto wichtiger wird das Firmenzeichen, weil es zum einzigen Symbolträger wird.

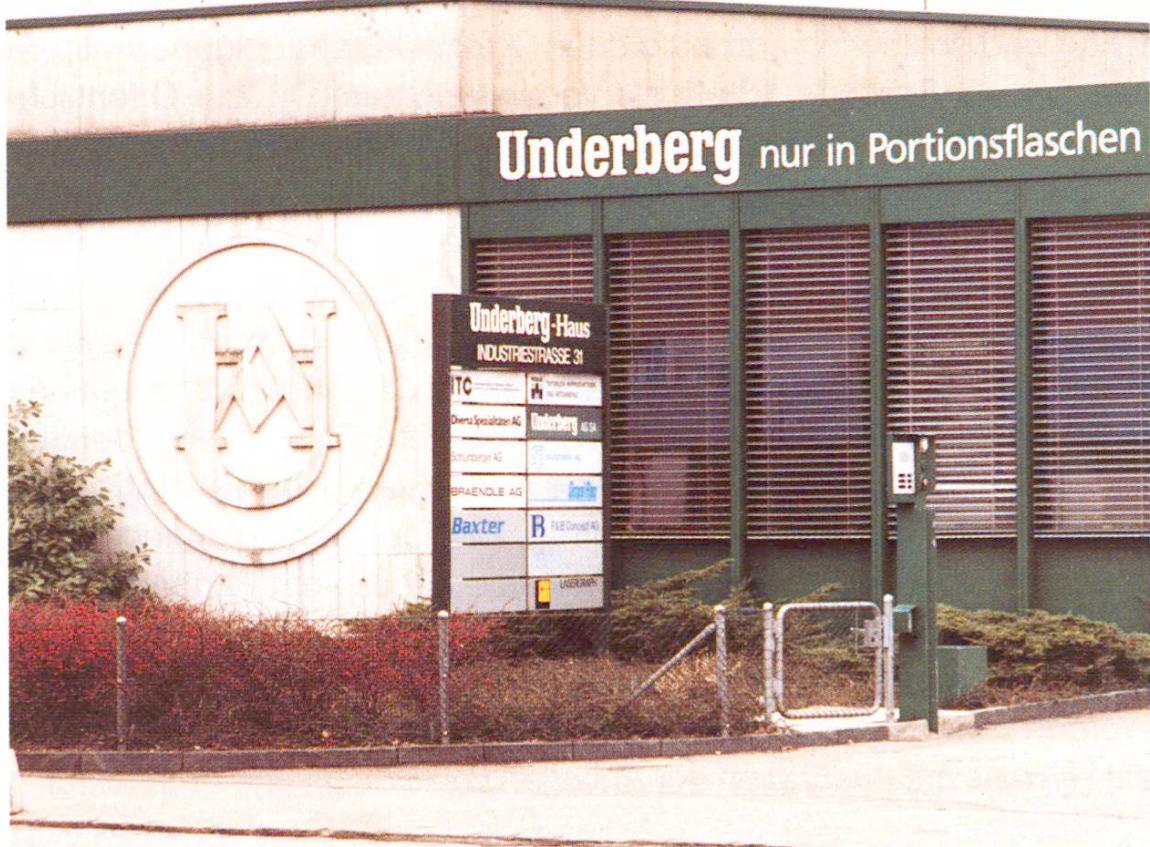


Abb. 2 Firmenzeichen als Wandrelief. Underberg, Dietlikon

Abb. 3 Zeichen als Hinweis auf den Eigentümer. SIA, Zürich





Abb. 4 Freistehendes Firmenzeichen. MBT, Schlieren

Abb. 5 Skulptur mit Firmenzeichen als Motiv. Migros, Grenchen





Abb. 6 Hauszeichen des ursprünglichen Eigentümers, in die Wand eingesetzt. Das Mühlerad wird auf dem Vorplatz wiederholt und als Intarsie ausgebildet. Heute: Feldschlösschen, Grenchen

Abb. 7 Die Möglichkeit der Intarsie wird noch wenig verwendet. Sie besteht besonders bei grossen Pflästerungen. Medaillon in einer Schulanlage mit dem Sinnspruch: «Denke an deine Zukunft, denn du wirst darin leben.» BBZ, Grenchen



6 Das Erscheinungsbild eines Unternehmens ist auch Teil der Architektur und sollte sich dort einordnen. Architektur hat eigene Ansprüche. Mit der Fassade schafft sie Verbindung zum Ort, zur Öffentlichkeit, und diesem Aussenraum fühlt sie sich gleichermaßen verpflichtet wie dem Innenraum von Gebäuden. Gebunden an die Gesetze der Baumaterialien strebt sie nach Sicherheit und Dauerhaftigkeit. Sie entscheidet im Bewusstsein, dass ihre Werke überdauern und dass eine Korrektur am Gebauten mit relativ grossem Aufwand verbunden ist. Architektur kann aber auch die inneren Werte eines Unternehmens aufgreifen und dank ihres Potentials dessen Identität verstärken. Wo ein Firmengebäude das einzig Repräsentative ist, leistet sie den entscheidenden Beitrag. Die Idee liegt allerdings nicht in der Sache, sondern braucht Anstoss – sei es vom Bauherrn, vom Designer oder vom Architekten selbst –, und zwar zum Zeitpunkt der Gebäudeplanung, nicht erst beim Entscheid über die Firmentafel. Werden Firmenzeichen in Beton ausgeführt, so ist dies zumindest ein Hinweis auf Integration der Anliegen von Design und Architektur.

Bei der Ausführung sind die technischen Materialeigenschaften zu beachten. Man wird auswählen müssen, weil Beton verschiedenste Möglichkeiten bietet. Meist handelt es sich um Stahlbetonkonstruktionen. Dabei muss die Bewehrung genügend mit Beton überdeckt sein (Achtung beim Relief!). Beton, der dem Spritzwasser der Strasse ausgesetzt ist, soll frost-tausalzbeständig sein. Im Zweifelsfall ist auch ein statischer Nachweis erforderlich, der von einem Ingenieur geführt werden soll. Im übrigen sind die Formen beliebig wählbar. Als Oberflächenbehandlung sind gebräuchlich: schalungsglatt, strukturiert, sandgestrahlt, gestockt, geschliffen. Die Farbe wird vom Zuschlag und vom Zementstein bestimmt. Man kann sie grau belassen oder durch Anstrich bzw. Einfärbung gezielt verändern.

Bruno Meyer

Bilder: Die Abbildungen sind im Sinne eines Werkstattberichts ausgewählt. Sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Wie bereits ältere Häuser zeigen, bietet das Thema ein offenes Feld.