

Objektyp: **Miscellaneous**

Zeitschrift: **Tec21**

Band (Jahr): **132 (2006)**

Heft Dossier (Zeitung) **Genössische Architektur für Raiffeisen = Architecture
contemporaine pour Raiffeisen**

PDF erstellt am: **15.05.2024**

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.

Markenzeichen

Die Corporate Identity von Raiffeisen ist nicht die Einheitlichkeit und der breite Wiedererkennungswert der Marke Raiffeisen, sondern die auffallend qualitätvolle Architektur. Diese wird nicht zentral verordnet, sondern jede lokale Bank entscheidet selbst, wie sie vorgehen möchte. Dabei hilft die Bauherrenberatung von Raiffeisen Schweiz, die Ausschreibung und Durchführung des Vorhabens zu koordinieren, oder sie steht beratend zur Seite. Die Idee, auf gute Architektur zu setzen, hat sich erst nach und nach entwickelt. Vorangegangen waren einige vorbildhafte Bauten wie die Raiffeisenbank von Luigi Snozzi in Monte Carasso (1980–1984) oder der Neubau in Winterthur von Verena Huber (1999). Diese fielen mit den Bestrebungen zusammen, vermehrt auch Geschäftsstellen in den Städten zu errichten. Dadurch waren Neu- oder Umbauten und Umnutzungen von bestehenden Gebäuden gefragt. Die ersten Projekte vor ca. 20 Jahren gingen noch aus Direktaufträgen hervor, während heute fast ausnahmslos Studienaufträge unter 6–10 Architekturbüros durchgeführt werden.

Im vorliegenden Heft wird deutlich, wie die Bank vor über 100 Jahren begonnen hat und in welchen Räumen sie sich befand. Der Sprung zu heute könnte nicht grösser sein: dennoch finden sich einige Merkmale wieder. So ist des Öfteren die Rede von der Stubenbank. Gemeint ist die Intimität des Bankgeschäftes in angenehmer Umgebung, wie früher in der Wohnstube des Bankdirektors. Gleichzeitig werden aber auch die Unterschiede deutlich: Die heutigen Schalterhallen sind meist fliesende, flexible und transparente Räume mit einer offenen Kommunikationsstruktur.

Gute, bisher noch nicht publizierte Beispiele, von der umgebauten Metzgerei bis zu einem Umbau mit angeschlossener Zahnarztpraxis oder einer kompletten Zentrumsüberbauung mit Restaurants, Büro- und Wohnungsflächen, zeigen die Bandbreite der Bauprojekte auf. In Planung und im Bau sind momentan über 100 ganz verschiedene Objekte mit einem Bauvolumen von 100 Mio. Franken in der ganzen Schweiz. Bereits mehrfach ausgezeichnete Bauten, wie z.B. der Umbau eines 350 Jahre alten Chalets in Brienz in eine Raiffeisenbank von Aebi & Vincent Architekten, stellen durch die Konfrontation des Neuen mit dem Alten nicht selten eine Herausforderung auch an die Bürger dar, wie z.B. auch der rote Teppich von Pipilotti Rist am Hauptsitz in St. Gallen. Diese Auseinandersetzung, Diskussion und das Hadern mit der besten Lösung sind jedoch Teil der gebauten Realität und ihrer geschichtlichen Veränderung. Führt man sich die lexikalische Definition des Begriffs Corporate Identity nochmals vor Augen, wird schon anhand der Architektur deutlich, dass die Identität der Genossenschaft sowohl vom Ort als auch einer Vielzahl von Handelnden – den Bewohnern und den Kunden – getragen wird.

Lilian Pfaff, Chefredaktorin tec21
pfaff@tec21.ch

Image de marque

La Corporate Identity de Raiffeisen ne se caractérise pas en premier lieu par l'uniformité et une forte reconnaissance de la marque, mais plutôt par une expression architecturale de haute qualité. Celle-ci n'est pas imposée de manière centralisée, chaque établissement affilié ayant toute latitude de procéder comme il l'entend. Dans cette optique, Raiffeisen Suisse propose toutefois son soutien au maître d'ouvrage. L'idée de favoriser une architecture de qualité s'est ainsi imposée peu à peu. Diverses constructions à caractère exemplaire, telles que le bâtiment de la Banque Raiffeisen de Luigi Snozzi à Monte Carasso (1980–1984) ou celui de Winterthur, édifié par Verena Huber (1999), ont joué le rôle de précurseurs. Elles s'inscrivent dans le sillage des efforts entrepris pour ouvrir davantage d'agences dans les villes. Avant cela, outre les nouvelles constructions proprement dites, des rénovations, aménagements et transformations d'immeubles existants étaient surtout à l'ordre du jour. Les premiers projets, il y a une vingtaine d'années, avaient encore pour la plupart été confiés directement à un architecte. Aujourd'hui les Banques conçoivent presque exclusivement des mandats d'étude, entre 6 et 10 bureaux d'architectes y participant chaque fois. Le présent magazine montre les débuts de la Banque, il y a plus de 100 ans, et les locaux de l'époque des pionniers. Le contraste est de taille, mais certaines caractéristiques se retrouvent néanmoins. L'on évoque ainsi souvent la banque à domicile. Un environnement agréable comme la salle de séjour du gérant de la Banque permettait de créer une atmosphère intime. Les différences aussi ressortent nettement: à notre époque, le hall des guichets est généralement un espace flexible, structuré de façon à favoriser une communication ouverte et transparente. Les exemples positifs ne manquent pas et vont de la boucherie transformée au complexe entièrement aménagé, situé au centre d'une agglomération. Plus de 100 objets sont actuellement planifiés ou en voie d'exécution dans toute la Suisse, totalisant un volume de coûts de plus de 100 millions. Des réalisations plusieurs fois primées, à l'instar du chalet de Brienz, vieux de 350 ans et transformé en Banque Raiffeisen sous l'égide de Aebi & Vincent Architectes, lancent souvent un réel défi à la population par la confrontation de l'ancien et du moderne, comme le fameux tapis rouge de Pipilotti Rist installé au siège principal de St-Gall. Cette réflexion, toute la discussion et les tâtonnements pour trouver la solution optimale sont autant d'éléments d'une réalité construite au fur et à mesure dans ses mutations historiques. Dans sa définition lexicale, le concept de Corporate Identity l'exprime d'ailleurs bien: l'architecture indique déjà que l'identité des sociétaires se fonde tant sur la localité en soi que par une multitude d'acteurs – les habitants et les clients.

Lilian Pfaff, rédactrice en chef tec21
pfaff@tec21.ch