

**Zeitschrift:** Tec21  
**Herausgeber:** Schweizerischer Ingenieur- und Architektenverein  
**Band:** 132 (2006)  
**Heft:** Dossier (47/06): Zeitgenössische Architektur für Raiffeisen =  
Architecture contemporaine pour Raiffeisen

## **Sonstiges**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 01.04.2025

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

## 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.

## 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.