



A

David gegen Goliath

Zwei Welten prallen aufeinander: Ein künstlerisches Projekt von Joelle Flumet wurde zum Streitfall, weil ein einziges Wort eines Firmenslogans verändert wurde.

Auf den ersten Blick wirkte die Installation an einem Gebäude hinter dem Zürcher Prime Tower völlig unscheinbar. «Quality in Everything We Did» stand dort im September 2012 in grossen schwarzen Buchstaben aus Blech. Das Werk der Genfer Künstlerin Joelle Flumet war ein Projekt des Off Spaces K3, das von der Ausstellung

Art and the City, einer Kunstaktion, zur Teilnahme eingeladen wurde. Die Stadt Zürich beteiligte sich mit einem Budget von 2,1 Millionen Franken daran. Dem Beratungsunternehmen Ernst & Young gleich gegenüber der Installation war der Schriftzug sofort aufgefallen. Weil darin ein Wort seines eigenen Slogans «Quality in Everything We Do» verändert wurde, sah Ernst & Young seinen Ruf in Gefahr und verlangte nach nur einer Woche die Entfernung der Installation.

Begründet hatte die Firma es damit, dass der Slogan markenrechtlich geschützt sei – und niemand

sich einfach dieses Logos bedienen dürfe. Die Künstlerin Joelle Flumet meint, dass es jedoch noch andere Gründe für das Missfallen gab. Denn zum Zeitpunkt des Kunstprojekts besuchte wohl eine hochrangige internationale Delegation von Ernst & Young, die 150'000 Mitarbeiter weltweit in 140 Ländern beschäftigen, den Hauptsitz hinter dem Prime Tower. Das Unternehmen wollte wahrscheinlich Irritationen vermeiden.

Hinter dem Kunstwerk steckt aber viel mehr als ein provokativer Regelverstoss gegen den gesetzlichen Markenschutz. Ernst & Young ist einer der vier grossen Global Players der Wirtschaftsprüfer und Beraterunternehmen, der sogenannten «Big Four», die sich den globalen Markt praktisch untereinander aufteilen. Flumet hat mit sämtlichen Slogans der Multis gearbeitet und dabei festgestellt, dass es sich meist um unverbindliche und inhaltsleere Aussagen handelt. Die Slogans der anderen grossen Wirtschaftsprüfer wie «cutting through complexity» oder «standard of excellence» propagieren vordergründig effizientes Durchsetzungsvermögen. Indem Flumet die Slogans alle in die Vergangenheitsform setzte, suggerierte sie Historizität. Tatsache ist, dass im globalen Verdrängungswettbewerb auch Unternehmen dieser Grösse nicht vor dem Bankrott

sicher sind, was 2002 dem einst fünften Riesen Arthur Andersen widerfuhr. Damals wurden ihm massive Manipulationen an den Bilanzen der Firma Enron nachgewiesen und zum Verhängnis. Vor diesem Hintergrund könnte «Quality in Everthing We Did» ein Hinweis auf ein mögliches Zukunftsszenario gewesen sein, vor dem sich alle, also auch Ernst & Young fürchten.

MARTIN Deine spielerische Auseinandersetzung mit der Sprache ist ein künstlerisches Konzept. Hat die Stadt Zürich als Mitveranstalterin der Ausstellung *Art and the City* im Streit mit Ernst & Young für dich Partei ergriffen?

JOELLE Doch, sie haben eine Woche gestritten, aber dann wurde die schon zugesagte Bewilligung der Hauseigentümerin Swiss Prime Site wieder zurückgezogen. Sie setzte eine Frist, wenn wir bis dahin nicht den Schriftzug entfernt hätten, würden sie das selbst veranlassen und wir müssten für die Kosten aufkommen. Dieses Risiko konnten wir nicht auf uns nehmen, also mussten wir den Satz wieder von der Fassade abnehmen.

M Du hast den Satz am Donnerstag aufgehängt und schon am nächsten Tag gab es Probleme mit Ernst & Young. Und eine Woche später haben Sie dich gezwungen, ihn wieder abzuhängen.

J Alles ging so schnell, das war brutal. Wenn es zu einem Prozess gekommen wäre, hätten wir gegen diese grosse Firma mit ihren vielen Rechtsanwältinnen keine Chance gehabt. Ich war sehr enttäuscht, als wir nach einer Woche die Installation wieder abnahmen. Diese Firmen haben so eine Macht, nicht mal die Stadt Zürich konnte etwas dagegen machen. Nach der negativen Entscheidung der Immobiliengesellschaft Swiss Prime Site sagte der Kulturbeauftragte der Stadt, jetzt können wir

nichts mehr tun und der Leiter von *Art and the City* hatte den Vorfall öffentlich bedauert, mehr nicht.

M Was war die Intention deines Projektes? War es eine Persiflage oder eine Provokation?

J Weder noch, ich machte mir Gedanken, was ich an diesem Ort machen wollte. Was tun die Leute hier, womit beschäftigt sich Ernst & Young an diesem Platz? Ausserdem interessierte mich das Wort Quality, wer hat das Monopol für Qualität? Es sollte also nicht nur eine Persiflage sein, sondern auch ein Hinterfragen des Inhalts.

M Hast du diese Reaktion erwartet oder hat sie dich überrascht?

J Ja, ich wartete schon auf eine Reaktion, auf eine Stellungnahme der Firma, aber nicht so heftig. Ich war sicher, dass sie die geplante Ausstellungsdauer von zwei Wochen akzeptieren würden, aber nach einer Woche setzten sie schon durch, dass der Satz abgehängt wurde. Das war natürlich ein Fehler, wenn sie nicht reagiert hätten, hätte es keine Reaktionen in den Medien gegeben. Ausserdem hätte ich mir etwas Humor in der Debatte gewünscht. Dieser Konflikt hatte etwas von David gegen Goliath, nur dass diesmal wieder Goliath gewonnen hat.

Website der Künstlerin:
www.joelleflumet.org



B

A Aus «do» wird «did»: Der veränderte Slogan des Finanzmultis Ernst & Young.

B Nach nur einer Woche musste die Installation von Joelle Flumet wieder entfernt werden.