

Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen
Herausgeber: Bund Schweizer Architekten
Band: 79 (1992)
Heft: 12: Objekte im Raum = Objects dans l'espace = Objects in space

Artikel: Provokation als Spiel, Spiel als Provokation : zu einer Installation von Wolfgang Flatz
Autor: Ullmann, Gerhard
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-60163>

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.](#)

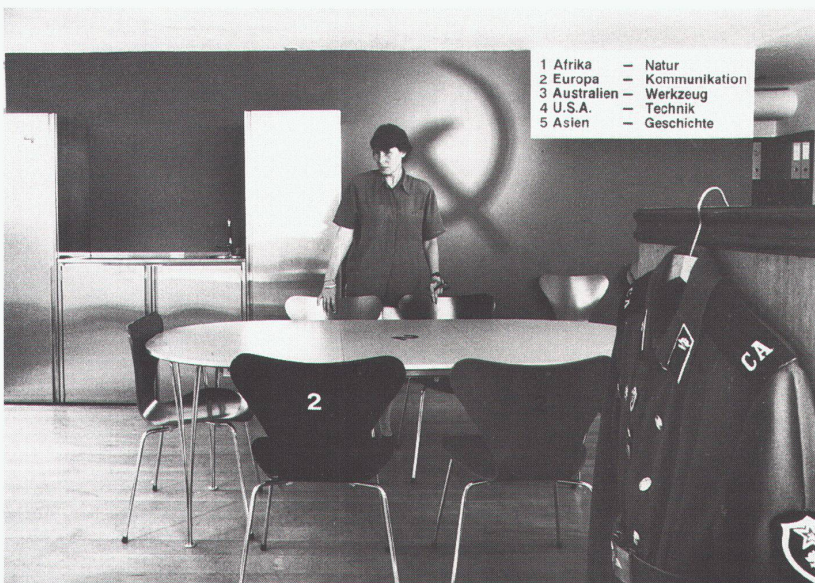
Terms of use

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: 06.02.2025

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

Provokation als Spiel, Spiel als Provokation



Zu einer Installation von Wolfgang Flatz

Erfolgreiche Unternehmer haben einen Hang zum Konservativen. Sowohl in der Ausstattung wie in der Werbung vertraut man auf die Zugkraft bekannter Namen. Das Seriöse sucht die Solidität, das Image des Designers schafft den angemessenen Rahmen, der für die Selbstdarstellung vorteilhaft ist. Wenn eine Unternehmensleitung bewusst solche Erwartungshaltungen unterläuft, dann sind psychologischer Hintersinn und Risikobereitschaft mit im Spiel.

Die Geschäftsräume des Architektur- und Bau-treuhandbüros der Gebrüder Senn in St.Gallen zeigen, dass gerade kleinere und mittelgroße Unternehmen eher einem Positionswechsel in der Kunst zugänglich sind als das Management grosser Unternehmen.

Der Österreicher Wolfgang Flatz, in der Öffentlichkeit mehr durch provokierende Auftritte denn durch seine psychologisch raffiniert verpackten Installationen bekannt, schlüpft nur äusserlich in die Rolle des Provokateurs, um hinter der funktionierenden Ordnung der Dinge die verdeckten Zusammenhänge von vordergründiger Symbolik und Bedeutungsverlust aufzuspüren. Standardisierte Bürogrundrisse mit Kundenempfang, Sozialraum und Geschäftsführung zu einem funktionierenden und doch vielschichtigen Szenarium zusammenzufügen, das ist weniger eine Frage der Ausstattung als

ein intelligentes Kombinationsspiel mit Zeichen und Objekten. Denn W. Flatz' vorgetäuschte Harmlosigkeit gehört zum strategischen Konzept, den Besucher von gewohnten Seh- und Bewertungskriterien abzulenken und seine Aufmerksamkeit von der Objektbetrachtung weg auf die Dinge dazwischen zu richten. Schon beim Empfang an der Kundenrezeption wird der Besucher mit übergrossen Firmensigneten konfrontiert. Ein halbrundes Raumsegment erweitert das Entrée und gibt einen Einblick in die Arbeitswelt. Ein kanalartiger Flur erschliesst die einzelnen Arbeitsräume und mündet in eine steile Treppe, hinter der das eigentliche Kommunikationszentrum, der Sozialraum, liegt. Der dritte Teil der Rauminszenierung, der Sitz der Geschäftsleitung, ist als abgeschlossener Raum verdeckt. Wolfgang Flatz' Spiel mit Zeichen und Objekten ist zugleich ein Test der Kommunikationsfähigkeit der Menschen. So, wenn er die Firmenzeichen weltbekannter Konzerne wie die Liebhabersammlung eines Privatiers präsentiert und die Perfektion des Originals durch dilettantisches Kopieren unterläuft, die Aura der Einmaligkeit durch die Ordnung zur Reihung ihrer Wirkung enthebt. Dieser Protest gegen das mechanische Einverleiben von Codes, die Brechung der Glätte durch die nachgemalten Firmenlogos zwingen den Betrachter, die gewohnte Konsumentenebene zu verlassen und nach dem



Sinn solch ästhetischer Regelverstöße zu suchen.

Auch in dem 40m² grossen Sozialraum ist das Interieur mehr in die Funktion eingebunden, denn als reines Kunstobjekt ausgestellt. Doch im Gegensatz zur Reduktion der Firmenzeichen wird hier die Funktion der Gegenstände stärker in den Vordergrund gerückt, werden Symbol und Ausstattungsobjekt auf einer sinnlichen Erfahrungsebene zugänglich gemacht. Gleichsam wie in einem Kommunikationsmodell bringt Flatz die weltweite Vernetzung von Information und Kommunikation der fünf Erdteile auf eine Formel: Ein wuchtiger metallener Küchenblock verkörpert die technische Vormachtstellung Amerikas, ein im Zentrum abgestellter Tisch mit bequemen Stühlen symbolisiert die Kommunikationsfähigkeit Europas, peripher, als Verweis auf die schwindende Natur eine Palme für Afrika und ein Bücherbord voller Utensilien für das unerforschte Forschen des KGB in der Geschichte Asiens. Nur über dem kleinsten Kontinent, über Australien, schwebt der Schatten von Hammer und Sichel, ein doppelgesichtiges Werkzeug, das W. Flatz jedoch als Bumerang definiert. Die Verkürzung der Welt auf Symbole und der immer wiederkehrende Versuch, utopischen Anspruch mit sozialer Malaise zu versöhnen. Nur im Chefzimmer arbeitet Flatz offen mit Emotionen. Der lange, niedrige Raum wird beherrscht von einem grossen Leucht-

kasten, aus dem als Fotografie eine halb geöffnete – oder fast geschlossene – Faust ins Zimmer stösst. «Liebe und Tod» als Schmuckringe um Ring- und Zeigefinger gefasst, sind als Metapher für vieles gesetzt. Bewahren und Zerstören, Verbinden und Trennen, Brutalität und Empfindlichkeit zeichnen ein breites Spektrum von unternehmerischer Weitsicht und brutalem Durchsetzungsvermögen.

Es ist die alte Frage nach dem Verhältnis von Macht und persönlicher Verantwortung, die stets einer öffentlichen Kontrolle bedarf. Die Mittel der Werbung benutzen, um sie auf eine harmlos-hinterhältige Weise zu unterlaufen: Wolfgang Flatz' Spiel mit Besuchern und Objekten geht meistens auf, denn hinter der Routine des Alltags wird das Gewöhnliche listig verpackt. Flatz' Inneneinrichtung verdeckt mehr, als sie zeigt. Es sind psychologische Tests, bisweilen nur geringfügige Abweichungen von den ästhetischen Normen, die den Besucher neugierig machen, nicht nur über die Objekte, sondern über unausgesprochene Beziehungen zwischen Benutzer und Design nachzudenken. «Mein generelles Verständnis und mein genereller Anspruch an Kunst ist der deutliche Zeitbezug.» W. Flatz löst diesen Anspruch nicht durch spektakuläres Design, sondern über gezielte Regelverstöße ein. Ein Provokateur, der mit einer klugen Strategie Erfolg sucht.

Gerhard Ullmann

