

ÄSTHETISCHE STIMULANZIEN

Mit Kunst pflegen Schweizer Unternehmen Image und Firmenkultur. Zu den besten und traditionsreichsten gehören die Sammlungen von Swiss Re und Nationale Suisse.

VON BRIGITTE ULMER TEXT, VERA HARTMANN FOTOS



Image und Firmengestaltung Silvie Fleury bei Swiss Re



Fischli Weiss in Schwyz, Skulptur von Fischli Weiss bei Swiss Re



DIARCSITASAS John Armleder bei Swiss Re

Wer hätte gedacht, dass es in der rationalen Welt des Rückversicherers Swiss Re auch Platz gibt für spirituelle Schwingungen? So scheint es jedenfalls, wenn man vor einem Lichtschacht in einem der Swiss-Re-Bürogebäude in Adliswil steht: Zwei riesige Kristalle aus transparentem Plexiglas, von innen in verschiedenen pastellfarbenen Tönen illuminiert, verleihen dem Raum etwas Sphärisches.

Die auffälligen Skulpturen stammen aus dem Atelier der Westschweizer Künstlerin Sylvie Fleury, eines Topshots auf dem internationalen Kunstparkett. Eingerahmt von zwei mit lachs- und lilafarbenen – an Optical Art erinnernde – Streifen bemalten Wänden, bilden sie ein pastellfarbenedes Interieur, das den Reiz eines Boudoirs ausstrahlt.

Die 50-jährige Künstlerin wurde vor zwei Jahren vom Rückversicherungskonzern eigens damit beauftragt, ein Werk speziell für die architektonische Situation in Adliswil zu konzipieren. Nach einem mehrmonatigen Entwicklungsprozess, den die firmeninternen Kunstverantwortlichen begleiteten, stehen die Kristalle nun da als freches i-Tüpfelchen in der sonst eher strengen Umgebung der Büroräume des Unternehmens.

Es ist eines, für den freien Markt zu produzieren, ein anderes für

einen konkreten Auftraggeber – noch dazu einen Rückversicherungskonzern. Der Künstlerin kann man nicht nachsagen, sie hätte sich nicht mit dem Endabnehmer ihrer Kunst auseinandergesetzt. Die Mitarbeiter von Swiss Re sollten «positive Energie fühlen, die sie wieder auflädt», so die Absicht der Künstlerin.

Das Werk gehört – zusammen mit einem beeindruckenden farbigen Plexiglas-Stahl-Fenster von Anselm Reyle, einer abstrahierten Riesen-sonne aus Aluminium von Ugo Rondinone, einer Lichtinstallation aus grünen Neonringen von John Armleder und einer Aussenraumskulptur von Fischli/Weiss – zu den letzten grossen Kunstaufträgen von Swiss Re. «Wir stellen höchste Ansprüche an die Gestaltung der Arbeitsumgebung und Arbeitsplätze», sagt Anne Keller, Leiterin Corporate Citizenship & Art bei Swiss Re. «Die Kunst gibt unseren Gebäuden eine eigene Identität, weckt Emotionen und fördert den Dialog.»

Die Sammlung von Swiss Re, die seit 1986 besteht und mittlerweile rund 3000 zeitgenössische Werke umfasst, wurde in den letzten zehn Jahren um solche raumspezifischen Kunstwerke erweitert. «Es ist eine logische Weiterentwicklung unserer Sammlung», so Keller. «Kunst und Architektur gehören bei Swiss Re zusammen.» So wurden international renommierte Künstler wie Sol LeWitt, Olafur Eliasson, Gary Hume, Gerwald Rockenschau, Olivier Mosset und Fischli/Weiss in den letzten Jahren damit beauftragt, Werke für Geschäftssitze und fürs Swiss Re Centre for Global Di- ▶

*DI ARCHILIQUIA ADIT ETUR SITASAS
Hardien Dussoix bei National*



*DI ARCHILIQUIA ADIT ETUR SITASAS
Studer-VandenBerg bei National*



*DI ARCHILIQUIA ADIT ETUR SITASAS
Luc Mattenberger bei National*



*DI ARCHILIQUIA ADIT ETUR SITASAS
Anselm Reyle bei National*

*DI ARCHILIQUIA ADIT ETUR SITASAS
Lutz Guggisberg bei National*



*DI ARCHILIQUIA ADIT ETUR SITASAS
National-Sitzungszimmer mit Kunst von
?????*

«Mit Kunst pflegen Schwimmen Imafgd Firmenkultur. traditionsreichsten gehöremm lungen von Swiss Re le Sdfgdjshuisse.»

► alogue in Rüscliikon zu gestalten. Sie sollen der Firma, die mit abstrakten Werten geschäftet, ein «emotionales Profil» geben. «Die Produkte und Dienstleistungen von Swiss Re sind äusserst komplex und nicht greifbar. Kunst wie auch Architektur reflektieren Kernwerte des Unternehmens wie Engagement, Exzellenz, Nachhaltigkeit und Qualität und verleihen der Firma ein emotionales Profil», meint Anne Keller.

Billige Reproduktionen zwischen Hydrokulturen, Klimaanlage und Teppichböden? Das war einmal. Erstaunlich viele Schweizer Grossunternehmen platzieren seit den neunziger Jahren mit Feingefühl Originalwerke statt billiger Reproduktionen in Lobbys und Büroräumen. Sie stellen dafür Kunsthistoriker an, legen ein sechsstelliges Ankaufsbudget auf die Seite, sind potente Player auf dem Kunstmarkt und signalisieren mit ihren Ankäufen gepflegte Firmenkultur. Ursprüngliches Ziel war dabei oft die angenehme Gestaltung des Arbeitsumfelds. Seit den neunziger Jahren, als Kommunikation ein wichtiges Positionierungstool wurde, erhofft man sich auch positive Auswirkungen auf Brand und Ruf.

Erst Ksdfsdfe dann Hadfsdfeit. Einer der Ersten, die in der Schweiz Kunst in eine Firma brachten, war Hans Theler, der kunstliebende Generaldirektor der National Versicherung, heute Nationale Suisse in Basel. Der Kunst-Enthusiasmus des Versicherungsdirektors ist in einschlägigen Kreisen nicht nur legendär, weil er dem Kunstmuseum Basel zu seinen Heroen des abstrakten Expressionismus verhalf – Mark Rothko, Barnett Newman, Clifford Still und Frank Kline –, sondern auch, weil er vor 60 Jahren die erste ernst zu nehmende Firmensammlung in der Schweiz anlegte. Die Sammlung solle «kein Zeichen des Wohlstandes sein, sondern allen Mitarbeitenden zum Bewusstsein bringen, dass Wirtschaften allein keine tragfähige Grundlage für die Gemeinschaft darstellt, wenn es nicht auch die geistigen und künstlerischen Kräfte des Landes zu integrieren versteht». Neben den hehren Ideen, die Theler angetrieben haben, sind es heute auch Marketingmotive: Wer Kunst versichere, solle Kunst auch kennen und fördern, heisst es bei der Nationale.

Wer heute durch die Räume in Basel schreitet, findet noch immer an den Wänden von Korridoren und Büros vieles aus der Schweizer Kunst, was Rang und Namen hat – Cuno Amiet, Ernst Morgenthaler, Max Gubler. Der frische Wind kam um die Jahrtausendwende. Damals legte man der patronalen Sammlung eine professionellere Struktur auf, zwei Kunstexperten sind heute hauptamtlich mit Ankaufen, Konservierung, Vermittlung und wissenschaftlicher Aufarbeitung der Werke beschäftigt, und der Sammlungsfokus ist vermehrt auf jüngere Künstler gerichtet. Unlängst etwa sind Werke von aufstrebenden Künstlern wie Klodin Erb und irritierende Architekturbilder von Noori Lee hinzugekom-

men. Die Kollektion von Nationale Suisse umfasst heute 1400 Werke der Schweizer Kunst, von abstrakten Expressionisten über Künstler der älteren und mittleren Generation wie Jean Tinguely, Martin Disler oder Miriam Cahn bis zur jüngsten Garde.

Im Zug der Globalisierung und des verstärkten Konkurrenzdrucks ist der Bedarf an einer Profilierung der Unternehmensidentität gestiegen. Zur Visualisierung des Firmenimages wird Kunst herangezogen. Gegenwartskunst vermittelt Dynamik, Innovationsgeist – welches Unternehmen möchte sich diese Werte nicht auf die Fahne schreiben? Ziel ist es aber auch bei Nationale Suisse, den Mitarbeitern anzubieten, sich am Arbeitsplatz mit Kunst auseinanderzusetzen. Zum Anspruch gehört laut Andreas Karcher, dem Kunstverantwortlichen bei Nationale Suisse, dass Kunst nicht der reinen Dekoration dient, sondern durchaus auch irritieren darf. «Deshalb ist es wichtig, dass Kunst von oberster Stelle in der Firma getragen wird.» Zwischen Kaffeautomat und Sanitärszimmer hängt etwa ein Rettungsring aus Beton von Nationale-Suisse-Kunstpreisträger Luc Mattenberger, der Mitarbeitern immer wieder ein Bonmot entlockt, wenn sie an ihm vorübergehen. Hadrien Dussoix gespraytes Monumentalbild einer florentinischen Kirche erinnert im ersten Stock daran, dass man in der heiligen Direktionssetage angekommen ist. «In glücklichen Momenten kommt etwas Spielerisches in den Arbeitsalltag», meint Andreas Karcher. In der Tat, mit der «Mondrakete» in einer Eingangshalle von Nati-

KUNSTABTEILUNG CREDIT SUISSE

Von den beiden Schweizer Grossbanken war die Kunstsammlung der UBS immer die lautere und berühmtere. Ganz unverblümt wurde die «UBS Art Collection» in Form von Wanderausstellungen in China oder geliehenen Ausstellungskonvoluten in der Tate Modern in London als Akquisitionstool zur Erschliessung neuer Märkte und Kunden eingesetzt, bis sie unter Oswald Grübel von der Marketing- in die Real-Estate-Abteilung verschoben wurde. Leiser und bescheidener hat die Credit Suisse seit 1975 eine Kunstsammlung aufgebaut. Statt auf internationale Bluechip-Kunst setzt sie auf junge Schweizer Kunstschaffende, die Foyers und Sitzungszimmer zieren. Über 5000 Werke, darunter ganze Emsembles, die speziell für Kundenzonen entwickelt wurden, und Kunst-am-Bau-Aufträge umfasst die Sammlung. Darunter sind Werke von arrivierten Künstlern wie Roman Signer, Niele Toroni und John Armleder sowie Kunst von jungen Aufsteigern wie Isabelle Krieg, Chri-

onale Suisse, ei
Schweizer Künstl
se unliebsame C
schiessen.

stine Streuli un
nene Sammlung
Wälzer mit inte
nehmer Zurück
Schweizer Kuns
Sammlung Credit
André Rogger, Bar
Verlag Scheidegger