

# ANARCHIE AM HELDENPLATZ

## 50 Nazi-Fahnen im Dienste der Kritik

**Am 31. Oktober marschiert der Künstler Franz Wassermann mit 3 Trommlern und 50 Fahnenträgern am Wiener Heldenplatz ein. Doch auf den NS-Fahnen der Träger prangen statt des Hakenkreuzes die Namen bekannter Unternehmen, Banken und Hedgefonds.**

**CREDIT SUISSE, KRAFT, DISNEY, LOUIS VUITTON** – sie alle sind im Fahnenzug am Wiener Heldenplatz vertreten. 46 *global player*\* hat Franz Wassermann mittels des Zufalls in einer Ziehung ermittelt. Auch sein eigener Name ist auf einer der Fahnen präsent. Die drei übrigen Fahnen spielen auf die unzähligen möglichen Varianten zur Fortsetzung dieser Liste an – sie tragen keine Namen sondern nur einen blanken weißen Kreis im roten Grund.

Binnen einer Stunde wird der Heldenplatz 7 Mal abgeschritten – zunächst 4 Mal *gegen* den Uhrzeigersinn, dann 3 Mal *im* Uhrzeigersinn. Während der ersten vier Runden spielen die Trommler, die den Fahnenzug anführen, den Rhythmus der Pesttrommeln, die im Mittelalter die Bevölkerung bei Ausbruch der Krankheit warnen sollten. Nach der Drehung zum Ende der vierten Runde verwandelt sich der Rhythmus in einen Herzschlag, der die Fahnenträger bis zum Auszug durch das Heldentor begleitet.

Franz Wassermann, der als einer der 50 Fahnenträger am Heldenplatz einmarschiert, schildert die Hintergründe der Aktion **HELDENPLATZ ANARCHIE / Wenn wir schreiten Seit´ an Seit´** wie folgt: „Es scheint nur mehr die Realität des Kapitalismus zu geben. Menschen zählen nur mehr als Arbeitskraft oder Konsumenten. Die Konsequenzen sind Entsolidarisierung, Vereinsamung und Vereinzelung. Es geht mir darum, ein öffentliches Zeichen gegen das Ohnmachtsgefühl zu setzen, das viele Menschen in kapitalistischen Systemen erfasst hat.“

Gleichzeitig beharrt der Künstler auf der Komplizenschaft, im Rahmen derer wir Menschen zugleich als Opfer *und* Täter mit dem Kapital und seinen Systemen agieren. Wassermann: „Wir lassen uns infantilisieren. Wir wollen alles haben, *billig* haben. Wir haben das Recht auf Shopping, wir maßen uns das Recht an, uns alle Wünsche zu erfüllen – nach dem Motto „Das steht uns zu, das haben wir uns verdient!“. Wir wollen nicht verzichten, wir lehnen unsere globale Verantwortung ab – das Leben anderer Menschen fällt nicht in unsere Zuständigkeit.“

Die Wahl des Heldenplatzes als Kundgebungsort war da nur folgerichtig „Im Endeffekt geht es bei der Aktion um Formen der Herrschaft. Am Heldenplatz hat sich die scheinbar letzte Diktatur der österreichischen Geschichte zugetragen. Aber global betrachtet leben wir längst wieder in einer Diktatur, die sich versteckt hält.“ Das ist auch in den Vorbereitungen der Aktion deutlich geworden: „Die eine Hälfte der Fahnenträger engagiert sich freiwillig, die andere Hälfte ist bezahlt. Viele Menschen, die ich zur Teilnahme eingeladen habe, hatten Angst im Fahnenzug mitzugehen, weil ihnen diverse Klauseln in ihren Arbeitsverträgen verbieten, die Firmen und Partnerfirmen ihrer Arbeitgeber öffentlich zu kritisieren. Andere befürchteten auf Fotos von der Aktion in sozialen Medien aufzuscheinen und so öffentlich Position zu beziehen.“

Um die Aktion **HELDENPLATZ ANARCHIE / Wenn wir schreiten Seit´ an Seit´** am Heldenplatz umsetzen zu können, nimmt der Künstler das demokratischen Recht auf Versammlung wahr und konzipiert die Aktion als politische Kundgebung. Wassermann: „Auch wenn die Kunst nicht die politische Macht hat Gesetze zu schreiben, so hat sie trotzdem die Macht den Menschen ein Bewusstsein zu ermöglichen. Gerade weil das Kapital immer wieder versucht, die Kunst zur Dekoration und Wertanlage zu domestizieren, will ich heute hier am Heldenplatz zeigen, dass Kunst eine andere Aufgabe und Funktion hat.“

\* MONSANTO, BAYER, DANONE, IKEA, LOUIS VUITTON, BOEING, CREDIT SUISSE, FRANZ WASSERMANN, SANOFI, THALES, COCA COLA, KRAFT, AMAZON, ALLIANZ, H&M, STANDARD AND POORS, GAP, DISNEY, NESTLÉ, JP MORGAN, IBM, NOVARTIS, FACEBOOK, DEUTSCHE BANK, VOLKSWAGEN, AIRBUS, SONY, UNILEVER, BLACK ROCK, UBS, BAIDU, SHELL, GOLDMAN SACHS, ORACLE, PFIZER, JOHNSON & JOHNSON, GENERAL MOTORS, MICROSOFT, EXXON MOBILE, HSBC, AXA, ADIDAS, GOOGLE, FIFA, ALPHABET, MOODYS, APPLE

## Biografie

**FRANZ WASSERMANN**, geb. 1963, lebt und arbeitet als Bildhauer in Wien. In seinen letzten Ausstellungen beschäftigte er sich mit Datenschutz in sozialen Medien (**I FEEL LOVE**, Galerie Schleifmühlgasse 12 – 14) und dem Verhalten der Mehrheit gegenüber der Minderheit (**MACH DICH SICHTBAR.**, Museumsquartier). Im Zentrum seines Gesamtwerks stehen Machtstrukturen und das Wechselspiel zwischen Macht und Ohnmacht, dem sowohl das Individuum als auch das Kollektiv ausgesetzt sind. Seine Aktionen und Installationen behandeln Tabuthemen, wie zum Beispiel sexuellen Missbrauch an Kindern (**NARBEN**), Nationalsozialismus und Erinnerungskultur (**TEMPORÄRES DENKMAL**), Aids und Stigma (**BARBIE + KEN = HIV+**), Migration (**SCHUBHAFT**), Autorität und symbolisches Kapital im Kulturbetrieb (**ALBERTINA, IKONEN**) und die Macht der Medien / Bilder (**TATENTRÄGER**).

Wassermann macht diese Themen im öffentlichen Raum sichtbar und initiiert Dialoge, auf die er mit künstlerischen Mitteln reagiert, sodass sie Teil seiner Projekte werden. Dabei kooperiert der Künstler mit unterschiedlichen Partner\_Innen, u.a. mit der Bevölkerung, mit Vereinen, Aktivist\_Innen, Firmen und Expert\_Innen verschiedenster Wissensgebiete. Die Spuren dieser Dialoge trägt Wassermann in Form von Objekten, Videoarbeiten, Fotografien und Drucken in die Galerie, wo sie eine zweite Diskussion erfahren

Mehr: [www.mylivingroom.org](http://www.mylivingroom.org)

## Pressefotos – und texte

... finden Sie zum Download auf [www.mylivingroom.org](http://www.mylivingroom.org) unter Home / Recent Work (rotes Gif) / Pressebereich

## Kontakt

Franz Wassermann  
Simmeringer Hauptstraße 46 / Top 4  
1110 Wien, Österreich

mobil +43 664 798 5005  
kontakt(at)mylivingroom.org  
[www.mylivingroom.org](http://www.mylivingroom.org)