

## Medienmitteilung

### **„Kunst am Gebäude“: Sihlcity wirbt für wahre Werte**

**Zürich, Juli 2009 – Vom 2. Juli bis 26. September 2009 zieren zum dritten Mal Plakate der besonderen Art die grosszügigen Fassaden von Sihlcity: Im Rahmen der Initiative „Kunst am Gebäude“ stellt Sihlcity in diesem Jahr zwei jungen österreichischen Künstlern vier Gebäudeflächen für ihr Kunstkonzept [SUPERVALUED] zur Verfügung und will damit Besucher und Passanten zum Nachdenken und positiven Handeln anregen.**

Im Rahmen des Kulturengagements der Miteigentümerschaft von Sihlcity, Credit Suisse und Swiss Prime Site, werden in diesem Jahr bereits zum dritten Mal während den Sommermonaten die Fassaden von Sihlcity Kunststudienabgängern als Ausstellungsfläche zur Verfügung gestellt. Die Wettbewerbssieger 2009 sind Clemens Wolf und Ulrich Nausner, Absolventen der Kunstuniversität Linz, mit ihrem Vorschlag [SUPERVALUED]. Auf vier grossformatigen Kunststoffbahnen fordern die Künstler dort, wo sonst materialistische Werbebotschaften Platz finden, Passanten mit minimalistischen Mitteln zur aktiven Verbreitung von ideellen Werten auf.

#### **[SUPERVALUED]:**

Sujet 1: [ ]

Sujet 2: [ TEILEN SIE TRÄUME ]

Sujet 3: [ MACHEN SIE MUT ]

Sujet 4: [ VERBREITEN SIE VERTRAUEN ]

Die einprägsamen Slogans zeichnen sich durch pointierte Prägnanz und dem Einsatz des klassischen Stilmittels des Stabreims aus. Eckige Klammern symbolisieren den wertfreien Raum. Die drei formulierten Stabreime zielen auf tiefgreifende Bedürfnisse der Menschen ab. Durch den Verzicht auf jegliche Interpunktion können die Aussagen

als Aufforderung, Frage oder einfach als Tatsache gelesen werden und animieren zum eigenen positiven Denken und Handeln. Der Bezug zu traditionellen und gleichzeitig aktuellen Werten gab, gemäss Projektleiterin Magdalena Plüss, den Ausschlag für den Sieg dieses Projektes.

Mit [SUPERVALUED] werden Aussenflächen von Sihlcity damit zum Transportmedium für positive Aussagen. Die weitläufige Architektur bietet durch die Vielfalt der Nutzungsformen und der hohen Besucherfrequenzen einen optimalen Rahmen für einen solchen Dialog mit Besuchern und Passanten. Jede Botschaft orientiert sich sowohl in ihrer Satzlänge als auch typografisch an den Proportionen der Flächen und wird so der Architektur von Sihlcity gerecht.

Philipp Schoch, Center Leiter Sihlcity, freut sich über die Gelegenheit, die grossformatigen Flächen des Einkaufs- und Unterhaltungszentrums für tiefsinnige Botschaften zur Verfügung stellen zu können. „[SUPERVALUED] konfrontiert Besucher und Passanten mit fundamentalen Werten – etwas, was man nicht automatisch mit einem Einkaufszentrum assoziiert. Damit überraschen wir und setzen bewusst neue Akzente. Es ist unser Ehrgeiz, geweckte Neugier immer wieder kreativ zu befriedigen, und wir freuen uns auf zahlreiche Besucher.“

**Pressekontakt:**

Wincasa, Immobilien-Dienstleistungen

Sihlcity Center Management

Büttenweg 16, CH-8045 Zürich

Leiterin Marketing & Kommunikation Sihlcity: Nadine Bachmann-Brunner

Telefon +41 44 204 99 01, [nadine.bachmann@sihlcity.ch](mailto:nadine.bachmann@sihlcity.ch)