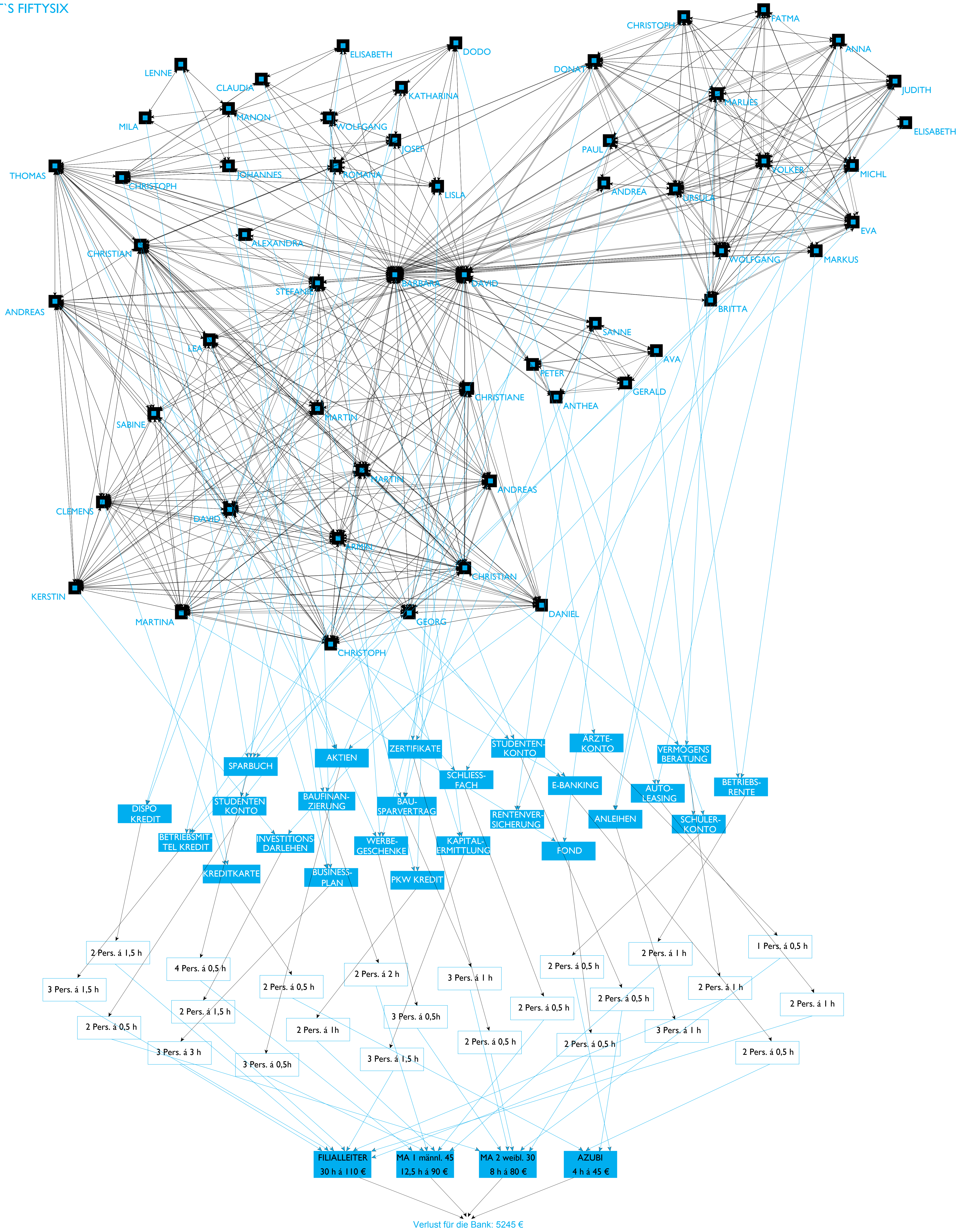


Standort Bank: **BTV | Schneeberggasse 7 | A-6020 Innsbruck**
 Datum Überfall: **15.09.2010 - 15.10.2010**
 Planung Überfall: **Barbara Springer & Helmut Schmidt**
 Organisation: **Institut für Gestaltung | Studio I | Universität Innsbruck**

SCHMIDT'S FIFTYSIX



Helmut Schmidt hat viele Freunde, viele gute Freunde, er weiß wie man sich Freunde macht. Abgesehen davon hat er natürlich auch Feinde, denn er weiß auch wie man sich Feinde macht. Sein größter Feind ist wahrscheinlich gerade das internationale Bankwesen. Das Problem dabei ist leider nur, dass das internationale Bankwesen keine spezielle Adresse hat, bei der man sich beschweren kann. Man könnte natürlich sagen, wenden sie sich doch ans Weiße Haus, oder schauen sie mal auf den kleinen Südseeinseln vorbei, da gibt es haufenweise kleiner Steueroasen, oder gehen sie zu dem und dem Investmentbanker und sprechen sie mal mit dem. Aber das ist nicht so rich-

tig überschaubar, da kann man noch so viele Freunde haben, da reicht der Lebensabend nicht mehr dafür aus um mit allen mal ein ernstes Wort zu sprechen. Helmut Schmidt hat immer die Genügsamkeit, das Mittelmaß gehuldet, also wieso sollte ausgerechnet er bei den dicken Brocken beginnen, sprich dem internationalen Bankwesen. Nehmen wir mal an, er fängt klein an. Bei der Bank gleich um die Ecke. Eine kleine Abreibung, ein Zeichen, nichts Kriminelles; er hat keine kriminelle Ader. Wahrscheinlich würde er für diese kleine Abreibung auch erst einmal alle seine Freunde vor Ort auflisten: wer mit wem und all die Dinge. Das ist wichtig, damit man

die Kapazität kennt. Dann würde er sich überlegen, was man mit so einer Bank so alles machen kann. Das „was“ also. Wahrscheinlich muss jede Person wieder nur etwas ganz kleines machen. Es soll ja niemand überfordert sein und die Masse hat es schließlich auch in sich. Für jeden soll etwas dabei sein. Es muss gar nichts großes sein, mit vielen Menschen wird die Aufgabe von alleine wachsen. Eigentlich würde es schon reichen der Bank etwas Zeit zu stehlen, kostbare, wertvolle, teure Zeit. Ein paar Informationen über das eine Produkt erfragen, ein paar Informationen über das andere. Berechnungen erstellen lassen, Angebote einholen. Das kostet Zeit. Erst recht wenn

plötzlich viele Leute einen Termin wollen. Und wer ist dann der Kunde, der es ernst meint? Wen muss man mit seinen Belangen ernst nehmen und wer spielt nur mit bei dem Spiel? Am Ende der Bilanz wird ein Betrag stehen, dazwischen liegen die Aufträge an seine Freunde, der Zeitaufwand und die entstandenen Kosten durch den Beratungsaufwand.

Und dann wird es auch bei den Banken angekommen sein: nichts ist umsonst, nicht einmal Zeit.