

**THIS IS
NOT A
PIECE
OF ART**



Give Love Back. Ata Macias und Partner / Ata Macias and Partners
Eine Ausstellung zur Frage, was angewandte Kunst heute sein kann.
An exhibition on the question of what applied art can be today.
13. September 2014 – 11. Januar 2015 / 13 September 2014 – 11 January 2015
Museum Angewandte Kunst, Frankfurt am Main



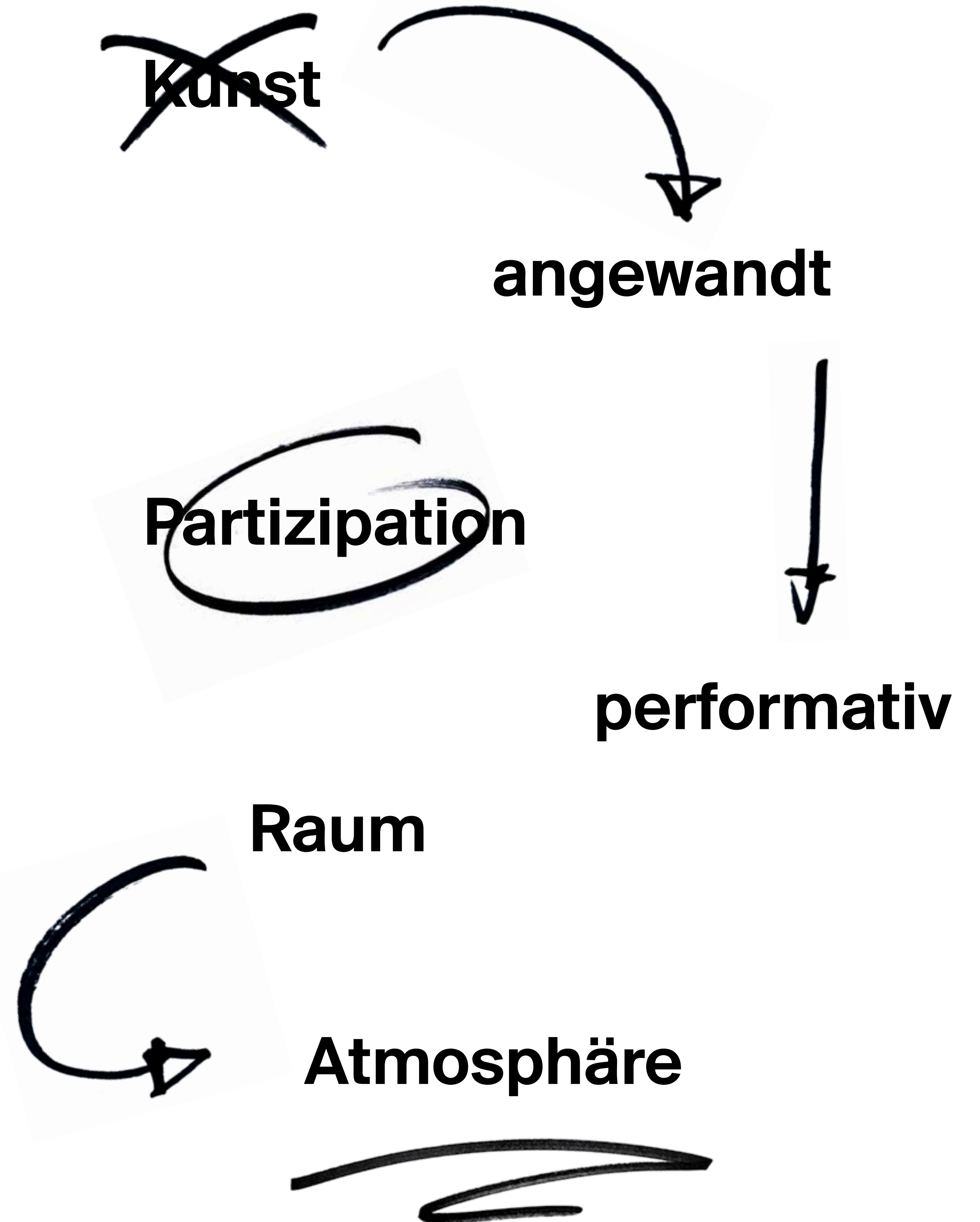
Who is
saying
No?

Der Begriff ›angewandte Kunst‹ meint Objekte, die als Ware und im Auftrag entstehen. Dabei werden diese als eine Kombination aus ›Funktionalität‹ und ›ästhetischem Mehrwert‹ gedacht. Gegenüber dem Funktionalen wird der ästhetische Mehrwert als schmückendes Beiwerk vorgestellt. Macht allein dieser schmückende Überschuss aus Gebrauchsgegenständen angewandte Kunst?*

The term 'applied art' denotes objects made as merchandise and on order. Such objects are conceived as a combination of 'functionality' and 'aesthetic added value'. As compared to the functional aspect, the aesthetic added value is understood as a decorative accessory. Is it this decorative surplus that renders a utilitarian object applied art?*

* ›Angewandte Kunst‹ als Begriff betritt die Bühne der Geschichte und Kunstgeschichte im 18. Jahrhundert im Rahmen der damals noch ›schönen Künste‹ im Umkreis von Karl Philipp Moritz und Johann Wolfgang von Goethe. Diese bezeichnen ›angewandte Kunst‹ auch als ›subordinierte Kunst‹, ›dienende Kunst‹ oder ›Gebrauchskunst‹ und das in Unterscheidung zur ›autonomen Kunst‹. Für die autonome Kunst verwenden sie das Synonym ›hohe Kunst‹. Der Kunst im 18. Jahrhundert wird dann das Prädikat ›hoch‹ verliehen, wenn sie sich über das Ideal ›autonom‹ im Sinne des bürgerlich-aufklärerischen Freiheitsbegriffs definiert. Dies bedeutet umgekehrt, dass sie keinem ›Gebrauchszweck‹ unterstehen darf. Der ›Gebrauch‹ als das Dienende ist demnach die Negativdefinition von ›Freiheit‹.

€ The term 'applied art' entered the stage of history and art history in the eighteenth century within the context of what were then still referred to in the circle around Karl Philipp Moritz and Johann Wolfgang von Goethe as the 'beautiful arts' (the fine arts). 'Applied art' was also referred to as 'subordinated art', 'servient art' or 'utilitarian art' in contradistinction to 'autonomous art'. A synonym for autonomous art was 'high art'. In the eighteenth century, art was awarded the rank of 'high art' when it defined itself in keeping with the ideal of 'autonomy' in the sense of the Enlightened bourgeois concept of liberty. Conversely, this also meant that it was not to be subject to any 'utilitarian purpose'. 'Utility', as a servient quality, was accordingly the negative definition of 'liberty'.

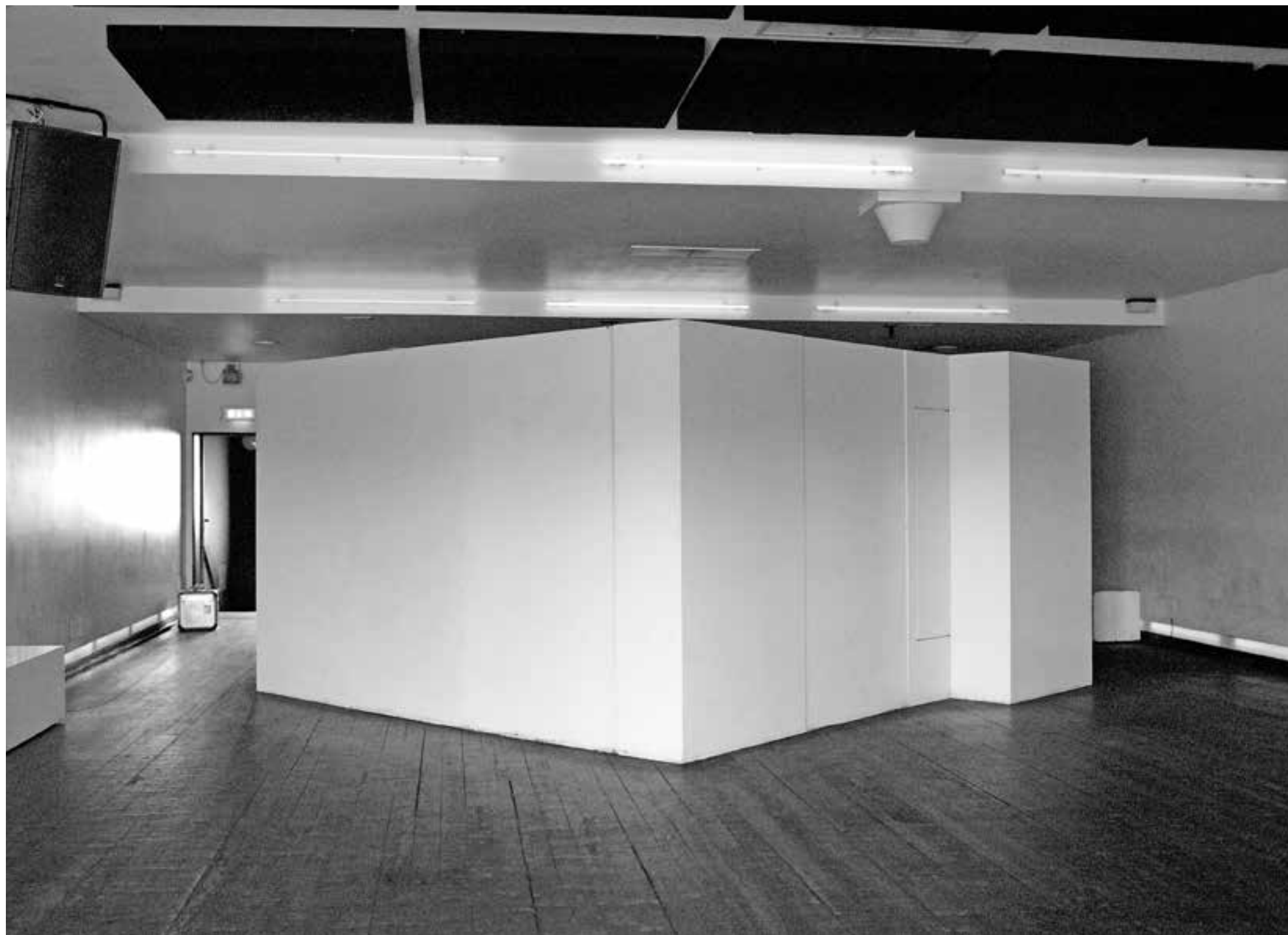




Café-Bar Pank, 2013
Foto/Photo: Timothy Schaumburg

**Eine Bar ist eine Bar
ist eine Bar.**

*Eine Bar ist
eine Bar, weil
sie keine Bar ist.*



Robert Johnson, 2005
Foto/Photo: Ana Micsias

**Ein Club ist ein Club
ist ein Club.***

**A bar is a bar is a bar.
A club is a club is a club.**

* Ein Raum hat neben seiner geometrischen Beschaffenheit auch performative Qualitäten. D.h. »er eröffnet besondere Möglichkeiten für das Verhältnis zwischen Akteuren und Zuschauern, für Bewegung und Wahrnehmung, die er darüber hinaus organisiert und strukturiert« (Erika Fischer-Lichte). Insofern ist ein Raum niemals ein Raum ist niemals ein Raum. Vielmehr wird jeder Raum durch ein Zusammenspiel aus Bewegungen, Objekten, Licht und Lauten zu einem spezifischen Ort mit entsprechender Atmosphäre. Die besondere Atmosphäre eines Ortes entsteht demnach »weder in den Dingen, die sie auszustrahlen scheinen, noch in den Subjekten, die sie leiblich erspüren, (...), sondern zwischen ihnen und in beiden zugleich« (Fischer-Lichte). Der Raumgestalter wird zum Magier, der dem Unbeschreibbaren zur Form verhelfen kann. Sein Erfolg lässt sich an den Erfahrungen der Besucher messen.

ε In addition to its geometric constitution, a room also has performative qualities. In other words, "it creates special potentialities for the relationship between actors and spectators, for movement and perception, which it moreover organizes and structures" (Erika Fischer-Lichte). In this respect, a room is never a room is never a room. On the contrary, through an interplay of movements, objects, light and sounds, every room becomes a specific place with a specific atmosphere. The special atmosphere of a place accordingly ensues "neither in the things that appear to radiate it nor in the subjects that physically sense it... but between them and in both at once" (Fischer-Lichte). The room designer becomes a magician capable of helping the indescribable assume form. His success can be measured against the visitors' experiences.

Die Idee vom Menschen als einem Genie im Sinne des Ästhetischen ist eine emanzipatorisch-gesellschaftliche Kraft und ist als ›Modell für den auf seine schöpferischen Kräfte vertrauenden Bürger‹* entstanden. Der Genie-Gedanke definiert demnach bürgerlich-demokratische Ideale. Darum sind Museen als unabhängige bürgerliche Institutionen entstanden.**

The idea of the human being as a genius in the aesthetic sense as an emancipatory force in society came about as a 'model for the citizen trusting in his own creative powers'.* The idea of genius accordingly defines civil-democratic ideals. That is why museums came into existence as independent civic institutions.**

* Jochen Schmidt: Die Geschichte des Genie-Gedankens in der deutschen Literatur, Philosophie und Politik 1750 - 1945, Bd. 1 und 2, Darmstadt 1985

** Das ›Genie‹ ist ein Gegenmodell. Es richtet sich gegen diejenige feudale-monarchistische Gesellschaftsordnung, bei der König, Adel und der Klerus dominieren. Dabei bleibt das Individuum unabänderlich an den sozialen Stand, in den es als ›dienender Untertan‹ hineingeboren wurde, gebunden. (Einmal Knecht, immer Knecht). Mit der sozialen Rolle des Untertans ging die Unmöglichkeit auf das Recht einher, über einen eigenen Lebensentwurf zu verfügen. Der Impuls für die Entstehung der Genieästhetik war es also, den Anspruch auf Ausübung der eigenen Produktivität in Bezug auf das eigene Leben zu legitimieren. In den Künsten und Museen spiegelt sich dies bis heute wider.

€ The 'genius' is a counter model. It was directed against the feudal monarchist social system in which the king, nobility and clergy dominated. In that context, the individual remained unalterably bound to the social status with which he was born as a 'servient subject'. (Once a servant, always a servant.) The social role of the subject went hand in hand with the impossibility of the right to determine one's own life plan. The impulse for the emergence of the genius aesthetic was accordingly to legitimize the claim to the exercise of a person's own productivity with regard to his own life. That idea is still mirrored in the arts and in museums to this day.

Pasta Nasza

400g Tomaten
125g Butter
1 Zwiebel

Alles zusammen
1 Std mittel heiß
köcheln, Parmesan
on top. Fertig!

Über die Liebe oder keine Halbheiten in der angewandten Kunst zu machen.

Die Folgen der Liebe sind so zahlreich wie die möglichen Arten, sie zu verstehen und sie auszuüben. Es ist die Vergangenheit, von der wir mehr über sie zu erfahren scheinen von denen, die sich auf die Liebe einen Reim zu machen versuchten. So erscheint vor heute 155 Jahren, vom französischen Historiker Jules Michelet geschrieben, ein Buch, »L'Amour, die Liebe, die ihm, so Friedrich Spielhagen im Vorwort zur fünften Ausgabe, »[...] kein Drama [ist], sondern ein Epos; ein Fluss, nicht in dem Augenblicke seiner Überschwemmung, sondern in der Ausdehnung seines ganzen Laufs von der winzigen Quelle droben im Gebirge hinab ins ebene Land durch Saatgefilde und öde Strecken bis ins ewige Meer; eine Progression »in Infinitum«, keine endliche, sondern eine unendliche Größe; eine Flamme, die jetzt heller, jetzt trüber brennt, aber immer brennt; immer weiter greift, bis sie allen Stoff verzehrt, bis sie den ganzen Menschen ergriffen hat, jede Faser des Leibes, jede Regung des Herzens, jeden Gedanken des Geistes; eine mächtige Alchemie [...].«

GIVE LOVE BACK
ATA MACIAS UND PARTNER

EINE AUSSTELLUNG ZUR FRAGE:
WAS ANGEWANDTE KUNST HEUTE SEIN KANN.
13. SEPTEMBER 2014 – 11. JANUAR 2015
MUSEUM ANGEWANDTE KUNST, FRANKFURT AM MAIN

On Love or Not Taking Half Measures in Applied Art

The consequences of love are as numerous as the possible ways of understanding and practising it. It is the past from which we seem to learn more about it, from those who tried to make sense of love. A hundred and fifty-five years ago, for example, a book called 'L'Amour' by the French historian Jules Michelet was published. According to Friedrich Spielhagen in the foreword to the fifth edition, love, for the author, was "... no drama but an epos; a river, not in the instant of its overflowing but in the full extent of its course from the tiny trickle up in the mountains down to the level country through farmland and dreary stretches to the eternal sea; a progression 'in infinitum', not a finite but an infinite magnitude, a flame burning now brighter, now dimmer, but burning and spreading on and on until it has devoured every substance, until it has seized the entire human being, every fibre of his body, every flutter of his heart, every thought of his mind; a mighty alchemy ..."

In der Gegenwart erscheint die Sprache der Liebe weit weniger wortreich, doch spart sie nicht an einem »Mehr«. Von Give Love Back ist die Rede. Und damit kommt nicht die Liebe und was sie sein kann zur Sprache als vielmehr, was mit ihr geschieht. Denn von einem Zurückgeben ist die Rede, was zu der Annahme führen könnte, dass dem Gebenden – in diesem Fall der Gestalter, DJ und kreative Unternehmer Ata Macias – Liebe widerfahren ist. Allein die Art und Weise sowie der Zeitpunkt dieser von ihm erfahrenen Liebe entzieht sich unserer Kenntnis, darüber zu fabulieren wäre allzu spekulativ, und sollte uns auch nicht interessieren. Denn bei aller Reduktion, schließlich handelt es sich um lediglich drei Worte, tut sich etwas auf, was über diese drei Worte hinausweist: ein dialogischer Raum. Ein Raum zwischen einem Gebenden und mindestens einer das zu Gebende in Empfang nehmenden Person.

These days the language of love is far less verbose, but it does not economize on 'more'. What we're talking about here is Give Love Back. And here it is not love and what love can be that is up for discussion, but rather what happens with love. Because this is about giving back, which could lead to the assumption that the giver – in this case the designer, DJ and creative entrepreneur Ata Macias – has been given love. Already just the manner and the point in time of this love he has been given is something to which we are not privy, and to fabulate about it would be all too speculative and is none of our concern anyway! For however great the reduction – after all, what we're talking about here is three words long – something is taking shape here that points beyond those three words: a dialogical space. A space between the giver and at least one person receiving what is being given. A space that cre-



Kaiserstraße 23
60311 Frankfurt
+49 (0) 69 244 049 95

American Apparel

Made in USA—Sweatshop Free
americanapparel.net

Komplizenschaft entsteht, wenn
sich die Frage als there such a
thing as a consumer object, a fetish
object arises. Is it our
relation to that consumer object?

[...] wie folgt bearbeitet werden soll.
It is our relation to it that concerns
us. Es ist ein Verhältniss, jedoch nicht
KünstlerInnen, [...] wir werden zu
Interpretierenden undentscheidenden
so über den Stellenwert der
Ata

Gimme! Gimme! Gimme! @ Die Kuratorinnen der Ausstellung im Gespräch über Ata, das Museum und angewandte Kunst.

HALLO MAHRET

Du bist auf der fashion week in Berlin, und ich bin auf dem Rückweg aus London, wo ich mir William Blakes Bücher angeschaut habe. Gleichzeitig stecken wir beide in intensiven Vorbereitungen zu der Ausstellung »Give Love Back. Ata Macias und Partner«. Wie wir zu dem Titel immer dazuschreiben, ist es auch eine Ausstellung zu der Frage, was angewandte Kunst heute sein kann.

Was hältst Du davon, wenn wir diese Fragestellung hier thematisieren? Wir könnten es in der Tradition philosophischer Dialoge machen, etwa in Anlehnung an Karl Wilhelm Ferdinand Solgers Buch »Erwin. Vier Gespräche über das Schöne und die Kunst von 1815. Nur dass wir unseren Dialog in einer Art Ping-Pong-Verfahren via E-Mail – aber deutlich weniger konstruiert – führen. Die einzige Regel sollte sein, dass wir unseren Text mit einer Frage beenden.

Ich fang mal an: An den Museen mit unserem Sammlungsschwerpunkt, also angewandte Kunst oder Kunstgewerbe, finde ich es unbefriedigend, wenn die Dinge nur in Vitrinen oder auf Sockeln ausgestellt werden. Aus meiner Sicht werden solche Präsentationen weder Vasen, Rasierern noch Stühlen gerecht. Objekte angewandter Kunst entfalten doch ihre ästhetisch-sinnliche Wirkung erst aus ihrer Benutzung heraus. Zum Beispiel kann ich eine Teetasse aus Porzellan nur dann angemessen einschätzen und schätzen, wenn ich aus ihr Tee trinke und die Transparenz des nahezu

schwerelosen Porzellans zur Farbigkeit und zum Geschmack der Tee Flüssigkeit über meine Lippen in Beziehung bringe.

Ich meine damit nicht, dass wir nun ein Museum werden sollten, in dem jeder alles anfassen kann. Denn natürlich müssen Exponate vor Licht, Temperaturschwankungen und auch vor dem Berühren vieler Hände geschützt werden. Und sie brauchen vor allem auch eine Inszenierung im Sinne einer kuratorischen Interpretation.

Worum es mir tatsächlich geht, ist, die Frage zu stellen, ob es richtig ist, dass Objekte angewandter Kunst mit traditionellen Strategien bildender Kunst ausgestellt werden: Sockel oder Rahmen. Mir kommt dann der Verdacht, dass man darum auf dieses Präsentationsrepertoire bildender Kunst zurückgreift, um zu behaupten, dass Vasen, Rasierer oder Stühle Kunst sind. Statt zu begründen, warum sie angewandte Kunst sind, wird mit diesen klassischen Überhöhungsmitteln bloß ein Kunstanspruch behauptet. Wenn wir uns aber fragen, warum diese Dinge angewandte Kunst sind oder in welcher Hinsicht sie angewandte Kunst sind, dann komme ich zwangsläufig zu dem Ergebnis, dass sie es sind, weil man mit ihnen etwas tun kann, das ein Mehr an Wirkung leistet als ihre bloße Funktionalität. Zudem sind sie mehrheitlich nicht für ein Museum oder für einen Kunstkontext produziert worden, sondern als attraktive Ware.

Für angewandte Kunst brauchen wir also einen anderen Vermittlungsansatz als die

1

Gimme! Gimme! Gimme!

EVA LINHART & MAHRET KUPKA

bildende Kunst. Einen eigenständigen Ansatz, der den Besuchern die ästhetischen Wirkungsmöglichkeiten aus den Nutzungskontexten sowie Anwendungsmöglichkeiten der Dinge heraus in eine Ausstellung und ihre Inszenierung übersetzt. Das ist auch ein wesentlicher Aspekt des »Museums als Möglichkeitsraum, dem Ansatz von Matthias Wagner K und seiner Neupositionierung unseres Hauses. Dies zu entwickeln und an die angewandte Kunst angemessene Fragen zu stellen, ist für mich daher eine wichtige Aufgabe der Ausstellung »Give Love Back.

Ata Macias und seinen Gestaltungskosmos finde ich als Untersuchungsfeld ideal, weil er und seine Partner Dinge, Räume und Atmosphären produzieren, die auf eine Intensivierung der Lebenswirklichkeit zielen. Wie siehst Du das?

LIEBE EVA

Ich finde die Idee des Dialogs großartig! So lässt sich sicher auch unser Prozess von einer Idee hin zu einer Ausstellung mit Ata noch viel besser nachvollziehen. Wenn Du schreibst, dass »Objekte angewandter Kunst ihre ästhetisch-sinnliche Wirkung erst aus ihrer Benutzung heraus entfalten«, dann denke ich spontan an etwas, das ich mal bei Erika Fischer-Lichte zur »Macht der Dinge« gelesen habe. Ganz einfach gesagt, kann man davon ausgehen, dass Dinge an sich ja erst einmal nichts weiter sind, als das, was sie sind – ich spreche da von ihrer materiellen Erscheinung. Das verleitet natürlich in der ersten Annäherung dazu, diese Stofflichkeit auch zu beschreiben. Dann hat man da – so schreibst Du ja auch – ein Ding auf einem Sockel stehen, neben dem ein Schild hängt, auf dem dann allerlei Angaben zu u.a. Entstehungsjahr, Ursprungsort, Material und Technik stehen. Als Ausstellungsmacherin frage ich mich bei derartigen Präsentationen dann immer, was das dem durchschnittlichen Besucher bringt, diese

Information. Jemand, der in einem ähnlichen Feld kreativ arbeitet, mag vielleicht aus solchen Dingen Inspiration für die eigene Arbeit ziehen können. Alle anderen wissen dann nicht sehr viel mehr, als dass zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort ein bestimmtes Objekt entstanden ist, das nun im Original vor einem auf einem Sockel steht.

Jeder Kunstgeschichtsstudent muss sich irgendwann mit Walter Benjamins »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« beschäftigen. Er spricht von einem Auraverlust, der dem Ding widerfährt, wenn es aus einem ursprünglichen Kontext gelöst wird, sei es durch tatsächliche Versetzung oder auch durch die Fotografie. Viele Dinge verlieren ihre Aura auch einfach so, weil das Umfeld, die Kultur etc., in dem sie ihre Bedeutung einst entfaltet, verlorengeht. Ich denke, dass es die Aufgabe eines Hauses für angewandte Kunst sein sollte, diese Aura in gewisser Weise zu rekonstruieren. Und ich spreche da nicht von Epochenzimmern, das ist sicher nur eine Möglichkeit. Ich würde weiter gehen, indem ich versuche, das Objekt in seiner Bedeutung dem Betrachter so zu erklären, dass er es auch versteht und das vor seinem spezifischen Hintergrund, in der Zeit, in der er lebt und mit den Problemen, denen er sich konfrontiert sieht. Das Ding auf dem Sockel an sich kann das nicht leisten. Das kann man dann einfach schön finden oder auch nicht, es kann einem auch egal sein. Ich hoffe, ich klinge nicht allzu böse, wenn ich behaupte, dass es den meisten möglicherweise eher egal ist. Zugeben werden das vermutlich die wenigsten. Das liegt dann aber eher an einer gesellschaftlich geprägten Achtung vor Kunstobjekten. Diese Idee der Erhöhung eines Dings in die Sphäre der Kunst spricht Du ja auch an. Und ich stimme Dir zu, wenn Du schreibst, dass statt zu begründen, warum dieses bestimmte Objekt jetzt hier steht und in einem Rahmen der sogenannten angewandten

3

HI MAHRET

You're at the fashion week in Berlin and I'm on my way back from London, where I looked at the books of William Blake. At the same time, we're both up to our ears in preparations for the show »Give Love Back: Ata Macias and Partners«. It's also an exhibition about the question of what applied art can be today, a thought we've expressed in the subtitle.

What do you think of the idea of addressing that question here? We could do it in the tradition of philosophical dialogues, for example in the manner of Karl Wilhelm Ferdinand Solger's book »Erwin: Four Conversations about the Beautiful and Art« of 1815. Except that we would conduct our dialogue in a kind of ping-pong procedure via e-mail – and far less artificially. The only rule should be that we end each e-mail with a question.

I'll start: In museums devoted to our theme, in other words applied art or arts and crafts, I find it dissatisfying when the objects are simply shown in glass cases or standing on bases. In my opinion, presentations of that kind do justice neither to vases, the shavers nor the chairs. Because actually, the aesthetic and sensual impact of an object of applied art only really come into their own when the object is used. For example, I can really only duly judge and appreciate a porcelain teacup when I drink tea from it, and can relate the transparency of the virtually weightless porcelain to

the colour of the tea and the taste of it on my lips.

What I mean is that we should now become a museum in which everyone can touch everything. Naturally, the exhibits have to be protected from light, changes in temperature, and also from being touched by many hands. And above all, they have to be staged in the sense of a curatorial interpretation.

My real concern is to ask whether it is appropriate to exhibit objects of applied art with traditional strategies of the visual arts: on a base or in a frame. Then I start to suspect that the reason we resort to the presentation repertoire of the fine arts is so that we can claim that vases, shavers and chairs are art. Rather than explaining why they are applied art, all we do is claim their art status by means of these classical means of elevation or idealization. But when we ask ourselves why these things are applied art or in what respect they are applied art, I inevitably come to the conclusion that the reason is because you can do something with them that offers more in the way of impact than the mere fact of their functionality. What is more, most of them are not produced for a museum or art context, but as attractive merchandise.

For applied art we therefore need a different mediation strategy than for the visual arts. An independent strategy that translates the aesthetic potentials from the objects' utilization contexts / application possibilities into exhibitions and their staging.

2

EVA LINHART & MAHRET KUPKA

This is also a fundamental aspect of the »museum as a space of possibility«, the approach devised by Matthias Wagner K and the way he has repositioned our museum. The development of this approach, and the posing of appropriate questions regarding applied art, is accordingly an important aspect of the exhibition »Give Love Back«.

In my view, Ata Macias and his design cosmos provide an ideal opportunity for fieldwork on these matters, because he and his partners produce things, spaces and atmospheres that aim towards an intensification of life reality. How do you see it?

DEAR EVA

I think your dialogue idea is great! For one thing, it will make our process – from the idea to the actual exhibition with Ata – much easier to retrace and rethink. Your words »the aesthetic and sensual impact of an object of applied art only really comes into its own when the object is used« immediately reminded me of something Erika Fischer-Lichte wrote about the »power of things«. To put it simply, we can proceed on the assumption that, initially, things are nothing more than what they are – here I'm talking about their material appearance. When we first begin to acquaint ourselves with the object, this circumstance leads us to describe their materiality. Then – just like you wrote – what we have is a thing standing on a base, with a label hanging next to it telling us all kinds of information such as year of execution, place of origin, material and technique. As a curator, I always ask myself in these situations what that information gives the visitor. Someone working creatively in a similar field might be able to draw inspiration from it for his own work. Everyone else knows little more than that a certain object was made in a certain place at a certain time, and that the original is now standing on a base in front of him.

Sometime in the course of his studies,

every art history student has to read Walter Benjamin's »The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility«. There Benjamin talks about a loss of aura that happens to a thing when it's removed from its original context, whether through an actual change of location or through photography. And many things lose their aura because the environment, the culture, etc. in which they once held significance gets lost. I would say that what a museum of applied art should do is reconstruct that aura in a way. I'm not talking about period rooms; that's just one way of going about it. I would go a step further by trying to explain the object and its significance to the viewer in such a way that he can understand it – against his specific background, in the time in which he lives, and with the problems he finds himself confronted with. The object standing on the base, in and of itself, can't do that. You can find it beautiful or not, or you can be indifferent about it. I hope I don't sound all too negative if I speculate that most people may not really care about it much one way or the other. Probably most of them wouldn't admit it, but that's because in our society we pay deference to art objects. You already mentioned this idea of elevating a thing into the sphere of art. And I agree with you when you write that, rather than explaining why this particular object is standing here at this particular time and is presented within the framework of so-called applied art, it is assigned to the art context. But that also shows the age-old problem of defining art, doesn't it?

HELLO, DEAR MAHRET

You really picked up the pace ... I am also of the opinion that Benjamin's text should be part of every foundation course in art history. But when we talk about him, we have to be clear about the fact that the paradigm he takes as his point of departure is the concept of the original genius. He is proceeding on

4

Kunst präsentiert wird, ein Kunstanspruch behauptet wird. Das zeigt aber auch das altbekannte Definitionsproblem der Kunst, oder?

HALLO, LIEBE MAHRET

Du hast ja gut Fahrt aufgenommen ... Auch ich bin der Meinung, dass Benjamins Text zum Grundstudium der Kunstgeschichte gehören sollte. Wenn wir aber über ihn sprechen, dann müssen wir uns klarmachen, dass das Paradigma, von dem aus er startet, das Konzept des Originalgenies ist. Er geht von der Autorenkunst als dem Ausdruck eines Subjekts aus. (Das schreibe ich Dir unabhängig von der herausragenden Qualität seiner kritischen Introspektion in Bezug auf die Kunst des beginnenden 20. Jahrhunderts.) Weil er aber in den Kriterien der Geniekunst verhaftet ist, muss für ihn die Reproduktion eines Unikats zwangsläufig zum Auraverlust führen. Mit diesem Thema landen wir jedoch schon bei einer wesentlichen Unterscheidung zur angewandten Kunst, die ja in seltenen Fällen über ein Künstlersubjekt definiert wird. Das ist auch eines der wesentlichen Probleme in der Vermittlung angewandter Kunst. Unser Museum kann im Unterschied zu einem Haus mit bildender Kunst mit der Anbindung an einen psychologisch aufbereiteten Produzenten kaum aufwarten. Die Konsequenz ist, dass unsere Werke und Ausstellungen eben nicht über die wechselvolle Biografie oder die Psyche einer Künstlerpersönlichkeit erlebbar gemacht werden können. Denke an van Goghs abgeschnittenes Ohr oder an Joseph Beuys, der ja mit zwei Jahren schon wusste, dass er Künstler wird. (Oder war es Picasso?) Stell Dir umgekehrt vor, wir würden schreiben, Dieter Rams hat schon mit zwei Jahren gewusst, dass er einen Wecker für Braun gestaltet ... Angewandte Kunst provoziert andere Erwartungen als autonome oder bildende Kunst mit ihren Künstlermythen.

5

Gimme! Gimme! Gimme!

EVA LINHART & MAHRET KUPKA

Besucher, der ja auch nicht weiß, wie er angewandte Kunst betrachten soll, wundert sich, warum er einen Teller, den er aus seinem Alltag als einen möglicherweise dekorativen Gebrauchsgegenstand kennt, den er jederzeit nachkaufen kann, jetzt wie ein Gemälde betrachten soll. Passt diese Form der Überhöhung zu einem Teller?

LIEBE EVA

Deine klare Frage kann ich klar beantworten: nein. Natürlich kann man die handwerkliche Qualität des Tellers entsprechend würdigen. Aber das ist in der Regel ja auch nicht die Herangehensweise an Kunst. Es steht heute niemand mehr ernsthaft in einer Ausstellung und beurteilt die Exponate nach ihrer handwerklichen Qualität, ob z.B. die Installation auch ordentlich verschraubt ist. Ganz andere Fragestellungen sind entscheidend. Beim Teller ist schnell die Grenze erreicht. Da kann er noch so schön sein, er ist letztlich immer ein Gebrauchsding mit klarer Funktion. Doch diese Art der Funktion möchte ich nicht als Begrenzung verstanden wissen, schließlich gibt es doch Unterschiede zwischen den Dingen! Auf der anderen Seite funktioniert diese Form der von Dir beschriebenen Überhöhung ja nur, wenn man Kunst auch als etwas betrachtet, das sich nur auf einem Sockel oder innerhalb eines Rahmens zeigt. Das ändert sich auch gerade.

Ich denke da besonders an Ausstellungen wie die von Philippe Parreno im Palais de Tokyo oder Pierre Huyghe im Centre Pompidou, die wir gemeinsam letztes Jahr zur Ausstellungsvorbereitung gesehen haben. Besonders letzterer verabschiedet sich ja ganz bewusst von der Idee der Kunstausstellung, die einfach irgendwelche Kunst-gegenstände in einer bestimmten Anordnung zeigt, was dann letztlich als kuratorische Leistung bezeichnet wird. Er möchte in seinen Ausstellungen Menschen zu Erlebnissen zusammenführen, und das ist sowohl

7

Und wenn wir schon bei diesem Thema sind, dann muss ich noch auf etwas sehr Entscheidendes, was damit zusammenhängt, hinweisen. Bildende Kunst hat spätestens seit der Renaissance Strategien entwickelt (und dabei auf die Antike zurückgegriffen), welche über die Künstlerpersönlichkeit und eine Art Genealogie der Kunst bis heute eine Tradition des Kunstmythos kultivieren. Dazu gehört auch die Theoriebildung, über die der Machtanspruch bildender Kunst legitimiert wird.

Angewandte Kunst hat bislang kaum ein theoretisches Instrumentarium bereitgestellt. Wir haben zwar Designtheorien; Design und Produktdesign sind aber nur Teilaspekte angewandter Kunst. Denn es gehören ja noch Kunsthandwerk und Kunstgewerbe dazu. Diese Abwesenheit der Reflexion in Bezug auf diese Disziplin hat zur Folge, dass es kaum Kriterien für sie gibt. Oder anders formuliert: Wenn im Rahmen von Kunsttheorien angewandte Kunst thematisiert wird, dann immer nur in Abhängigkeit von der freien Kunst des Künstlersubjekts und seiner Produktivität als authentischem Ausdruck. Weil angewandte Kunst seit der Prägung des Begriffs gegen Ende des 18. Jahrhunderts eine Art Gebrauchs-kunst oder dienende Kunst ist, sinkt sie gegenüber dem Freiheitsanspruch der autonomen Kunst ab, beziehungsweise – um es etwas weniger salopp zu formulieren – sie kommt immer nur defizitär rüber: als eine Art Kunst zweiter Klasse.

Diese Abwesenheit von eigener Theoriebildung hat natürlich unangenehme Begleiterscheinungen. Zum einen wird angewandte Kunst im Rahmen des Kunstgeschichtsstudiums nicht unterrichtet. Das heißt, dass ein fertig studierter Kunsthistoriker keine systematisch-kunstwissenschaftliche Ahnung von angewandter Kunst hat. Vielleicht ist das der Grund, warum bemalte Teller wie Gemälde auf Porzellan auf den von Dir oben erwähnten Schildchen für den Besucher aufbereitet werden. Und der



03



04



05



06

the assumption of 'author art' as the expression of a subject. (I say that independently of the outstanding quality of his critical introspection with regard to the art of the early twentieth century.) But because he was confined to the criteria of genius art, the reproduction of a 'unicum' must inevitably lead to the loss of aura. This theme, however, already takes us directly to a fundamental difference between art and applied art, since the latter is very rarely defined by way of an artist subject. That's also one of the fundamental problems in the mediation of applied art. Unlike a museum of fine arts, our museum can hardly make reference to a psychologically 'processed' producer. The consequence is that our works and exhibitions cannot be brought to life by citing the chequered biography or the psyche of an artistic personality. Take, for example, van Gogh cutting off his ear or the fact that Joseph Beuys already knew he would be an artist at the age of two. (Or was that Picasso?) And imagine, conversely, us writing that Dieter Rams already knew he was going to design an alarm clock for Braun at the age of two... Applied art doesn't give rise to the same expectations as autonomous or visual arts with their artist legends.

And while we're at it, I have to mention something very important that's related to that. Since the Renaissance (if not earlier), the fine arts have (with recourse to antiquity) developed strategies that – by way of the artist personality and a kind of genealogy of art – still cultivate a tradition of the art myth to this day. This also encompasses the formation of theory by way of which fine art's 'claim to power' is legitimized.

Applied art has hardly created a theoretical framework for itself to date. We have design theories, but design and product design are only one aspect of applied art. Because applied art also includes handicrafts and arts and crafts. The absence of reflection on this discipline results in the

EVA LINHART & MAHRET KUPKA

almost complete lack of criteria for it. In other words, when applied art is addressed in the framework of art theory, then always in dependency on the free art by the artist subject and his productivity as authentic expression. Because of the fact that, since the coining of the term around the end of the eighteenth century, applied art has been a kind of utilitarian or servient art, it somehow pales vis-à-vis autonomous art's claim to freedom. Or to put it bluntly, it always seems somehow deficient, like a kind of second-class art.

This absence of a theoretical framework naturally has unpleasant side effects. For one thing, applied art is not included in the study of art history. As a result, a certified art historian does not have any systematic, art-theoretical idea of applied art. Maybe that's the reason why the labels you mentioned present painted plates like paintings on porcelain. And the visitor, who also doesn't know how to encounter applied art, wonders why he should suddenly look at a plate he is familiar with from everyday life, which for him is a decorative article of daily use, and which he can purchase any time he likes, as if it was a painting. Is this form of elevation suitable for a plate?

DEAR EVA

I can give you a clear answer to your clear question: no. Naturally, we can pay tribute to the quality of the plate's craftsmanship. But as a rule that's not how we engage with art. Nobody these days goes to an exhibition and seriously judges the objects with regard to the quality of the workmanship, for example whether the parts of an installation have been properly screwed together. The decisive issues are of an entirely different nature. With a plate, you reach the limits pretty soon. No matter how beautiful it is, it's always ultimately a utilitarian object with a clear function. But I would like for this function not to be understood as a limitation;

6

EVA LINHART & MAHRET KUPKA

after all, there are differences between the objects! On the other hand, this form of elevation, of the kind you described, only works if you think of art as something that only presents itself on a base or within a frame. But that's changing at the moment.

Here I'm thinking of exhibitions such as the one of Philippe Parreno at the Palais de Tokyo or of Pierre Huyghe at the Centre Pompidou which we visited together last year in preparation for the show. Particularly the latter departed quite deliberately from the idea of an art exhibition that simply shows some art objects in a certain arrangement, which is then ultimately referred to as a curatorial accomplishment. In his exhibitions, Huyghe wants to bring people together for experiences, and that's something both Parreno and Huyghe succeed in doing. The individual object is hardly important anymore; instead the exhibition as such, the atmosphere, the experience, the memory of it make up the fundamental aspects. A few weeks ago I was at the Museum Ludwig in Cologne, where the Pierre Huyghe exhibition travelled to after Paris, because it made such an impression on me in Paris and I would have liked to stay much longer. Now I had the opportunity to do just that in Cologne. A fundamental difference between classical art and applied art is definitely the applicability of the latter, although here I don't want to go into the matter of utility. I really like your description "more in the way of impact than the mere fact of their functionality". This extra impact – and now I'm finally getting around to the reference to Fischer-Lichte I already promised in my last e-mail – I would describe as power. In its extreme form, the object then has power in the form of a magic object, a relic or a fetish. But I don't even want to go that far here – although I do think that the contemplation of the fetish would tell us quite a lot about how this kind of power works. Karl Marx also took this route.

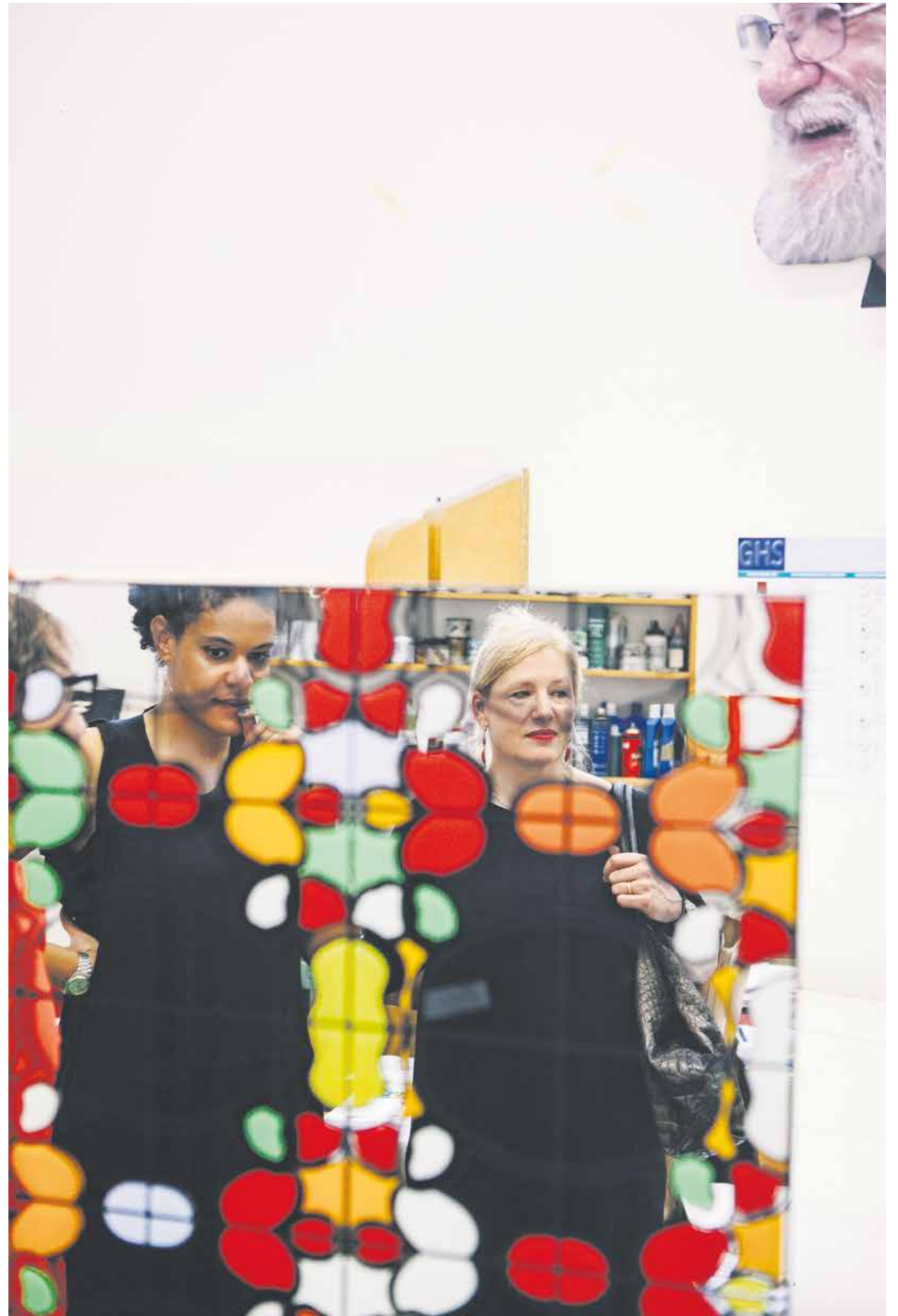
This power is something that has been culturally produced. You call it 'more', i.e. a kind of added value that exceeds the value of something else. In that sense – to refer to the question you posed at the end of your e-mail before last – I see Ata's design cosmos as an ideal place to carry out fieldwork. Because strictly speaking the Plank is just a café in the station district, the Club Michel restaurant for friends, the Robert Johnson just some disco in Offenbach, and you could add that they have a few T-shirts and posters there. Why, you might ask – and we certainly will be asked – why make a museum exhibition out of that? Naturally, Plank and co. aren't just random places. 'ZEITmagazin' once referred to the Robert Johnson as the best club in Germany; the station district was once considered an eyesore to be avoided in the heart of Frankfurt, the city that in 2014 was proclaimed one of the '52 places to go' in the world by the 'New York Times'. But how does something like this come about? What exactly constitutes this added value or the greater power exerted by the places, or how does the "intensification of life reality" – as you wrote – manifest itself? That's what we're trying to get to the bottom of, and in this context our project once again coincides with the general question as to the 'exhibitability' of applied art.

I would like very much to delve deeper with you about what you call the "intensification of life reality". I'm always in favour of intensity. But I'd still be interested more exactly in how you define this phrase.

DEAR MAHRET

I'd like to try that with the aid of Ata Macias's strategies. On the one hand, his projects – whether the Robert Johnson, the Plank, furniture, or posters – are accessible to everyone and affordable. In that sense he integrates all of us. He allows us to participate in his world as our life reality. But my line of reasoning goes further. He integrates us all

8



auch noch die Möglichkeit hat, sie zu kaufen und dann zu Hause nach eigenen Wünschen zu gebrauchen. Diese Erfahrungsmöglichkeit, die über das bloße Schauen hinausgeht, fehlt bei der klassischen Präsentation des Tellers auf dem Sockel – um beim alten Beispiel zu bleiben – völlig. Ich glaube darüber hinaus, dass allein die Möglichkeit des Kaufs schon den Unterschied ausmacht. Selbst wenn ich mir das Ding nicht kaufen kann, weil es zu teuer ist, so wirft es die Imaginationsmaschine an. Zu was für einem Menschen würde mich der Besitz dieses Dings wohl machen? Was würden die Gäste, die ich von diesen Tellern essen lasse, von mir denken? Derartige Gedanken, die eigentlich einem Ding ja erst ihre Bedeutung geben, werden im Museum einfach abgeschnitten. Im sterilen Raum wird geschaut und bestenfalls bewundert. Geträumt wird erst wieder im Museums-shop am Ausgang.

In einem der Bücher meines Doktorvaters Wolfgang Ullrich las ich, dass »gerade weil man kaufen und dann haben kann, was in seiner Schönheit charaktvoll-menschlich anmutet, werden Begehrlichkeiten geweckt. Wir finden Eigenschaften, die uns besonders sympathisch sind, in einem Kleidungsstück, einer Lampe oder einem Füller wieder und geraten in einen regelrechten Rausch des Habenwollens.« Bei den meisten Menschen ist, glaube ich, dieses Habenwollen auch ein theoretisches Habenkönnen geknüpft. Das, von dem ich von Beginn an weiß, dass ich es nicht haben kann, weil es beispielsweise in einem Museum ausgestellt ist, möchte ich möglicherweise auch gar nicht haben. Ich begnüge mich mit einem Poster oder einem Regenschirm mit Bildmotiv aus dem Museums-shop. Ich käme kaum auf die Idee, eine Museumsaufsicht nach dem Preis zu fragen oder den Wert zusammenzusparen. Zum anderen wollen wir die Dinge auch haben, weil sie, so Ullrich, einen Bedarf nach Geltung kompensieren. Sie haben die

Fähigkeit, die schmerzlich empfundene Differenz zwischen dem, was wir sind und dem, was wir sein wollen, auszugleichen. Das Ding füllt eine Leerstelle. Dazu muss ich aber die Möglichkeit haben, irgendwie zu ihm in Beziehung zu treten. Welche Freude macht mir die Party, die ich nur durch eine Glasscheibe beobachten kann? Sofern meine Vorstellung von Partizipation über die rein voyeuristische hinausgeht, werden bei dieser Art der Teilhabe essentielle Sinne unberührt gelassen. Ein wenig so, als versuchte mir jemand den Geschmack eines Gerichts zu beschreiben oder die Farben eines Sonnenuntergangs. Allein die Imagination vermag das eigentliche Erleben zu ersetzen. Was sagt mir ein Stück Stoff auf einer Schaufensterpuppe über die Veränderung meiner Motorik durch das Tragen des Kleides, meine Wirkung auf meine Umgebung, das haptische Erleben des Materials auf meiner nackten Haut? Nichts. Und wenn schon nicht die Möglichkeit der eigenen Erfahrung gegeben ist, so sollte das Ziel sein, diese zumindest so zu beschreiben, dass der Betrachter auch in der Lage ist, es sich vorzustellen.

Zusammenfassend muss ich dann wohl folgendermaßen auf Deine Fragen antworten: Wird durch diese Konzentration im Angebot aus der Ware Kunst? Nein. Allerdings lässt die exponiertere Ausstellung der Dinge im Concept Store Raum für Imagination, die den Dingen ermöglicht, ihre Macht zu entfalten. Und ja, ein Concept Store ist eine Art Galerie für angewandte Kunst, weil erst dieser Ort die Brücke schlägt zwischen Objekt und Idee. Eine gute Ausstellung angewandter Kunst sollte somit immer die Phantasie des Besuchers beflügeln, was nur gelingen kann, wenn die Dinge ihn emotional berühren. Im Store klappt das über den Konsum. Das Museum muss eigene Wege finden, beispielsweise über die persönliche Erfahrung oder die Erinnerung, ähnlich wie bei dem Robert-Johnson-Plakat, das ja auch seinen Wert über die Erinnerung an

sation; they fulfil a need for recognition. Things have the ability to offset the painful difference between what we are and what we want to be. The thing fills a void. But in order for the thing to fulfill that purpose, I have to have some means of entering into a relationship with it. What fun would a party be that I could just watch it through a window? To the extent that my conception of participation goes beyond pure voyeurism, essential senses are left untouched by this kind of participation. A bit as if someone tried to describe the taste of some dish to me, or the colours of a sunset. The imagination alone is incapable of substituting for the actual experience. What does a piece of cloth on a shop window mannequin tell me about how wearing the dress changes my motor function, the impact I'll have on my surroundings, the haptic experience of the material on my naked skin? Nothing. And if there really is no means of experiencing something personally, then the aim should be to at least describe it in such a way that the visitor can imagine it.

So to sum up, I guess I would answer your questions as follows: Does this concentration in the offer render the merchandise art? No. The more flamboyant exhibition of things in a concept store, however, leaves room for imagination, which in turn allows the objects' power to manifest itself. And yes, a concept store is a kind of gallery of applied art because it takes this place to forge a link between the object and the idea. A good exhibition of applied art should accordingly lend wings to the visitor's fantasy, which can only be achieved if the objects touch him emotionally. In the store, this works by way of consumption. The museum has to find its own ways, for example via personal experience or memory, in a manner similar to the Robert Johnson poster that obtains its value via the memory of the evening out at the club, as you already described.

Phew! I could just go on thinking and writing ... The fact that there is no established theory of applied art naturally leaves us wonderful scope to fill. In any case, I see it as a challenge I am delighted to accept – a challenge we are gladly accepting with this exhibition. In this spirit, I look forward to further productive collaboration!

HELLO, DEAR MAHRET

Yes, the field is very open and we will carry on. I'm very excited about our book publication in conjunction with the show – on the one hand it will be a kind of documentation and on the other hand it will formulate specific questions on applied art for the first time. What do you think – should we offer this publication for subscription? Let's talk about it when we're both back at the museum. We could offer it on our website ...

Eva Linhart is the head of the Department of Book Art and Graphics at the Museum Angewandte Kunst and curates numerous exhibitions devoted to this theme. In addition to the 'aesthetics of genius', her research fields include the question of the 'aesthetic boundary' and the positioning of the artistic book object as a 'performative art space'. She obtained her doctorate under Gottfried Boehm at the Universität Basel on the theme of 'The Concept of the Passion in Modernism' as mirrored in Ensor's depictions of Christ.

Mahret Kupka has been a curator at the Museum Angewandte Kunst since 2013. Her responsibilities include the research, localization and presentation of fashion and corporeality as performatively generated cultural phenomena. She will complete her doctorate under Wolfgang Ullrich at the Hochschule für Gestaltung, Karlsruhe on the topic of 'Fashion Blogs as Effect and Result of Cultural Value Production' at the end of 2014.

Gimme! Gimme! Gimme!

den Clubabend erhält, Du beschreibst es bereits.

Uff. Ich könnte immer weiter denken und schreiben ... Dass es keine festgeschriebene Theorie der angewandten Kunst gibt, lässt da natürlich einen großartigen zu füllenden Spielraum. Ich sehe das in jedem Fall als eine Herausforderung, der ich mich mit Freude stellen möchte – der wir uns mit dieser Ausstellung mit Freude stellen. In diesem Sinne, auf eine weitere fruchtbare Zusammenarbeit!

HALLO, LIEBE MAHRET

Ja, das Feld ist sehr offen, und wir machen weiter. Ich freue mich schon sehr auf unsere Buchpublikation zur Ausstellung, die einerseits eine Dokumentation werden soll und die gleichzeitig auch erstmals spezifische Fragestellungen zur angewandten Kunst formulieren wird. Was meinst Du, sollen wir diese geplante Publikation zur Ausstellung zur Subskription anbieten? Lass es uns, wenn wir beide wieder im Museum sind, besprechen. Am besten machen wir das über unsere Website ...

Eva Linhart leitet die Abteilung Buchkunst und Grafik am Museum Angewandte Kunst und kuratierte zahlreiche Ausstellungen zu diesem Bereich. Zu ihren Forschungsgebieten zählen neben der »Genieästhetik die Frage nach der »ästhetischen Grenze sowie die Positionierung des künstlerischen Buchobjekts als eines »performativen Kunstraums«. Sie promovierte bei Gottfried Boehm an der Uni Basel über den »Passionsgedanken in der Moderne« entlang der Christusbildungen Ensors.

Mahret Kupka ist seit 2013 Kuratorin am Museum Angewandte Kunst. Zu ihren Aufgaben zählt die Erforschung, Verortung und Darstellung von Mode und Körperlichkeit als performativ erzeugte Kulturphänomene. Ende 2014 wird sie ihre Promotion bei Wolfgang Ullrich an der Hochschule für Gestaltung, Karlsruhe, zum Thema »Modeblogs als Effekt und Ergebnis kultureller Werteproduktion« abschließen.



nen, für präsentieren die irma-
tive oder manchmal auch kritische
Aufbau seiner Objekte. Räume
un-

Do my copy comes about when the user
such as things as a consumer object in the
an art object, or in your role on to their
[...] can be assessed independently to be
related to it that cannot be. It is, not the
was the interpretive, and was decided in
of what the Museum and perhaps a relevant
conditions for producing the will make of
critical role of his objects, as well as his

MUSEUM ANGEWANDTE KUNST

MUSEUM ANGEWANDTE KUNST

MUSEUM ANGEWANDTE KUNST

ART OR INDUS TRY

Robert Johnson
Nordring 131, 63067 Offenbach am Main
www.robert-johnson.de

Ein Raum, der eine Form des Zusammenseins begründet, das plötzlich und unerwartet entstehen kann, weil etwas überrascht, weil eine Person die Fähigkeit besitzt, sich aus einer Haltung individueller Autonomie zu lösen und zu einer Komplizenschaft einlädt. Komplizenschaft aber ist nicht nur der Liebe anverwandt, sondern zugleich ein zeitgenössisches Konzept von Gemeinschaft in infinitum. Komplizenschaft kann entstehen, wenn zwei oder mehrere Freunde oder Partner sich zusammenfinden, um Dinge, Räume oder gar die unmittlere Lebenswelt zu verändern – aus etwas Vorhandenem etwas Neues, Anderes machen. Komplizenschaft entsteht, wenn sich die Frage »Is there such a thing as a consumer object, a fetish object, an art object, or is it our relation to it that concerns us?«, gestellt von amerikanischen Künstler Haim Steinbach in einer Podiumsdiskussion 1986 in der Pat Hearn Gallery in New York, die sich unter dem Titel »From Criticism to Complicity« der Komplizenschaft von Künstlerinnen und Kommerz, Kunst und Kunstmarkt widmete, klar und wie folgt beantwortet lässt: It is our relation to it that concerns us. Es sind wir, jedoch nicht die Künstlerinnen, sondern die BesucherInnen einer von Ata Macias und Partnern gestalteten Bar, wir, die wir ein Plakat als Erinnerung an eine durchtanzte Nacht im Robert Johnson uns schenken lassen und mitnehmen, wir, die wir seiner Einladung zum Essen im Club Michel folgen – wir werden zu InterpretInnen und entscheiden so über den Stellenwert des von Ata Macias und Partner Geschaffenen, wir produzieren die affirmative oder manchmal auch kritische Aufladung seiner Objekte, Räume und Lebenswelten mit.

Es ist ein Mehr an Wirkung in diesen von Macias, Partnern und uns geschaffenen Orten und Dingen. Es ist ein Irrtum zu meinen, dass es die Vergangenheit ist, von der wir mehr über die Liebe zu erfahren scheinen. Denn es ist ein Mehr an Sprache, ein utopisches Moment in diesen drei Worten: Give Love Back.

Matthias Wagner K
Direktor Museum Angewandte Kunst

GIVE LOVE BACK
ATA MACIAS AND PARTNERS
AN EXHIBITION ON THE QUESTION OF WHAT
APPLIED ART CAN BE TODAY
13 SEPTEMBER 2014 – 11 JANUARY 2015
MUSEUM ANGEWANDTE KUNST, FRANKFURT AM MAIN

ates a form of togetherness that can occur suddenly and unexpectedly because something is surprising, because a person is capable of departing from an attitude of individual autonomy and invites others to join him in complicity. Complicity, however, not only bears an affinity to love, but is at the same time a contemporary concept of community 'in infinitum'. Complicity can come about when two or more friends or partners come together to change things, spaces, or even their immediate life surroundings – to turn something existing into something new and different. Complicity comes about when the question "Is there such a thing as a consumer object, a fetish object, an art object, or is it our relation to it that concerns us?" – posed by the American artist Haim Steinbach in 1986 at the Pat Hearn Gallery in New York within the framework of a panel discussion entitled 'From Criticism to Complicity' and devoted to the complicity of artists and commerce, art and the art market – when this question can be answered clearly and as follows: It is our relation to it that concerns us. It is we, not the artists but the visitors to one of the bars created by Ata Macias and partners, we who as a memory of a night of dancing till dawn at the Robert Johnson ask for a poster and take it home with us, we who accept his invitation to come and eat at Club Michel – we are the interpreters, and we decide the significance of what Ata Macias and partners have created, we contribute to producing the affirmative or sometimes critical aura of his objects, spaces or lifeworlds.

There is added impact in these places and things created by Macias, partners and us. It is a mistake to think that it is the past from which we seem to learn more about love. Because there is added language, something utopian in these three words: Give Love Back.

Matthias Wagner K
Director, Museum Angewandte Kunst

Mess.

◦ »Gibt es so etwas wie einen Konsumgegenstand, einen Fetisch-Gegenstand, einen Kunstgegenstand, oder geht es uns um unsere Beziehung dazu?«
 ◦ "Is there such a thing as a consumer object, a fetish object, an art object, or is it our relation to it that concerns us?"

Haim Steinbach, 1986
 Pat Hearn Gallery, New York



◦ Mit »Dornbracht Conversations« startete Dornbracht eine Plattform für den Diskurs zwischen den Disziplinen Architektur, Design und Kunst. Zentrale Fragen und Erkenntnisse fließen in eine Lecture zur Ausstellung ein, bei der Mike Meire und Dornbracht zu Gast sein werden.

◦ With »Dornbracht Conversations«, Dornbracht established a platform for discourse between the disciplines of architecture, design and art. Key questions and findings from within that context will be topics of a lecture on the exhibition at which Mike Meire and Dornbracht will be our guests.



Gerade weil man kaufen und dann haben kann, was in seiner Schönheit charaktervoll-menschlich anmutet, werden Begehrlichkeiten geweckt, die einem Sich-Verlieben ähneln. Wir finden Eigenschaften, die uns besonders sympathisch sind, in einem Kleidungsstück, einer Lampe oder einem Füller wieder und geraten in einen regelrechten Rausch des Habenwollens.*

Buy

Precisely the fact that it is possible to buy and then possess what, in its beauty, comes across as full of character in a very human way sparks a covetousness that resembles falling in love. We find qualities that seem especially likeable to us in an article of clothing, a lamp, or a fountain pen, and are overcome by a veritable frenzy of desire.*

* Wolfgang Ullrich: Habenwollen, Frankfurt 2009, S. 36 f.

◦ Pierre Bourdieu sagt, dass der vergesellschaftete Mensch Geschmacksurteile vor seinem jeweiligen kulturellen Hintergrund trifft. Wir mögen etwas, weil wir gelernt haben, es zu mögen oder auch weil es sich dazu eignet, unsere Einbildungskraft zu stimulieren, die wiederum auf unsere gewünschte Position innerhalb eines gesellschaftlichen Gefüges verweist. Wolfgang Ullrich schreibt, dass die Dingwelt als Reaktion auf einen Kompensationsbedarf zu verstehen ist. Die Dinge hätten demnach die Fähigkeit, die schmerzlich empfundene Differenz zwischen dem, was wir sind und dem, was wir sein wollen, auszugleichen. Das Ding füllt eine Leerstelle.

◦ Pierre Bourdieu says that the socialized human being arrives at judgements of taste against his respective cultural background. We like something because we have learned to like it or because it is capable of stimulating our power of imagination, which in turn points to the position we would like to occupy within a social framework. Wolfgang Ullrich writes that the world of things is to be understood as a reaction to a need for compensation. Things, he observes, have the ability to offset the painful difference between what we are and what we want to be. The thing fills a void.

Mahret Kupka
 Kuratorin / curator

Partner, Sponsoren & Beteiligte

Partners, sponsors & contributors

2ndHome

Wie der Name transportiert, erleben Kunden im 2ndHome ein zweites Zuhause. Als tragendes Konzept wurde 2ndHome von Geschäftsführerin Susanne Theisen wie ein real bewohntes Apartment eingerichtet. Für »Give Love Back« übernimmt die Designliebhaberin nun die Führung des Concept Stores »Buy Give Love Back« innerhalb der Ausstellung und bereichert diesen durch besonders ausgewählte Produkte ihrer Markenpartner.

As the name suggests, the 2ndHome shop is like a second home for its customers. Manager Susanne Theisen's underlying concept is the decoration of 2ndHome like a real, lived-in apartment. For »Give Love Back« the design enthusiast is taking over the management of the »Buy Give Love Back« concept store within the exhibition and enhancing it with specially selected products from among her brand partners' assortments.

adidas

Bekannt als bedeutende internationale Sportbekleidungs-Marke engagiert sich adidas auch als Förderer künstlerischer Talente. Eigens für die Ausstellung entstand durch den Künstler Jan Paul ein personalisierter adidas Originals-Schuh, der in signierter Edition im Concept Store der Ausstellung erhältlich sein wird.

Known as a prominent international sportswear brand, adidas is also dedicated to supporting artistic talent. Especially for the show, artist Jan Paul created a personalized »adidas Originals« shoe, a signed edition of which will be available in the exhibition's concept store.

American Apparel

Als erster Store auf dem europäischen Markt wurde American Apparel vor 10 Jahren in genau der Location Frankfurts eröffnet, in der zuvor der legendäre Bergmann-Concept Store beherbergt war. Farbenfrohe Kollektionen für Frauen, Männer, Jugendliche und Kinder umfassen neben den Basics auch Leder- und außergewöhnliche Offbeat-Designs.

Ten years ago, the American Apparel company opened its first European store in precisely the location that had previously housed the legendary Bergmann concept store. In addition to basics, the colourful collections for women, men, teens and children also encompass leather and out-of-the-ordinary offbeat designs.

Arnold Holstein GmbH

Aus einer Ein-Mann-Kupferschmiede avancierte das Unternehmen von Arnold Holstein innerhalb von 50 Jahren zum weltweit anerkannten Destillieranlagenhersteller. Seine innovativen Anlagen sorgen für Brände höchster Klasse, die schon vielen Produzenten zur Ehrung beim IWSC London verholfen haben. Eine Arnold Holstein-Destille wird in der »Bibliothek des Erlebens« zu bestaunen sein.

Within fifty years, Arnold Holstein's one-man copersmith's shop advanced to become a distillery equipment manufacturer recognized worldwide. Top-notch brandies are made with his innovative systems, which have helped many a producer to IWSC (International Wine and Spirit Competition) awards. An Arnold Holstein distillery will be on display in the »Bibliothèque Recherche«.

Christian Beißwenger

Seit mehr als 15 Jahren produziert Christian Beißwenger in den verschiedensten Konstellationen wie auch solo elektronische Musik. Der ausgebildete Toningenieur und Dozent am Soundlab der Frankfurter Städelschule wird für die Ausstellung das digitale Review rund um Robert Johnson auditiv umsetzen.

Christian Beißwenger has been producing electronic music for more than fifteen years, alone and in a wide range of different constellations. The trained sound engineer and lecturer at the Frankfurt Städelschule's

Soundlab will realize the audio elements of the digital review revolving around Robert Johnson.

Heiner Blum

Professor Heiner Blum lehrt seit 1998 das Fach »Experimentelle Raumkonzepte« an der HG in Offenbach. Mit der Hochschule in Kooperation präsentiert er »Robert Johnson Theorie«. Jeweils zwei Stunden vor der eigentlichen Clubnacht geben Musiker, Autoren und DJs zu Themen der Kultur, Produktion und Rezeption elektronischer Musik ihr Wissen zum Besten. Zur Ausstellung wird es »Give Love Back«-Lectures im Robert Johnson geben.

Professor Heiner Blum has been teaching Experimental Spatial Concepts at the HG in Offenbach since 1998. In cooperation with that design school he is presenting the »Robert Johnson Theory«. Beginning two hours before each club night, musicians, authors and DJs will talk about the culture, production and reception of electronic music. Within the framework of the exhibition he will host »Give Love Back« lectures at the Robert Johnson.

Boiler Room

Die Idee von Boiler Room stammt aus London und basiert auf der Live-Übertragung eines Clubevents via Video-Stream. Die Events selbst werden meist erst kurz vorher angekündigt und sind nur limitiert zugänglich. Im Rahmen von »Give Love Back« wird ein »Boiler Room« mit den DJs Ata Macias und Gerd Janson im Museum Angewandte Kunst stattfinden.

The Boiler Room idea comes from London and is based on the live broadcast of a club event via video stream. The events themselves are usually announced at short notice and the number of persons admitted is limited. Within the framework of »Give Love Back«, a »Boiler Room« will take place at the Museum Angewandte Kunst with the DJs Ata Macias and Gerd Janson.

brandbook

Die individuell für Firmenkunden produzierten Notizbücher – made in Germany – zeichnen sich durch außergewöhnliche Einbandmaterialien, Papiere, Druck- und Veredelungstechniken aus und machen aus einem Notizbuch einen unverwechselbaren Markenbeschaffer. Seit 2012 sind auch Bücher des eigenen Labels nun in ausgewählten Läden weltweit zu finden. Eine eigens für die Ausstellung produzierte Edition ist im »Buy Give Love Back«-Concept Store erhältlich.

The notebooks individually produced for corporate clients – and made in Germany – are distinguished by exceptional book cover materials, papers, printing and refinement techniques and turn a notebook into a distinctive brand ambassador. Books bearing brandbook's own »nuuna« label have also been available in selected shops since 2012. An edition produced especially for the exhibition is available at the »Buy Give Love Back« concept store.

Dennis Busch

Künstler, Musiker, Illustrator, Herausgeber, Mode- und Schallplattenlabelbetreiber – Dennis Buschs Repertoire ist vielfältig. Ata Macias ist über seine Collagearbeiten auf Dennis aufmerksam geworden und hat ihn eingeladen, das Robert Johnson zu gestalten. Ein Teil des in diesem Rahmen entstandenen Wallpapers wird auch in der Ausstellung zu sehen sein.

Artist, musician, illustrator, publisher, fashion and record label entrepreneur – Dennis Busch's repertoire is multifaceted. It was Dennis's collage works that drew Ata Macias's attention to him; Macias then invited him to design the Robert Johnson. Examples of the wallpaper created within that context will be on view in the show.

Camper

Camper ist eine Schuhmarke, 1975 im Herzen von Mallorca gegründet. Die Camper Icons Pelotas and Twins repräsentieren die Authentizität der Marke, die Handwerk und High-Tech-Fertigkeiten vereint. Camper Together bezeichnet ein Kollaborationsmodell mit führenden Designern, die exklusive Produkte und Shop-einrichtungen gestalten. Bernhard Wilhelms Liebe zur Provokation vereint sich im »Himalayan« mit der freidenkenden Attitude von Camper. Im Concept Store der

Ausstellung wird eine Auswahl der Kollektion präsentiert sein, und darüber hinaus beteiligt sich Camper an der Produktion der »Give Love Back«-Zeitung.

Camper is a shoe brand founded in 1975 in the heart of Mallorca. The Camper icons Pelotas and Twins represent the authenticity of a brand that combines handicraft and high-tech. »Camper Together« is the name of a model for collaboration with leading designers of exclusive products and shop interiors. »Himalayan« unites Bernhard Wilhelm's penchant for provocation with Camper's freethinking attitude. The exhibition concept store will present a selection from the Camper product range; Camper is also involved in the production of the »Give Love Back« newspaper.

Graziano Capitta

Der Städelschüler lebt und arbeitet als Künstler in Frankfurt. Des Weiteren kann man ihn im Bahnhofsviertel antreffen, wo er in der Plank Bar seine neuen Cocktailkreationen vorstellt und jeweils den passenden Soundtrack dazu auflegt. Für die »Give Love Back«-Zeitung stand uns Graziano Capitta mit seinem künstlerischen Talent ebenfalls zur Seite.

The Stadel student is an artist living and working in Frankfurt. He can also be encountered in the station district where he presents his new cocktail creations at the Plank Bar and plays the soundtracks that go with each of them. For the »Give Love Back« newspaper, Graziano Capitta likewise supported us with his artistic talent.

Erinç Cooley

Cooley studierte Gesellschaftswissenschaften, liebt Forschung und Biologie. So erstaunt es wenig, dass sie sich bestens in der Welt der Tiere auskennt. In der künstlerischen Umsetzung gelingt ihr scheinbar mühelos, Lebewesen in Trompe-l'œil-Technik so zu malen, als wären sie fotografiert worden. Ihre Edition für den Concept Store »Buy Give Love Back« beinhaltet den Versuch, »Fernando« wiederzubeleben – ein Kater, der auf einem alten bestickten Kissen entdeckt und gerettet wurde.

Cooley studied the social sciences and loves research and biology. It is thus hardly surprising that she is very knowledgeable about the world of animals. In her artwork she paints living creatures in trompe-l'œil technique, as realistically as if they had been photographed, and seemingly without effort. Her edition for the »Buy Give Love Back« concept store is an attempt to revive »Fernando« – a tomcat discovered on and rescued from an old embroidered cushion.

Sandra Doeller

Die selbständige Designerin arbeitete im Duo »Doeller & Satter«, ist Mitbegründerin des »Design-Verein Frankfurt e.V.«, war Jury-Mitglied beim »Förderpreis für junge Buchgestaltung« und unterrichtet seit 2011 Typografie an der Hochschule Darmstadt. Gemeinsam mit Gabi Schirmmacher ist sie Ko-Entwicklerin der Ausstellung und insbesondere verantwortlich für die Gestaltung der Kommunikationsmittel und der Zeitung.

The free-lance designer is one half of the duo »Doeller & Satter« and a co-founder of the »Design-Verein Frankfurt e.V.«, was a member of the »Förderpreis für junge Buchgestaltung« jury and has been teaching typography at the Hochschule Darmstadt since 2011. Along with Gabi Schirmmacher she co-developed the exhibition, in which context she was in charge of designing the communication media and the newspaper.

Dornbracht

Culturing Life. Dornbracht gilt als Vorreiter für eine Kultivierung von Lebensräumen, die den Blick auf Bad und Küche revolutioniert hat. International vielfach ausgezeichnet, steht das Unternehmen für höchste Manufakturqualität, fortschrittliche Produktion und innovatives Design. Durch das langjährige Kulturengagement im Rahmen der Culture Projects liefert Dornbracht kontinuierlich neue Impulse und treibt die Innovations- und Technologieführerschaft in den Lebensräumen Bad und Küche voran. Dornbracht beteiligt sich an der »Give Love Back«-Talkrunde und wird in der zur Ausstellung erscheinenden Zeitung eine von Ata Macias gestellte Frage beantworten.

Cultivating life: Known as a pioneer in the cultivation of living environments, Dornbracht has revolutionized perspectives on the bathroom and kitchen. A holder of numerous international distinctions, the company stands for top manufacturing quality, progressive production and innovative design. Within the context of its longstanding involvement in cultural projects, Dornbracht continually provides new impulses and further advances its leading position with regard to innovation and technology in the area of bathroom and kitchen design. Dornbracht will participate in the »Give Love Back« panel discussion and answer one of the questions posed by Ata Macias in the newspaper appearing in conjunction with the show.

Druckwerkstätten der Städelschule

Christian Zickler leitet die Druckwerkstätten der Staatlichen Hochschule für Bildende Künste – Städelschule in Frankfurt am Main. Gemeinsam mit den Künstlern Anja Cooljmans, Jacqueline Jurt, Peyman Rahimi und Silke Wagner unterstützt er die Kunststudenten bei ihren Projekten. Für »Give Love Back« werden für die Dauer der Ausstellung verschiedene Siebdruck-Workshops angeboten. Rechtzeitige Anmeldung empfehlenswert!

Christian Zickler heads the printing workshops of the Staatliche Hochschule für Bildende Künste – Städelschule in Frankfurt am Main. With the artists Anja Cooljmans, Jacqueline Jurt, Peyman Rahimi and Silke Wagner, he supports art students in the realization of their printing projects. Within the framework of the »Give Love Back« exhibition, the printing workshops are offering various silkscreen workshops. Early registration recommended!

Early

Hinter dem Label für Lederaccessoires steht die Designerin Valerie Sletzy. Sie verbindet zeitgenössisches Design mit einem Hauch Vintage-Chic und den modernen Ansprüchen an qualitativ hochwertige Verarbeitung. Das Leder der in der Region produzierten Taschen stammt aus Vintage-Beständen oder aus einem Herstellungsprozess mit natürlichen Farbstoffen ohne Chrom. Die eigens für die Ausstellung produzierte »Porsche-Edition« ist im »Buy Give Love Back«-Concept Store erhältlich.

The name behind the leather accessories label is designer Valerie Sletzy. She combines contemporary design with a touch of vintage chic and modern standards of high quality workmanship. The leather used for the bags – which are produced regionally – come from vintage stocks or a production process using natural dyes without chrome. The »Porsche Edition« was created especially for the exhibition and is available at the »Buy Give Love Back« concept store.

Steffen Eberhardt

Der Möbeldesigner Steffen Eberhardt entwirft und produziert Möbel unter dem Label »eam objects«. Ata Macias wurde durch das »Mini DJ Booth« auf Eberhardt aufmerksam und entwickelte mit ihm gemeinsam das heutige Robert Johnson DJ Booth. Im »Buy Give Love Back«-Concept Store ist neben anderen Objekten das Mini DJ Booth in den original Robert Johnson Farben erhältlich.

Steffen Eberhardt designs and produces furniture under the label »eam objects«. Intrigued by Eberhardt's »Mini DJ Booth«, Ata Macias made the designer's acquaintance and the two jointly developed the DJ booth now in use at the Robert Johnson. At the »Buy Give Love Back« concept store, the Mini DJ Booth is available, among other objects, in the original Robert Johnson colours.

Effigiella

Effigiella ist eine private Manufaktur erlesener Strickwaren in Frankfurt am Main; sie seit 1976 Unikate herstellt. Für »Buy Give Love Back« präsentiert sie sich mit einer Edition von Küchenhandschuhen mit eigenem Anspruch.

Effigiella is a private manufactory for choice knitwear in Frankfurt am Main; it has been producing unique specimens since 1976. At »Buy Give Love Back« she is presenting an edition of oven mitts of singular character.



spielten Tonaufnahmen. Diese Arbeit interpretiert er für die Ausstellung neu.

- ☛ The internationally famous concept artist has remained loyal to Frankfurt since his studies at the Städelschule. Among other things he co-founded the 'Freitagsküche', an offspace restaurant open only one evening a week. In his art he plays with recourse to existing things. In his installation 'Johnson Robert', for example, he shows the club upside down, accompanied by sound recordings played backwards. He will be reinterpreting this work for the exhibition.

Andreas Rohrbach

- ☐ Sein Arbeitsmaterial ist hart. Aus Stein oder Marmor formt Rohrbach Gebilde, denen man die Schwere ihrer Bearbeitung nicht mehr ansieht. Wie in Wasser schwebend oder vom Wind sanft bewegt wirken die häufig pflanzenartigen Skulpturen viel leichter, als sie es physikalisch betrachtet sind. Rohrbach experimentiert auch mit weichen Materialien, die er teilweise zunächst als Vorstudie einplant, dann aber in ihrer Qualität als Werk erkennt. Für den Concept Store innerhalb der Ausstellung fertigt er eine Buchstützen-Edition aus Stein an.
- ☛ His working material is hard. Rohrbach uses stone and marble to create shapes which do not betray their weightiness or the hard work involved in their production. Frequently of a plant-like character, the sculptures look as if they were much lighter than they are, physically speaking, – and being set in motion by an underwater current or a breeze. Rohrbach also experiments with 'soft' materials which he initially intends as preliminary studies, then recognizing their quality as works in their own right. For the exhibition concept store he is making an edition of stone bookends.

Prof. Dr. Carsten Ruhl

- ☐ Nach Professuren an der Ruhr-Universität Bochum und der Bauhaus-Universität Weimar sowie der dortigen Leitung des Bauhaus-Instituts für Geschichte und Theorie der Architektur und Planung ist Carsten Ruhl seit 2013 Professor für Architekturgeschichte an der Goethe-Universität in Frankfurt am Main. Er ist als Kooperationspartner an der Begleitveranstaltung beteiligt, die die Frage nach einer Theorie angewandter Kunst bearbeiten wird.
- ☛ Having held professorships at the Ruhr-Universität Bochum and the Bauhaus-Universität Weimar and directing the Bauhaus-Institut für Geschichte und Theorie der Architektur und Planung, likewise in Weimar, Carsten Ruhl has held a professorship in Architecture History at the Goethe-Universität in Frankfurt am Main since 2013. In the context of 'Give Love Back', he is participating in the symposium addressing the issue of a theory of applied art.

Michael Satter

- ☐ Der selbständige Designer hat zwei Leidenschaften – Design und Musik. Als Designer liegt sein Schwerpunkt im Bereich Typografie. Oliver Hafenbauer war begeistert und bat Michael, ein Cover für das Label 'Live at Robert Johnson' zu gestalten. Gewachsen ist daraus eine langjährige Zusammenarbeit. Seine meist im Duo 'Doeller & Satter' entstandenen Arbeiten wer-

den in der Review-Projektion zu sehen sein. Seit 2014 arbeitet er unter dem Label 'Studio Michael Satter'.

- ☛ The free-lance designer has two passions – design and music. In the area of design his focus is on typography. Oliver Hafenbauer loves Michael's work and asked him to design a cover for the 'Live at Robert Johnson' label. A longstanding collaboration grew out of that project. Satter's works, produced for the most part in the duo 'Doeller & Satter', will be featured in the Review Projection. Since 2014 he has been working under the label 'Studio Michael Satter'.

Gabi Schirmmacher

- ☐ Als selbständige Designerin realisiert Gabi Schirmmacher Projekte für Unternehmen und Studios internationalen Ranges. Zu ihren Auftraggebern gehört der Künstler Tobias Rehberger mit Projekten wie 'Slinky springs to fame, 2011, Oberhausen' oder 'Moon in Alabama, 2014, Münster'. Gemeinsam mit Sandra Doeller ist sie Ko-Entwicklerin der Ausstellung und insbesondere verantwortlich für den Ausbau der Partner- und Sponsoren-Beziehungen.
- ☛ As a free-lance designer Gabi Schirmmacher realizes projects for internationally ranking companies and studios. Among her clients are the artist Tobias Rehberger with projects such as 'Slinky Springs to Fame, 2011, Oberhausen' or 'Moon in Alabama, 2014, Münster'. Along with Sandra Doeller she co-developed the exhibition and is responsible in particular for expanding the relationships with partners and sponsors.

serien.lighting

- ☐ Living The Light: 2015 wird die Leuchtenmanufaktur und damit die Marke serien.lighting 30 Jahre alt. Als Impulsegeber des internationalen Lichtdesigns werden die Gründer und Designer Jean Marc Da Costa und Manfred Wolf gesehen. Für den Außenbereich des Museums-Bistros steuern sie Leuchten aus ihrer Kollektion bei, darüber hinaus Know-how sowie das technische Material für ein zentrales Objekt in der Ausstellung.
- ☛ Living The Light: In 2015, this lamp factory, and with it the serien.lighting brand, will be thirty years old. Its founders, the designers Jean Marc Da Costa and Manfred Wolf, have made names for themselves as groundbreakers in international light design. For the outdoor area of the museum bistrio they are contributing lamps from their product range, as well as know-how and technical material for one of the chief objects in the exhibition.

Sven Tadic

- ☐ In allererster Linie malt der am Städel ausgebildete Künstler Sven Tadic Pferde. Das kommt nicht von ungefähr, denn im täglichen Leben trainiert er sie, ist Kutscher und Pferdeflüsterer. Die Liebe, die er den Tieren entgegenbringt, überträgt sich in der beinahe kindlich anmutenden Ausstrahlung seiner Arbeiten. Seit geraumer Zeit setzt er neben der Malerei auch Pappmaché als Material ein. Eigens für den 'Buy Give Love Back'-Concept Store wird er eine skulpturale Pferde-Edition produzieren. Kaufen, anschauen und liebhaben erwünscht.
- ☛ An artist who received his training at the Städel-

schule, Sven Tadic paints above all horses. That is no coincidence, because in everyday life he is a coachman and a horse trainer and whisperer. His love for the animals is also reflected in his paintings, which have an aura of an almost childlike quality. For some time now, Tadic has been employing papier mâché as a material in addition to the painting medium. He will be producing an edition of horse sculptures especially for the 'Buy Give Love Back' concept store. Wanted: people to buy, admire and love these objects.

Buero Marc Ulm

- ☐ Der Produktdesigner arbeitet freiberuflich für Frankfurter Künstler und Museen mit Schwerpunkt Konzeption, Setdesign und Exponatbau. Darüber hinaus entwickelt er freie Arbeiten wie die Lichtinstallation für Club Michel City im Museum für Moderne Kunst Frankfurt und die ebenfalls dort vorgestellten 'Downlights'. Die Lichtinstallation wird in der Ausstellung als Exponat gezeigt, die Downlights können im 'Buy Give Love Back'-Concept Store erstanden werden.
- ☛ The product designer works on a free-lance basis for Frankfurt artists and museums, primarily in the areas of planning, set design and display construction. He moreover develops free works such as the light installation for Club Michel City at the Museum für Moderne Kunst Frankfurt, as well as for 'Downlights', likewise presented there. The light installation will be shown in 'Give Love Back' as an exhibition object; the Downlights can be purchased in the 'Buy Give Love Back' concept store.

Martin Wenzel

- ☐ Der Produktdesigner und Städel-Absolvent arbeitet nicht nur als Künstler und im Bereich Setdesign, er entwickelte zusammen mit Ata Macias die Innenraumgestaltung von Club Michel, Club Michel City und der Café-Bar Plank. Teil der Ausstellung wird die Fortsetzung seiner 'Recycling'-Arbeit sein, die einst mit der Zerlegung der Module im Robert Johnson begann.
- ☛ The product designer and Städel graduate works as an artist and in the area of set design. He collaborated with Ata Macias to develop the interior decoration of Club Michel, Club Michel City and Café-Bar Plank. The exhibition will feature the continuation of his 'Recycling' work, which began with the disassembly of the modules in the Robert Johnson.

Prof. Dr. Christof Windgätter

- ☐ Nach Stipendien u.a. am Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte in Berlin und der Akademie Solitude in Stuttgart, diversen Lehraufträgen in Jena, Bern und Wien sowie einer Gastprofessur in Lüneburg ist er seit 2012 Professor für Medientheorie an der Berliner Technischen Hochschule (BTK). Er ist als Kooperationspartner an der Begleitveranstaltung beteiligt, die die Frage nach einer Theorie angewandter Kunst bearbeiten wird.
- ☛ Having been awarded grants from such institutions as the Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte in Berlin and the Akademie Solitude in

Stuttgart and held various lectureships in Jena, Bern and Vienna as well as a guest professorship in Lüneburg, Windgätter has been a professor of Media Theory at the Technische Hochschule in Berlin (BTK) since 2012. In the context of 'Give Love Back', he is participating in the symposium addressing the issue of a theory of applied art.

Holger Wüst

- ☐ Der Künstler Holger Wüst, mit Wurzeln in der Städelschule, ist ein nicht mehr wegzudenkender Teil des Robert Johnson. Mit seinen unverwechselbaren Videos, die ein Remix von 80er-Jahre-Filmen auszeichnet, prägt er den Club seit Jahren visuell als VI maßgeblich mit. Seit einiger Zeit dokumentiert er die Clubnächte auch fotografisch. Sowohl seine Videos als auch Fotografien werden in der Ausstellung zu sehen sein.
- ☛ The Robert Johnson is no longer conceivable without the artist Holger Wüst, who has his artistic roots in the Städelschule. With his distinctive videos, characterized by a remix of films of the eighties, he has been shaping the club's visual character as a VI for years. For some time now, he has also been documenting the club nights photographically. The exhibition will feature both his videos and his photographs.

Von Zubinski

- ☐ Das Designbüro von Zubinski wurde 2001 von Zuni Fellehner und Kirsten Fabinski gegründet. Im Fokus ihrer Arbeit steht die Entwicklung von Printmedien, Illustrationen und Design-Produkten. Die Arbeiten des Duos zeichnen sich durch eine eigene grafische Sprache und Humor aus. So auch die 'Beichtbude', die Teil der Ausstellung sein wird.
- ☛ The von Zubinski design firm was founded in 2001 by Zuni Fellehner and Kirsten Fabinski. The chief focus of their work is the development of printed media, illustrations and design products. The duo's works are distinguished by a unique graphic language and humour. This is also true of 'Beichtbude', which will be part of the exhibition.

Zimmer + Rohde

- ☐ Ob Atlas, Damask oder Epinglé – die Welt der edlen Stoffe von Zimmer + Rohde erfreut sich bei internationalen Projekten von der Büroeinrichtung bis hin zur Ausstattung im Kreuzfahrtschiff großer Beliebtheit und Anerkennung. Die Stoffe sind nicht nur hochwertig und exklusiv, sie erfüllen vielseitige Anforderungen an Pflegeleichtigkeit, Brandschutz und Strapazierbarkeit. Im Bistro des Museums erfahren sie einen ungewöhnten Einsatz: Ata Macias kleidet die Möbel in Hussen aus Stoffen der Edelmarke ein.
- ☛ Whether atlas, damask or epingle – the exquisite fabrics from Zimmer + Rohde enjoy great popularity in international projects from office furnishings to the interior design of cruise ships. The cloths are not only high in quality and exclusive; they also meet a wide range of demands with regard to such considerations as maintenance, fire safety and durability. In the museum bistrio they are fulfilling an unaccustomed purpose: Ata Macias is dressing the furniture in antimacassars made of these luxury materials.

GIVE LOVE BACK NEWS PAPER

Diese Zeitung erscheint anlässlich der Ausstellung / This newspaper is published to mark the exhibition

GIVE LOVE BACK

HERAUSGEBER / PRODUCER: Eva Linhart, Mahret Kupka, Matthias Wagner K mit / with Ata Macias

KONZEPT / CONCEPT: Ata Macias, Sandra Doeller, Gabi Schirmmacher

REDAKTION / EDITORS: Eva Linhart, Mahret Kupka, Katharina Baumecker, Alexandra Sender, Grit Weber, Julia Quedzuweit, Matthias Wagner K

ÜBERSETZUNGEN / TRANSLATIONS: Judith Rosenthal

LEKTORAT / PROOFREADING: Sabine Büsgen

PARTNER KONZEPT / CONCEPT: Gabi Schirmmacher

GESTALTUNG / DESIGN: Sandra Doeller

ILLUSTRATION: Gabi Schirmmacher, Graziano Capitta

FOTOGRAFIE / PHOTOGRAPHY: Ramon Haindl, Dieter Leistner, Ata Macias, Timothy Schaumburg, Julia Katharina Ziegler

ASSISTENZ / ASSISTANCE: Marcus Alasovic, Nicky Pankey

DRUCK / PRINTING: BVZ Berliner Zeitungsdruck GmbH

AUFLAGE / PRINT RUN: 40.000

KONTAKT / CONTACT

MUSEUM ANGEWANDTE KUNST Schaumainkai 17 60594 Frankfurt am Main PRESSE / PRESS Grit Weber und Julia Quedzuweit presse.angewandte-kunst@stadt-frankfurt.de

ATA MACIAS – PROJEKTLLEITUNG Lindleystraße 5 60314 Frankfurt am Main Sandra Doeller, Gabi Schirmmacher projektleitung@atamacias.com

Änderungen vorbehalten / Subject to change without prior notice

© 2014 Autor(en) / author(s), Übersetzer / translator(s) und / and Museum Angewandte Kunst, Frankfurt am Main

ISBN xxx-x-xxxx-xxxx-x

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek; Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/abrufbar>.

Bibliographical information published by the Deutsche Nationalbibliothek; the Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie. Detailed bibliographical information is available at <http://dnb.d-nb.de>.

Änderungen vorbehalten / Subject to change without prior notice

© 2014 Autor(en) / author(s), Übersetzer / translator(s) und / and Museum Angewandte Kunst, Frankfurt am Main

ISBN xxx-x-xxxx-xxxx-x

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek; Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/abrufbar>.

Bibliographical information published by the Deutsche Nationalbibliothek; the Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie. Detailed bibliographical information is available at <http://dnb.d-nb.de>.

MUSEUM ANGEWANDTE KUNST

DIREKTOR / DIRECTOR Matthias Wagner K

MUSEUM ANGEWANDTE KUNST Schaumainkai 17 60594 Frankfurt KASSE, FOYER / CASHIER'S DESK, FOYER T + 49 69 212 38530 SEKRETARIAT / SECRETARY T + 49 69 212 34037 F + 49 69 212 30703 www.museumangewandtekunst.de

ÖFFNUNGSZEITEN / OPENING HOURS Mo, geschlossen / Closed Mondays Di, Do – So 10 – 18 Uhr, Mi 10 – 20 Uhr Tue, Thu – Sun 10 am – 6 pm, Wed 10 am – 8 pm

EINTRITTSPREISE / ADMISSION 9,00 EUR, 4,50 EUR ermäßigt / reduced Für Kinder bis 6 Jahre ist der Eintritt frei. Jeden letzten Samstag im Monat ist der Eintritt frei. Admission is free for children to the age of six. Free admission every last Saturday of the month.

Das Museum ist barrierefrei. The museum is barrier-free.

VERKEHRSANBINDUNG / PUBLIC TRANSPORT U-Bahn U1, U2, U3, U8 Station 'Schweizer Platz', Bus 46, Station 'Eiserner Steg', Straßenbahn 15, 16, Station 'Schweizer Straße' / Gartenstraße Underground lines U1, U2, U3, U8 to 'Schweizer Platz', bus line 46 to 'Eiserner Steg', tram lines 15, 16 to 'Schweizer Strasse' / Gartenstrasse'

PARKEN / PARKING Kostentpflichtiger Parkplatz hinter dem Museum, Zufahrt über Metzlerstraße. Visitor parking behind the museum for a fee, access via Metzlerstrasse.



Museum Angewandte Kunst 2013 Foto: Photo: Dieter Lehnherr

»Dinge sind also insofern als performativ zu beschreiben und zu begreifen, als sie in ihrem Gebrauch durch das handelnde Subjekt nicht nur von diesem bestimmt werden, sondern zugleich auch das handelnde Subjekt in seiner Handlungsmöglichkeit und seinem Handeln mitbestimmen und auf diese Weise transformieren.«*

“Things, therefore, are to be described and comprehended as performative when they are not only determined in their use by the acting subject, but when, at the same time, they also contribute to defining the acting subject in his options for action and his action, and thus transform it.”*

* Erika Fischer-Lichte: Performativität. Eine Einführung, Bielefeld 2013, S. 168

o Welche Konsequenz hat das für den Gestalter von Dingen? Welche Verantwortung geht mit dem Entwerfen für den Menschen, der gleichsam durch die Nutzung des Dings dieses bestimmt und durch es bestimmt wird, einher? Hat der Designer nicht Rechnung zu tragen für die Art und Weise wie das von ihm entworfene Ding die mit ihm handelnden Menschen organisiert, transformiert, letztlich Gesellschaft formt? Gibt es eine klare Grenze zwischen dem Entwurf des Dings und der Gestaltung sozialen Zusammenlebens? Bazon Brock schrieb 1977: »Sozio-Design ist also Entwurf und Realisation von Formen der Lebensorganisation für Einzelne und Gruppen von Mitgliedern unserer Gesellschaft.« Sind die »Formen der Lebensorganisation« nicht letztlich auch Geformtes, das das Leben organisiert?

e What consequence does this have for the designer of things? What responsibility does design entail for the human being who is virtually defined by the utilization of the thing and by the thing itself? Must the designer not bear responsibility for the manner in which the thing he has designed organizes and transforms the human beings acting with him, and ultimately shapes society? Is there a clear boundary between the design of the thing and the shaping of social coexistence? In 1977, Bazon Brock wrote: "Socio-design is thus the design and realization of forms of life organization for individuals and groups of members of our society." Are the 'forms of life organization' not ultimately formed things that organize life?

Mahret Kupka
Kuratorin / curator

When
nothing
goes right



Go left





new products



o Wie alle Produkte von serien.lighting entstand Curling aus der Leitidee des perfekten Zusammenspiels von Licht, Technik und Design. Die LED-Leuchtenfamilie überzeugt durch ein wechselseitiges Wirken von Form und Funktion. Der mundgeblasene Glaskörper ist in opaler oder glasklarer Ausführung verfügbar und kann mit verschiedenen Einsätzen bestückt werden. Je nach Raumsituation ermöglichen die jeweiligen Strukturen unterschiedliche Lichtabstrahlungen und -stimmungen. Die Curling Familie umfasst eine Decken- und zwei Pendelversionen. Curling erscheint ab Oktober im Handel.
www.serien.com

o Wie alle Produkte von serien.lighting entstand Curling aus der Leitidee des perfekten Zusammenspiels von Licht, Technik und Design. Die LED-Leuchtenfamilie überzeugt durch ein wechselseitiges Wirken von Form und Funktion. Der mundgeblasene Glaskörper ist in opaler oder glasklarer Ausführung verfügbar und kann mit verschiedenen Einsätzen bestückt werden. Je nach Raumsituation ermöglichen die jeweiligen Strukturen unterschiedliche Lichtabstrahlungen und -stimmungen. Die Curling Familie umfasst eine Decken- und zwei Pendelversionen. Curling erscheint ab Oktober im Handel.
www.serien.com

Life Saver selected by Ata Macias

■ Bars / Clubs

- 1 Bar Central
Elefantengasse 13
60313 Frankfurt
- 2 Bar ohne Namen
Eschenheimer Tor 3
60318 Frankfurt
- 3 Hafen 2
Nordring 129
63067 Offenbach
- 4 Oppenheimer Bar
Oppenheimer Str. 41
60594 Frankfurt
- 5 Plank
Elbestraße 15
60329 Frankfurt
- 6 Robert Johnson
Nordring 131
63067 Offenbach
- 7 Rote Bar
Mainkai 7
60311 Frankfurt
- 8 Tanzhaus West
Gutleutstraße 294
60327 Frankfurt

● Essen

- 9 Bäcker Hanss
Brückenstraße 56
60594 Frankfurt
- 10 Bizzì Eis
Wallstraße 26 /
Ecke Brückenstr. 1
60314 Frankfurt
- 11 Chairs
Gronauer Straße 1
60385 Frankfurt
- 12 Club Michel
Münchener Str. 12
60329 Frankfurt
- 13 Coco
Große Eschen-
heimer Straße 41
60313 Frankfurt
- 14 Freitagsküche
Mainzer Landstr. 105
60329 Frankfurt
- 15 Fujiwara
Cranachstraße 1
60596 Frankfurt
- 16 Gemaltes Haus
Schweizer Strasse 67
60594 Frankfurt
- 17 Größenwahn
Lenastraße 97
60318 Frankfurt

- 18 Hankook
Hainer Weg 100
60599 Frankfurt
- 19 Heimat
Berliner Straße 70
60311 Frankfurt
- 20 Hoppenworth
& Ploch
Siolstraße 7
60323 Frankfurt
- 21 Jasper's
Schifferstraße 8
60594 Frankfurt
- 22 Käse Becker
Schweizer Straße 66
60594 Frankfurt
- 23 Käseladen
am Merianplatz
Berger Straße 41
60316 Frankfurt
- 24 Kleinmarkthalle
Hasengasse 5
60311 Frankfurt
- 25 Korn-Kammer
Rohrbachstraße 27
60389 Frankfurt
- 26 Kronberger
Vogelsbergstraße 19
60316 Frankfurt
- 27 L'Atelier des Tartes
Brückenstraße 21
60594 Frankfurt
- 28 Margarete
Braubachstraße 18
60311 Frankfurt
- 29 Maxie Eisen
Münchener Straße 18
60329 Frankfurt
- 30 Metzgerei Ullmann
Hasengasse 5-7
(Kleinmarkthalle)
60311 Frankfurt
- 31 Michis Schokoatelier
Sandweg 60
60313 Frankfurt
- 32 Muku
Dreieichstraße 7
60594 Frankfurt
- 33 Nr. 16
Wiesenstraße 52
60385 Frankfurt
- 34 Pasta Davini
Heiligkreuzgasse 9
60313 Frankfurt

- 35 Phoenix Teas
Friedberger
Landstraße 82
60316 Frankfurt
- 36 Riz
Berliner Straße 72
60311 Frankfurt
- 37 Rosa Canina
Spohrstraße 41
60318 Frankfurt
- 38 Rupert Rösch
Weinhandlung
Oppenheimer
Landstr. 44
60596 Frankfurt
- 39 Seven Swans
Mainkai 4
60311 Frankfurt
- 40 Spargel Müller
Hasengasse 5-7
(Kleinmarkthalle)
60311 Frankfurt
- 41 Sushimoto
Konrad-
Adenauer-Str.7
60313 Frankfurt
- 42 Suvarnabhum
Friedberger
Landstraße 83
60318 Frankfurt
- 43 Walon Rosetti
Moselstraße 15
60329 Frankfurt
- 44 Weinhalle am
Merianplatz
Merianstraße 4
60316 Frankfurt
- 45 Wir essen Blumen
Sandweg 6c
60316 Frankfurt
- 46 Wochenmarkt
Konstabler Wache
Fahrgasse 84
60311 Frankfurt
- 47 Zeit für Brot
Oeder Weg 15
60318 Frankfurt

● Fashion

- 48 13 Shop
Münzgasse 10
60311 Frankfurt
- 49 American Apparel
Kaiserstraße 23
60311 Frankfurt
- 50 Camper
Goethestraße 18
60313 Frankfurt

- 51 Levi's
Rathenauplatz 1a
60313 Frankfurt
- 52 58's
Kronberger Straße 19
60323 Frankfurt
- 53 Aschenputtel
An der Kleinmarkthalle 11
60311 Frankfurt
- 54 August Pfüller
Goethestraße 15-17
60313 Frankfurt
- 55 Epiphany
Zeil 10
60313 Frankfurt
- 56 Hayashi
Börsenplatz 13
60313 Frankfurt
- 57 Marimekko
Querstraße 2
60322 Frankfurt
- 58 Petit Bateau
Untermainkai 29
60329 Frankfurt
- 59 Secondelle
Schweizer Straße 98
60594 Frankfurt
- 60 Uebervart
Kl. Hirschgraben 14
60311 Frankfurt

★ Specials

- 61 2nd home
Vogelsbergstraße 38
60316 Frankfurt
- 62 Blanket Store
Hasengasse 2
60311 Frankfurt
- 63 Blumenbar
Eckenheimer Landstr. 74
60318 Frankfurt
- 64 Bürstenhaus
Töngesgasse 27
60311 Frankfurt
- 65 City Beats Records
Dreieichstraße 5
60594 Frankfurt
- 66 e15
Gwinnerstraße 40
60388 Frankfurt
- 67 Elektro Müns
Battonnstraße 23
60311 Frankfurt

- 68 Freebase Records
Brückenstraße 36
60594 Frankfurt
- 69 Itaba - Japanische
Tisch- und Wohnkultur
Töngesgasse 42
60311 Frankfurt
- 70 Laden 100
Friedberger
Landstraße 100
60313 Frankfurt
- 71 Morgen Interiors
Lindleystraße 5
60314 Frankfurt
- 72 nuuna
Gutzkowstraße 25
60594 Frankfurt
- 73 Oliver Scheuermann
Egenolffstrasse 38
60316 Frankfurt
- 74 Parfümerie Albrecht
Goethestr. 27
60313 Frankfurt
- 75 Phoenix Flowers
Friedberger Landstr. 82
60316 Frankfurt
- 76 Salvatore
Töngesgasse 46
60311 Frankfurt
- 77 Selected
Fahrgasse 15
60311 Frankfurt
- 78 Sockenkiste
Berger Straße 133
60385 Frankfurt
- 79 Tactile
Kaiserstraße 62-64
60329 Frankfurt
- 80 Wachs, Wachs & Zians
Hanauer Landstr. 122
60314 Frankfurt
- 81 Wachs, Wachs & Zians
Liebigstraße 23-25
60323 Frankfurt
- 82 Wolle Rödel
Töngesgasse 32
60311 Frankfurt



Im Rahmen der Ausstellung entsteht das neue Kunstvermittlungsjprojekt ›Kinder, Kunst und Handwerk‹. Es beinhaltet ein Workshop-Programm, das Kindern den Zugang zu einer lebensnahen handwerklichen Sensorik ermöglicht. Gleichzeitig steht es für das Engagement von Ata Macias für Nachhaltigkeit, Bildungsbe- teiligung und Partizipation.



The new art mediation project 'Children, Art and Handicrafts' is being created within the framework of the exhibition. It comprises a workshop programme allowing children access to a handicrafts approach that encourages the senses and is close to real life. At the same time, it stands for Ata Macias's dedication to sustainability, educational involvement and participation.*

Create – Du gestaltest
Kinder, Kunst und Handwerk
Workshop-Projekte zur Förderung
von Motorik und Sinnlichkeit

◦ Während der Ausstellung finden drei Workshops statt, die den Kindern ermöglichen sollen, ihre Kreativität, Lösungskompetenz und soziale Interaktion über gestalterische Aufgaben zu entwickeln.

- 1 ›Give Book Back‹ Der Liebe eine Form geben
Das Freundschaftsalbum in Zeiten von Facebook
- 2 ›Vom Abfall zum Beifalk‹
Techniken der Umformung
- 3 ›Wiedervereinigung‹ Keramik-Workshop
Scherben bringen Glück oder neue
Geschirrkombination. Höhepunkte
für das Alltagsgeschirr

Alexandra Sander
Leitung Vermittlung / Create
Head of museum education / Create

Create – The Designer in You
Children, Art and Handicrafts
Workshop projects for the promotion
of motivity and sensuality

◦ Three workshops, to be offered on a permanent basis, are to give children a means developing their creativity, solution competence and social interaction by way of creative tasks.

- 1 'Give Book Back' Giving Love Form
The friendship album in the age of facebook
- 2 'From Lump to Like'
Techniques of transformation
- 3 'Reunification' ceramics workshop
'Break a thing, mend your luck', or:
new crockery combinations: highlights
for everyday tableware

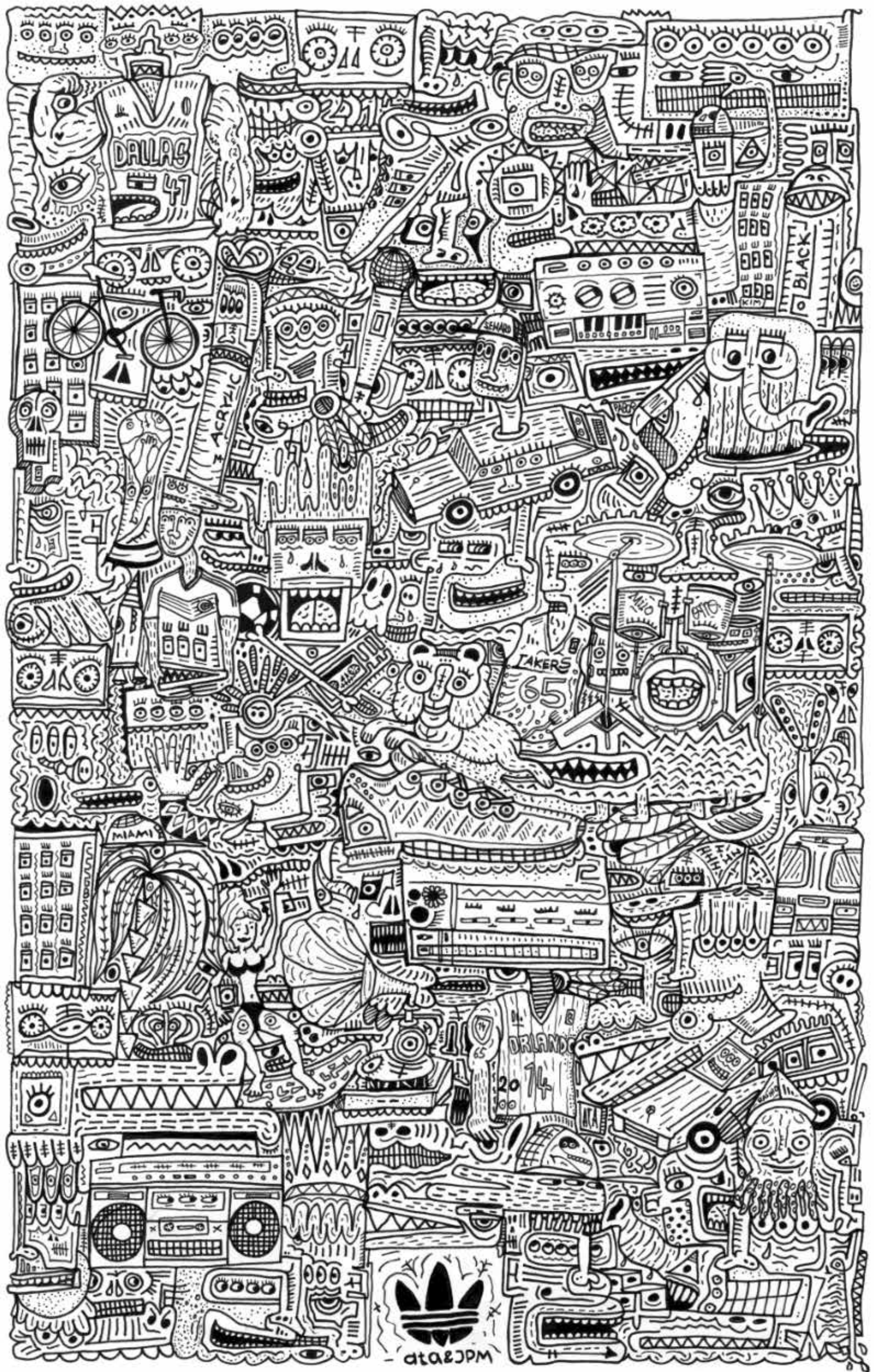
Information und Anmeldung /
Information and reservations:
create.angewandte-kunst@stadt-frankfurt.de



◦ MONTANA – bekannt für qualitative Urban Art Produkte unterstützt Workshops und Kunstprojekte wie z.B. die von AptArt (Awareness Prevention trough Art) für Kinder in Krisengebieten. Die Gründerin, Samantha Robison, reiste letztes Jahr gemeinsam mit Jasmin Siddiqui und Falk Lehmann, besser bekannt als Künstlerduo unter dem Namen „herakut“, nach Jordanien, um dort mit Kindern eines Flüchtlingscamps zu malen. So erfahren die Kinder Freude und Spaß am Schaffen und haben die Möglichkeit ihre teils traumatischen Erlebnisse zu verarbeiten. Durch die Ausstellung ›Colors of Resilience‹ (colorsofrecilience.com) wurde in Frankfurt auf die Situation der Kinder in den Flüchtlingslagern aufmerksam gemacht. Dieses Jahr sind Apt Art Projekte mit Reisen in den Irak, Afghanistan und Libanon geplant. Lokal wie global fördert MONTANA außerdem eine Vielzahl an Künstlern, Kollektiven und Veranstaltung.
www.montana-cans.com

◦ MONTANA – bekannt für qualitative Urban Art Produkte unterstützt Workshops und Kunstprojekte wie z.B. die von AptArt (Awareness Prevention trough Art) für Kinder in Krisengebieten. Die Gründerin, Samantha Robison, reiste letztes Jahr gemeinsam mit Jasmin Siddiqui und Falk Lehmann, besser bekannt als Künstlerduo unter dem Namen „herakut“, nach Jordanien, um dort mit Kindern eines Flüchtlingscamps zu malen. So erfahren die Kinder Freude und Spaß am Schaffen und haben die Möglichkeit ihre teils traumatischen Erlebnisse zu verarbeiten. Durch die Ausstellung ›Colors of Resilience‹ (colorsofrecilience.com) wurde in Frankfurt auf die Situation der Kinder in den Flüchtlingslagern aufmerksam gemacht. Dieses Jahr sind Apt Art Projekte mit Reisen in den Irak, Afghanistan und Libanon geplant. Lokal wie global fördert MONTANA außerdem eine Vielzahl an Künstlern, Kollektiven und Veranstaltung.
www.montana-cans.com





atq&jpm