

**THIS IS
NOT A
PIECE
OF ART**





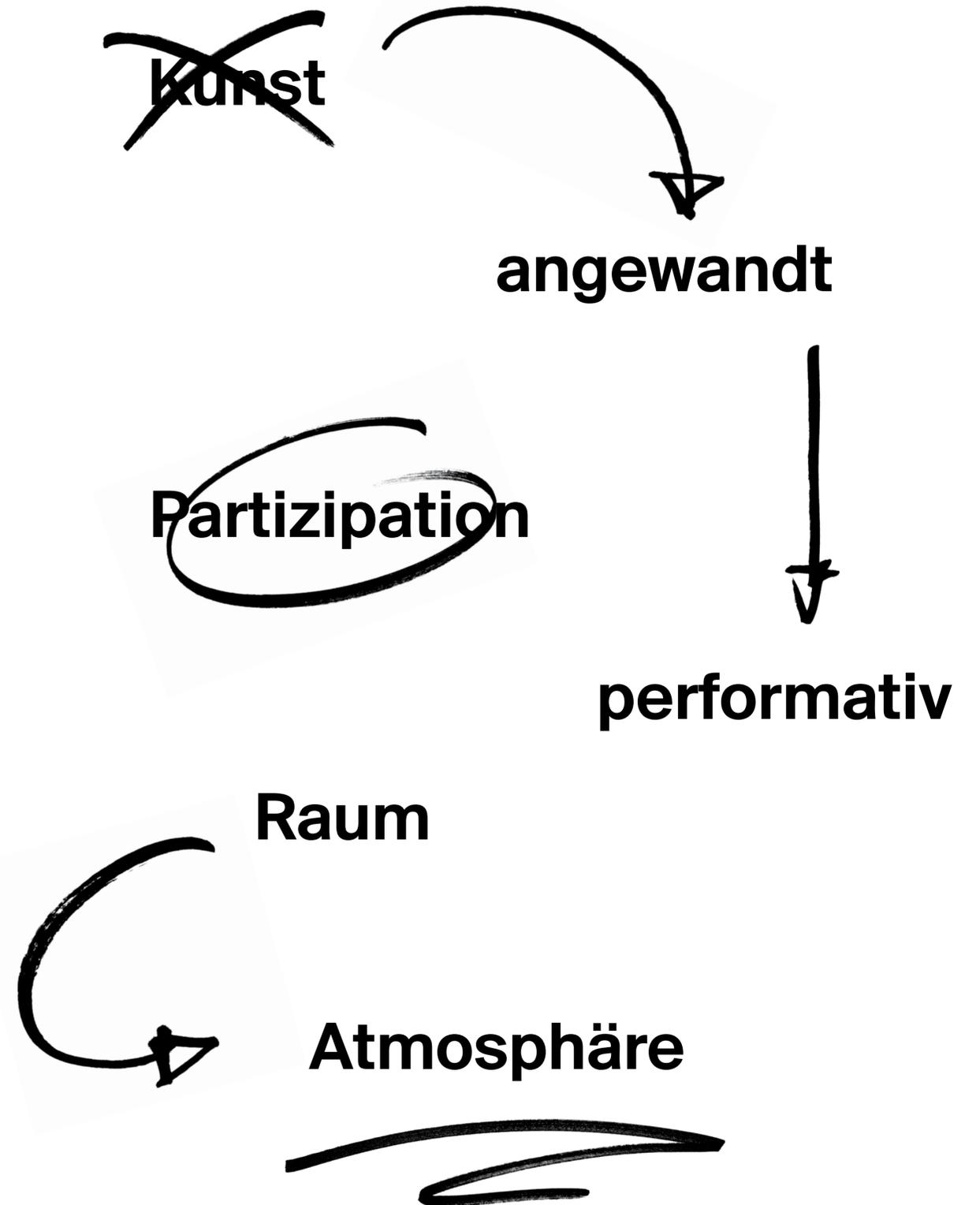
Who is
saying
No?

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'.

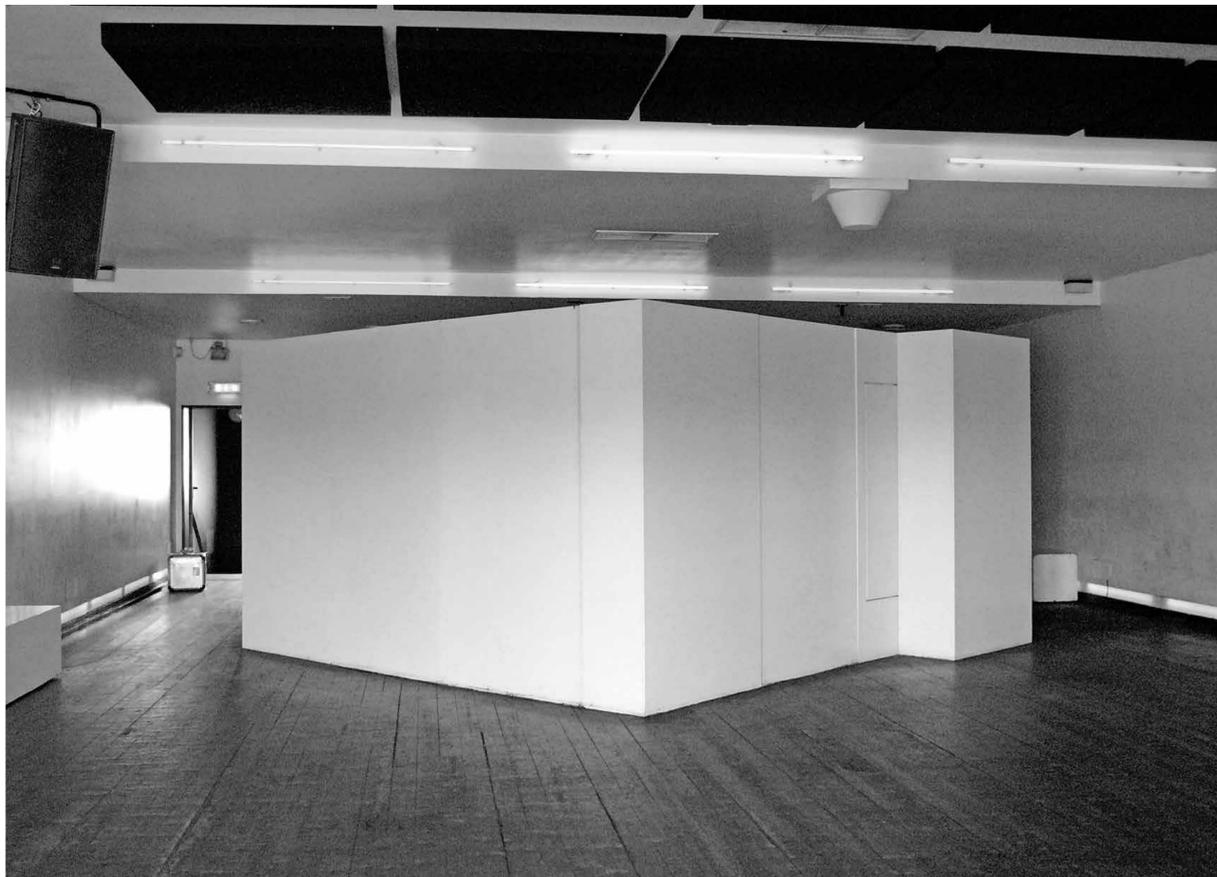




Cafe-Bar Pank, 2013
Foto/Photo: Timothy Schauburg

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

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



Robert Johnson, 2005
Foto/Photo: Ala Mucina

**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.

Parfite Masza

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 Alchimie [...]«.«

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 »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?«, [...] wie folgt beantworten lässt: It is our relation to it that concerns us. Es sind wir, jedoch nicht die KünstlerInnen, [...] wir werden zu InterpretInnen und entscheiden so über den Stellenwert des von

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 für 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!

2

EVA LINHART & MAHRET KUPKA

EVA LINHART & MAHRET KUPKA

bildende Kunst. Einen eigenständigen Ansatz, der den Besuchern die ästhetischen Wirkungsmöglichkeiten aus den Benutzungskontexten 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 sprichst 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

Gimme! Gimme! Gimme! @ The exhibition curators in conversation about Ata, the museum and applied art.

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 by 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.



01



02

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 Auralverlust 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 Kunstgegenstände 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- 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.

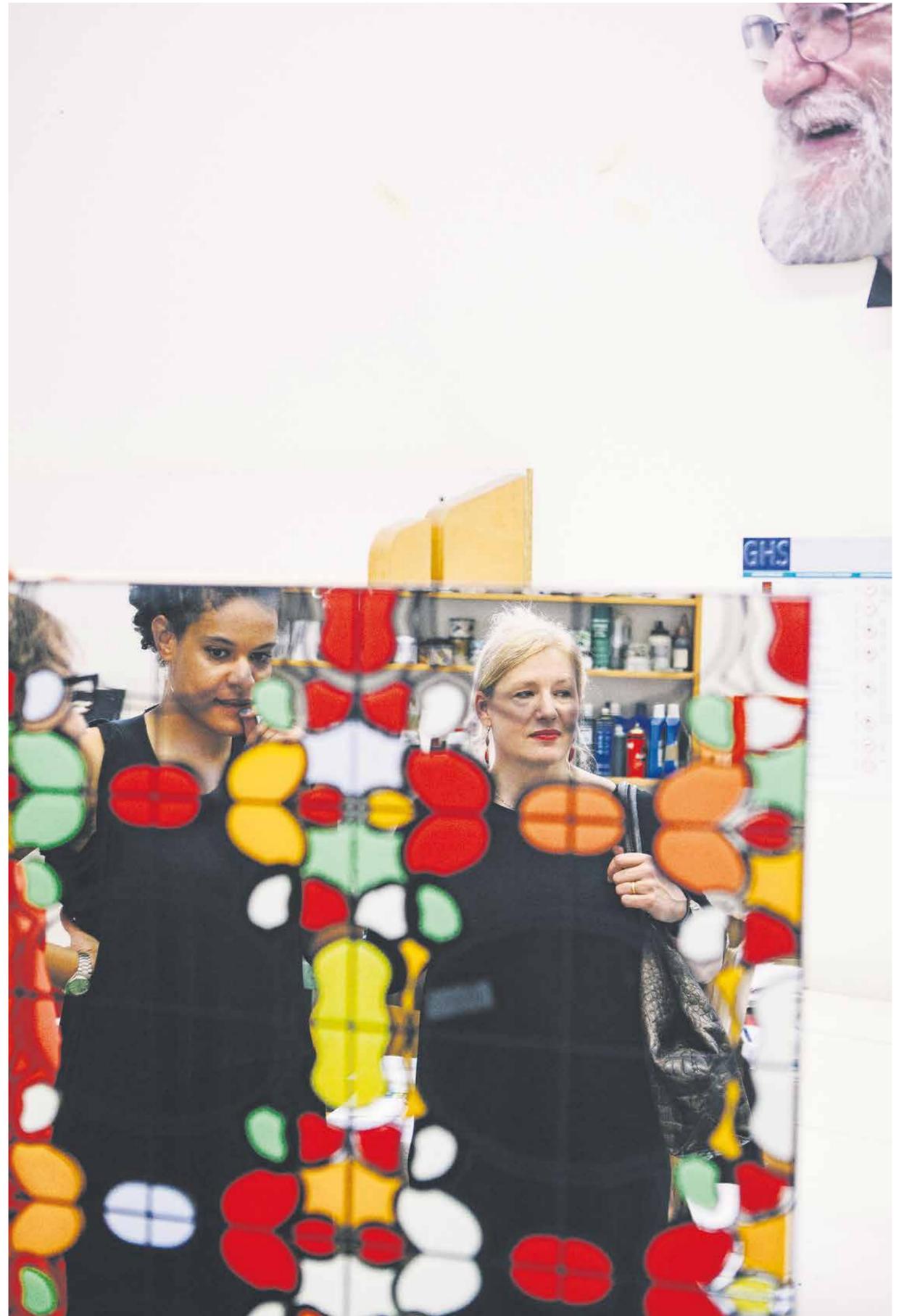
This power is something that has been culturally produced. You call it 'more', i.e. a kind of elevation, of the kind you described, only something else. In that sense – to refer to the question you posed at the end of your e-mail before last – I see Ata's design cosmos as an ideal place to carry out 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



ABBILDUNGSVERZEICHNIS
GIMME! GIMME! GIMME!

01



Foto / Photo:
Museum Angewandte Kunst

o Porzellan im Museum Angewandte Kunst: Koppchen mit Unterschale, Porzellan-Manufaktur Meißen, Deutschland, 1740 – 1745; Koppchen: Glasur cremeweiß; Schale: Glasur weiß. Marke: Scherwermarken; Koppchen: Preßnr. 66, Unterschale: Preßnr. 2, Goldzeichen -m; Inv. Nr. 3824ab
e Porcelain at the Museum Angewandte Kunst: cup and saucer, Meissen Porzellan-Manufaktur, Germany, 1740 – 45. Cup: creme-white glaze; saucer: white glaze. Crossed swords marks; cup: press no. 66, saucer: press no. 2, gold mark 'm', inv no. 3824ab

02



Foto / Photo:
Museum Angewandte Kunst

o Plank, das Café-Bar-Studio im Frankfurter Bahnhofsviertel, gestaltet von Ata Macias nach dem malerischen Wirkungsprinzip des 'Chiaroscuro', jener dramatisierenden Hell-Dunkel-Malerei der Spätrenaissance und des Barock, das kleinen Räumen eine innere Größe verleiht. Das darin zu Stillleben arrangierte Angebot schafft sodann die für ein intensives Inneneben notwendige intime Atmosphäre und stimmt uns so auf einen bewussten Genuss ein. Es entsteht ein geschützter Ruhepool mitten im Treiben der hektischen Außenwelt.
e Plank, the café / bar / studio in the Frankfurt station district, designed by Ata Macias according to the 'chiaroscuro' principle developed in painting in the Late Renaissance and Baroque: the use of dramatic light-dark contrasts serves, among other things, to lend small spaces inner magnitude. The foods on offer, arranged in still-life-like ensembles, also contribute to creating the intimate atmosphere necessary for intense interiority, thus putting visitors in the mood for conscious enjoyment. The establishment is a kind of haven in the midst of the hectic world outside.

03



Gestaltung / Design:
Doeller & Satter

o Bibliothek des Erlesenen als Geschmacksschule: Christoph Keller verlegt seit 2007 bei JRP / Ringier in Zürich seine eigene Künstlerbuchreihe Christoph Keller Editions, darunter gemeinsam mit Ata Macias das Buch zu Robert Johnson. Kellers Werdegang umspannt verschiedene Tätigkeiten: Kunstverleger, Herausgeber, Designer, Kurator, Hochschullehrer und heute namhafter Schnapsbrenner: Vor acht Jahren verkaufte er seinen Frankfurter Kunstverlag Revolver, um gemeinsam mit seiner Familie am westlichen Bodensee-Ende einen Bauernhof mit Brennrecht zu übernehmen. Was immer Christoph Keller anfasst, man kann sicher sein, dass hohe

Qualität herauskommt. Heute zählt er mit seiner Edelobstbrennerei Stählemühle im Ranking von Destillata und Gaut Millau zu den 10 besten Destillateuren der Welt, aufgenommen in den erlauchten »Kreis der auserwählten Destillierer«. Ein Grund für das Museum, ihm als einem Partner von Ata Macias eine »Bibliothek des Erlesenen« zu widmen, unsere Geschmackssinne von ihm trainieren zu lassen und im Rahmen der »kuratorischen Referenz« mit Ata Macias ein Gespräch über den Prozess von »Qualität und Selektion« zu führen.
e Bibliothèque Recherche – Taste School: Since 2007, at JRP / Ringier in Zurich, Christoph Keller has been publishing his own series of artist's books, the Christoph Keller Editions, one of which is a book on the Robert Johnson produced in collaboration with Ata Macias. Keller has acted in many capacities in the course of his career to date: as an art edition and book publisher, designer, curator, university lecturer and well-known distiller. Eight years ago he sold his art publishing company Revolver in Frankfurt to move with his family to the western end of Lake Constance and take over a farm with 'distilling rights' there. Whatever Christoph Keller takes in hand, one can be sure that a high standard of quality will come of it. With his Stählemühle fruit brandy distillery he is today ranked by Destillata and Gaut Millau among the ten best distillers in the world, and has been admitted to the illustrious 'circle of select distillers'. One reason for the museum to devote a 'Bibliothèque Recherche' to him (as a partner of Ata Macias), was our sense of taste trained by him, and, within the framework of the 'curatorial reference', conduct a conversation with Ata Macias on the process of 'quality and selection'.

04



Foto / Photo:
Anja Jahn

o Von Nächten im Robert Johnson inspiriert: In der Schmuckkollektion von Ata Macias spiegeln sich alle für eine erfolgreiche Nacht wichtigen Utensilien wider und die Muschel erlauben wir uns als einen Hinweis darauf zu deuten, dass Robert Johnson am Ufer des Mains liegt...
e Inspired by nights at the Robert Johnson: Ata Macias's jewellery collection mirrors all of the utensils important for a successful night. We take the liberty of interpreting the shell as a reference to the fact that the Robert Johnson is located on the bank of the Main.

05



Foto / Photo:
Daniel Herrmann

o Von durchtanzten Nächten inspiriert: Im Robert Johnson gibt es bis heute ein Fotografieverbot. Daniel Herrmann bekam eine Ausnahmegenehmigung. Ata Macias: »Das war zu Beginn völlig verrückt, denn wir hatten da jemanden losgelassen, der die Leute förmlich abschieß.« Herrmanns Fotografien der Clubbesucher beim Feiern wurden 2002 im Robert Johnson gezeigt.
e Ein Meilenstein für den Club«, heißt es, denn er zeigte sich damals zum ersten Mal seit Gründung mit einer Tapete aus den Fotografien Herrmanns in neuem Gewand.

e Inspired by nights dancing until day-break: To this day, it is not permitted to take pictures at the Robert Johnson. Daniel Herrmann was granted special permission. Ata Macias: 'At first it was totally crazy, because we had unleashed someone who literally shot the people down.' Herrmann's photos of the club visitors partying were shown at the Robert Johnson in 2002. 'A milestone for the club', in view of the fact that, for the first time since its establishment, it presented itself in a new guise, with wallpaper made from Herrmann's photos.

06



Foto / Photo:
Wolfgang Guezel

o Michael Riedel, Johnson Robert, 2004: Das ZEIT Magazin nannte ihn den coolsten Club Deutschlands. Möglicherweise ist das so. Fest steht, dass es ein mit Liebe gestalteter Ort ist mit einem DJ-Line-up der Weltklasse. 2004 zeigte der Frankfurter Künstler Michael Riedel in der Galerie Michael Neff unter dem Titel »NOSNHÖ« eine Reproduktion des legendären Clubs als Erweiterung seiner konzeptuellen Reihe »Clubbed Clubs«. Das Besondere: Durch Umkehrung, d.h. Montage der Nachbildung an der Decke und Rückwärts- abspielen der Aufnahme des Soundtracks eines Clubabends entstand Johnson Robert, ein, wie es in der begleitenden Publikation heißt, »Höhepunkt der Falschheit.« Give Love Back zeigt 10 Jahre später Michael Riedels Neuinterpretation dieser Arbeit, um entlang dieser die Bedeutung von Orten zu diskutieren. Was macht den Offenbacher Club zu einem Ort des Verweilens? Woraus speist sich sein Mythos?
e Michael Riedel, 'Johnson Robert', 2004: 'ZEIT Magazine' called it the coolest club in Germany. Maybe it really is. In any case, it's an affectionately designed location with a world-class DJ line-up. In 2004, at the Galerie Michael Neff, under the title 'NOSNHÖ', the artist Michael Riedel of Frankfurt presented a reproduction of the legendary club as an expansion of his conceptual series 'Clubbed Clubs'. The special thing about the installation: through inversion, i.e. the installation of the replica on the ceiling and the reverse playback of a soundtrack of an evening at the club, the 'Johnson Robert' was created – a 'pinnacle of falsity', as it was referred to in the accompanying publication. Ten years later, 'Give Love Back' is showing Michael Riedel's reinterpretation of this work as a point of departure for discussing the meaning of places. What makes the Offenbach club a place to spend time? What is the source of its legend?

07



Gestaltung / Design:
Tobias Rehberger

o Aus Vorliebe für Robert Johnson: 2010 entwarf Tobias Rehberger für seine Ausstellung »flach« im Museum Angewandte Kunst in Frankfurt am Main eine Ad-Plakatedition, mit der er im Eigenauftrag für solche Produkte wirbt, die er schätzt oder benutzt. Robert Johnson war eines der sechs Motive.
e Out of affection for Robert Johnson: For his 2010 exhibition 'flat' at the Museum Angewandte Kunst in Frankfurt am Main, Tobias Rehberger designed an edition of ad posters with which, on his own initiative, he advertises for products he likes and uses. Robert Johnson was one of the six motifs.

08



Foto / Photo:
Marc Krause

o Plakat in Wohnung nach den Nächten im Robert Johnson: Plakate sind im Kosmos Ata Macias' nicht länger ausschließlich Informationsmedium, sondern werden durch ihre Funktion des Souvenirs, das der Clubgänger nach der durchtanzten Nacht im Robert Johnson mit nach Hause nehmen soll, zu einem Element, das letztlich neue Lebenswelten konstituiert. Doch wie sehen diese genau aus? »Give Love Back zeigt nicht nur die Plakate, sondern auch ihre Nutzung als Dekoration, Erinnerungsstück, Geschenkpapier oder Affirmation: »Music Saved my life« oder – at least – »Yes. It is loud enough.«
e A poster in an apartment after a night at the Robert Johnson: In the Ata Macias cosmos, posters are no longer exclusively an information medium but – owing to their function as a souvenir club visitors can take home after a night of dancing at the Robert Johnson – become an element that ultimately constitutes new lifeworlds. But what exactly is the nature of these lifeworlds? 'Give Love Back' is showing not just the posters, but also their use as decoration, souvenir, gift-wrapping paper or affirmation: 'Music saved my life' or 'Yes. It is loud enough'.

09



Foto / Photo:
Martin Wenzel

o Transformation mit schöner Aussicht: Der Künstler Martin Wenzel und das Konzept von Nachhaltigkeit ist ein zentraler Anspruch des Clubs und bestimmt sein ästhetisches Prinzip: vom Pavillon über eine Skulptur bis hin zu Möbeln und immer weiter.
e Transformation with beautiful view: The artist Martin Wenzel and the concept of sustainability are a chief aspiration of the club and determine its aesthetic principle: from pavilion to sculpture to furniture, etc., etc.

10



Foto / Photo:
Anja Jahn

o Für den Concept Store: In den letzten beiden Jahren hat Ata Macias begonnen, eine Tischedition zu entwerfen: von Ess- über Anrichte- bis zu Beistelltischen. So sehr sich diese an der diskret-sächlichen Sprache eines Ferdinand Kramers orientieren mögen, so verleihen ihnen ihre helle Marmorplatten und die ausgesuchten Farbnuancen ihrer Gestelle einen raffinierten Charme. Dieser wird von ihren ein Tischbein oder eine Quersprosse

aussparenden Konstruktionen und daraus resultierenden Möglichkeiten, sie unterschiedlich ineinander zu verschachteln, noch gesteigert. Als miteinander multi-kombinierbar liefert die Edition quasi einen Bausatz aus Tischen, mit dem sich in jedem Wohnbereich für die unterschiedlichsten Bedürfnisse immer andere Konstellationen bilden lassen.
e For the concept store: Over the past two years, Ata Macias has been designing a table edition including dining tables, sideboards and side tables. To whatever degree they take the discreetly objective language of a designer like Ferdinand Kramer as an orientation, their light marble tops and the choice colour nuances of their frames lend them a subtle charm. This aspect is further heightened by the occasional omission of a table leg or rung and the resulting possibility of nesting the different elements. The edition encompasses a multi-combinable kit with which tables of different shapes and sizes can be assembled for every living space and its individual needs.

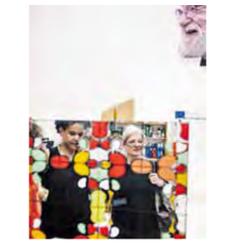


Foto / Photo:
Ramon Haindl

o Im Spiegel: Kuratorinnen Mahret Kupka und Eva Linhart in Vorgesprächen über das »Give Love Back« in der Druckwerkstatt der Städelschule, die als Kooperation Siebdruck-Workshops zu der Ausstellung anbietet. Im Bild eine ornamentale Spiegeldruckarbeit, die Christian Zickler im Auftrag von Jorge Pardo realisierte. Von oben schaut der Künstler Dan Graham zu, der eine Gastprofessur an der Städelschule inne hatte und sich hier auf einer Edition verewigt hat.
e In the Mirror: Curators Mahret Kupka and Eva Linhart engaged in preliminary discussion on 'Give Love Back' in the Städelschule printing workshop, a cooperation partner which is offering silkscreen workshops within the framework of the exhibition. Here we see an ornamental silkscreen mirror work realized by Christian Zickler on commission from Jorge Pardo. The artist Dan Graham, who held a guest professorship at the Städelschule and here immortalized himself in an edition, is looking on from above.



Foto / Photo:
Ramon Haindl

o Ata Macias in seiner Küche auf einem der von ihm entworfenen und – wie zu sehen – multikombinierbaren Tischen, den er hier auch noch zu einem Hocker transformiert. Einmal kreativ immer kreativ.
e Ata Macias in his kitchen on one of the multi-combinable tables of his own design; the table arrangement seen in the picture demonstrates the principle. Here he transforms the table into a stool. Once creative, always creative.

Ausstellung in einem Museum? Natürlich sind Plank und Co. nicht einfach nur irgendwelche Orte. Im »ZEITmagazin« sprach man vom Robert-Johnson einst vom besten Club Deutschlands, das Bahnhofsviertel, einst geächterter Schandfleck im Herzen der Stadt, ist mittlerweile so hip, dass die »New York Times« Frankfurt 2014 als einen der »52 Places to Go« weltweit ausrieb. Wie aber kommt das zustande? Was genau ist dieser Mehrwert oder die größere Macht, die diese Orte ausüben, oder wie äußert sich – wie Du schreibst – die »Intensivierung der Lebenswirklichkeit«? Das versuchen wir zu ergründen, und hier trifft sich unser Vorhaben auch wieder mit der allgemeinen Frage nach der Ausstellbarkeit von angewandter Kunst.
Sehr gerne würde ich noch etwas genauer mit Dir über das diskutieren, was Du »Intensivierung der Lebenswirklichkeit« nennst. Für Intensität bin ich ja grundsätzlich immer zu haben. Dennoch würde mich Deine genauere Definition dieser Formulierung interessieren ...

LIEBE MAHRET

Ich möchte das über die Strategien von Ata Macias versuchen. Zum einen sind seine Projekte, sei es Robert-Johnson, Plank, Möbel oder Plakate öffentlich allen zugänglich und erschwinglich. Insofern integriert er uns alle. Er lässt uns an seiner Welt als unsere Lebenswirklichkeit partizipieren. Die Argumentation geht aber weiter: Er integriert uns alle in seine Welt, um uns etwas zu schenken (give love back). Das heißt, er macht das Plank nicht, um Geld zu verdienen, sondern, wie er sagt, »um uns ein Zuhause zu geben«.
Entlang der Plakate wird es noch deutlicher: Wenn er und die anderen Künstler oder Designer wie z.B. Michael Riedel, Tobias Rehberger, Carsten Fock, Saskia Randt, Sandra Doeller, Michael Satter, Stefan Marx oder Jan Paul Müller Plakate

9

baren Angebot an Speisen im Plank, seinem Ausschank von Alkohol erst nach 18 Uhr oder in dem Einheitsmenü im Club Michel fort. Sehr knapp und bestimmt. Dabei zielt er nicht auf so etwas wie »Verarmung« im Angebot, sondern auf eine Intensivierung der Sinne, eine Art Wahrnehmungssteigerung durch Konzentration.
Dieses Prinzip hat er zwar nicht erfunden, denn es ist eines, das Museen oder Kunstpräsentationen seit dem Klassizismus und verstärkt in der Moderne praktizieren. Aber in Unterschied zu den Kunstkontexten treiben es Ata Macias und sein Umfeld in die verschiedenen Lebenswirklichkeiten hinein. Sie erschaffen so weniger einen »Kunststil« als vielmehr einen Lebenskosmos aus Essen, Wohnen, Kleidung, Musik und bildender Kunst als Gegenentwurf gegenüber dem Mainstream. Diese Strategie der einzigartig Kunstwerken inszeniert. Hier greifen dann wieder die musealen Inszenierungsstrategien: Sockel, Rahmen und damit eine gewisse Überhöhung der Dinge. Wird dann durch diese Konzentration im Angebot aus der Ware Kunst? Und ist ein Concept Store eine Art Galerie für angewandte Kunst?

LIEBE EVA

Ja, ich glaube schon, dass Concept Stores so etwas wie Galerien für angewandte Kunst sind. Und ich denke das nicht nur aufgrund der zum Teil sehr musealen Präsentation, wie z.B. Ata in Zusammenarbeit mit e15 das 2000 bei Bergman auf die Spitze getriebenen hat. Die zugrundeliegende Idee dieser Form von Geschäften hat ja bereits etwas sehr Museales. Da wird das Sortiment kuratiert, gleich der Tätigkeit eines Kurators, der vor der mittlerweile sehr inflationären Nutzung des Begriffs fast ausschließlich innerhalb

für Robert-Johnson gestalten, dann ist das von der Bildsprache her mehrheitlich eine exzellente Grafik. Als Plakate haben diese Dinge traditionellerweise jedoch eine Funktion, nämlich für Veranstaltungen des Clubs zu werben. Ata Macias begreift dabei, dass der Wirkungseffekt eines Plakats in mehr als einer bloß ansprechenden Informationsvermittlung liegen kann. Und in dieses Verhältnis zwischen Funktion und ästhetischer Wirkung greift er ein und deutet daraus etwas Neues heraus. Er transformiert die Konvention. Seine Plakate bekommt man erst nach dem Besuch von Robert-Johnson als eine »schöne« Erinnerung an die durchtanzte Nacht geschenkt und kann sich dieses Souvenir in den eigenen vier Wänden aufhängen. Die herausragende Plakatgrafik aus dem Umfeld von Ata wird also nicht für eine effektive Werbeinformation produziert. Vielmehr emotionalisiert er mit diesen ästhetischen »Geschenken« unsere Lebenswirklichkeit. Er verschafft ihr – und natürlich auch sich sowie allen Beteiligten – eine Aura. Die Plakate als Geste des selbstlosen Beschenkens leisten schöne Erinnerungen an etwas Besonderes: an die eine bestimmte durchtanzte Nacht. Das Plakat wird bei mir zu Hause zu einem Souvenir-Monument eines einzigartigen Ereignisses.
Damit aber die Ereignisse über das Serienprodukt »Plakat« die Aura des Unikat – und das ist es, was passiert – annehmen können, ist noch eine andere wesentliche Strategie zu erwähnen: die Selektion zugunsten einer Qualität. Die Welt von Ata Macias spricht da eine sehr bewusste Sprache. Ihr Geist ist Beschränkung auf das Wesentliche oder auf das Minimale gegenüber dem beliebigen Allerlei des Alltags. Das Massenphänomen des Mainstreams grenzt er geradezu strikt aus. Denke da zum Beispiel an den Robert-Johnson, der als ein White Cube gestaltet ist und damit in der höchsten Konzentration eines Kunstraums. Das setzt sich etwa in dem leicht erfass-

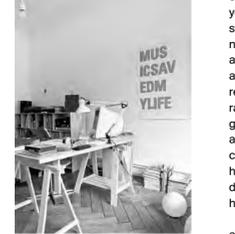
10

von Institutionen zu finden war und dort für die Pflege, Aufbereitung und Präsentation der Sammlung zuständig war. Sammeln beruht auf dem Prinzip der Selektion. Anders als bei einem Archiv, wo es darum geht, möglichst alles zu einem Thema zusammenzutragen, beruht die Sammlung auf teilweise sehr individuellen Entscheidungen, die in der Regel einem Konzept folgen. Wo bei wir wieder beim Concept Store wären. Hier kommt mit »Store« noch die Ebene des Konsums hinzu wie etwa im englischen Begriff »Convenient Store«, einem Laden für den täglichen Bedarf. In einer Galerie kann man natürlich auch Kunst kaufen, nur heißt dieser Ort nicht Art Store o.ä., die Abgrenzung zum Konsum ist da zumindest auf ideeller Ebene noch vorhanden. Man »konsumiert« Kunst ja nicht, man »sammelt« sie. Konsum ist in diesem Zusammenhang schon fast ein Unwort. Insofern ist der Concept Store vielleicht ähnlich wie die Dinge der angewandten Kunst, die irgendwo zwischen hoher Kunst und Alltagsobjekten anzusiedeln wären, als Ladenkonstrukt zwischen Supermarkt und Kunstgalerie zu finden. Es geht mir hier nicht darum, eine Hierarchie aufzuzeigen, die ich im Übrigen nicht sehe, weil ich glaube, dass man alles aus unterschiedlichen Perspektiven unterschiedlich diskutieren kann. Vielmehr möchte ich verschiedene Strategien der Präsentation deutlich machen.
Die Darbietung von Milch, Klopapier und Schokolade auf Sockeln und in Vitrinen hätte durchaus etwas Groteskes, wobei mir das andere Extrem, der Verkauf aus den Transportkisten heraus bei Lebensmitteldiscountern, auch schon immer höchst suspekt war. Da ist mein ästhetischer Anspruch zu hoch, das ist mir auch zu wenig sinnliche Erfahrung! Doch zurück zur Parallele zwischen Concept Store und Präsentation angewandter Kunst. Ich denke, der Gefahr der Überhöhung wird im Store dadurch entgangen, dass der Interessierte die Objekte zum einen anfassen darf und dann

11



07



08

10



09



10

12

in his world in order to give us something (give love back). In other words, he didn't create the Plank to make money but, as he says, "to give us a home".
This is even clearer in connection with the posters. When he and other artists or designers such as Michael Riedel, Tobias Rehberger, Carsten Fock, Saskia Randt, Sandra Doeller, Michael Satter, Stefan Marx or Jan Paul Müller create posters for the Robert Johnson, then the majority of the results are excellent works of graphic art. As posters, however, these objects traditionally have a function, namely to advertise events taking place at the club. In this context, Ata Macias understands that a poster owes its impact to more than just the appealing communication of information. And what he does is intervene in this relationship between function and aesthetic impact, and make something new out of it. He transforms the convention. You only get one of these posters after a visit to the Robert Johnson as a 'beautiful' memory of a night out dancing; only then can you hang it up in your own four walls. In other words, the outstanding poster art from the Ata sphere is not produced for the purpose of effective advertising. On the contrary, with these aesthetic 'gifts' he emotionalizes our life reality. He creates an aura for it – and naturally for himself and everyone involved. As a gesture of unselfish giving, the posters create beautiful memories of something special – of a certain night out dancing. In my home, the poster becomes a unique and distinctive object, a souvenir monument in honour of a unique event.
But in order for the event to take on the aura of a unicum by way of the serially produced poster – for that is what happens – there is also another fundamental strategy in effect here, that also deserves mention: selection in favour of quality. Here the world of Ata Macias speaks a very conscious language. Its spirit is limitation to the essentials or to the minimal as compared to the

random miscellany of everyday life. You could say he strictly excludes the mass phenomenon of the mainstream. Think, for example, of the Robert Johnson, which is designed like a White Cube and thus like an art space in its most concentrated form. This spirit is also reflected in the limited menu available at the Plank, in the fact that alcohol is served there only after 6 pm, or in the 'same meal for all' Thursdays at Club Michel. Everything is very concise and specific. His aim here is not to 'impovertise' the offer in any way, but to intensify the senses, to heighten perception through concentration.
He didn't invent this principle; after all, it's something that has been practised by museums and art presentations since Neoclassicism and was further intensified in the twentieth century. Unlike the art contexts, however, Ata Macias and his environment transport this principle into various life realities. It is not so much an 'art style' they create as a life cosmos consisting of food, domesticity, clothing, music and the visual arts as an alternative to the mainstream. This strategy of selection in favour of a conscious sensual experience also comes to bear in the genre of the concept store. Here the merchandise is not kept in storage as a rich assortment, but staged in the manner of unique artworks. And here the museum staging strategy comes to bear: the base, the frame, and thus a certain elevation of the objects. Does this concentration within the product range render the merchandise art? And is a concept store a kind of gallery of applied art?

DEAR EVA
But in order for the event to take on the aura of a unicum by way of the serially produced poster – for that is what happens – there is also another fundamental strategy in effect here, that also deserves mention: selection in favour of quality. Here the world of Ata Macias speaks a very conscious language. Its spirit is limitation to the essentials or to the minimal as compared to the

Yes I do think that a concept store is a kind of gallery of applied art. And I don't think that simply because of the fact that the presentation is sometimes very museum-like in character, for example in 2000 when Ata took this to an extreme at Bergman, in collaboration with e15. The underlying

12

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 Museumshop 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 Habenwollen 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 Museumshop. 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 fulfil 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.

13

Gimme!
Gimme! Gimme!

den Clubabend erhält, Du beschriebst 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.



15

16

14

Ata Macias und Partner Geschnitten, wir produzieren die affirmative oder manchmal kritische Aufladung seiner Objekte, Räume und Lebenswelten mit.*

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?" [...] can be answered clearly and as follows: It is our relation to it that concerns us. It is we, not the artists [...] 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

* Matthias Wagner: K. Über die Liebe oder keine Halbeiten in der angewandten Kunst zu machen / On Love or Not Taking Half Measures in Applied Art, Frankfurt 2014

Give Love Back. Ata Macias und Partner / Ata Macias and Partners. Eine Ausstellung zur Frage, was an angewandter 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

museum angewandte kunst

Schaumainkai 17
60594 Frankfurt am Main

Di, Do – So 10–18 Uhr, Mi 10–20 Uhr
www.museumangewandtekunst.de

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 unmittelbare 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

Meyer.

▷ »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 Dornbracht zu Gast sein wird.

◃ 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 Dornbracht will be our guest.



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 Theissen 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 Theissen'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 »Bibliothèque des Erlesenen« 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 Markenbotschafter. 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. The 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 Willhelms 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 an der zur Ausstellung erscheinenden Zeitung.

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 is involved in the production of 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 Sietzy. 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 Sietzy. 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 seine DJ Möbel 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.

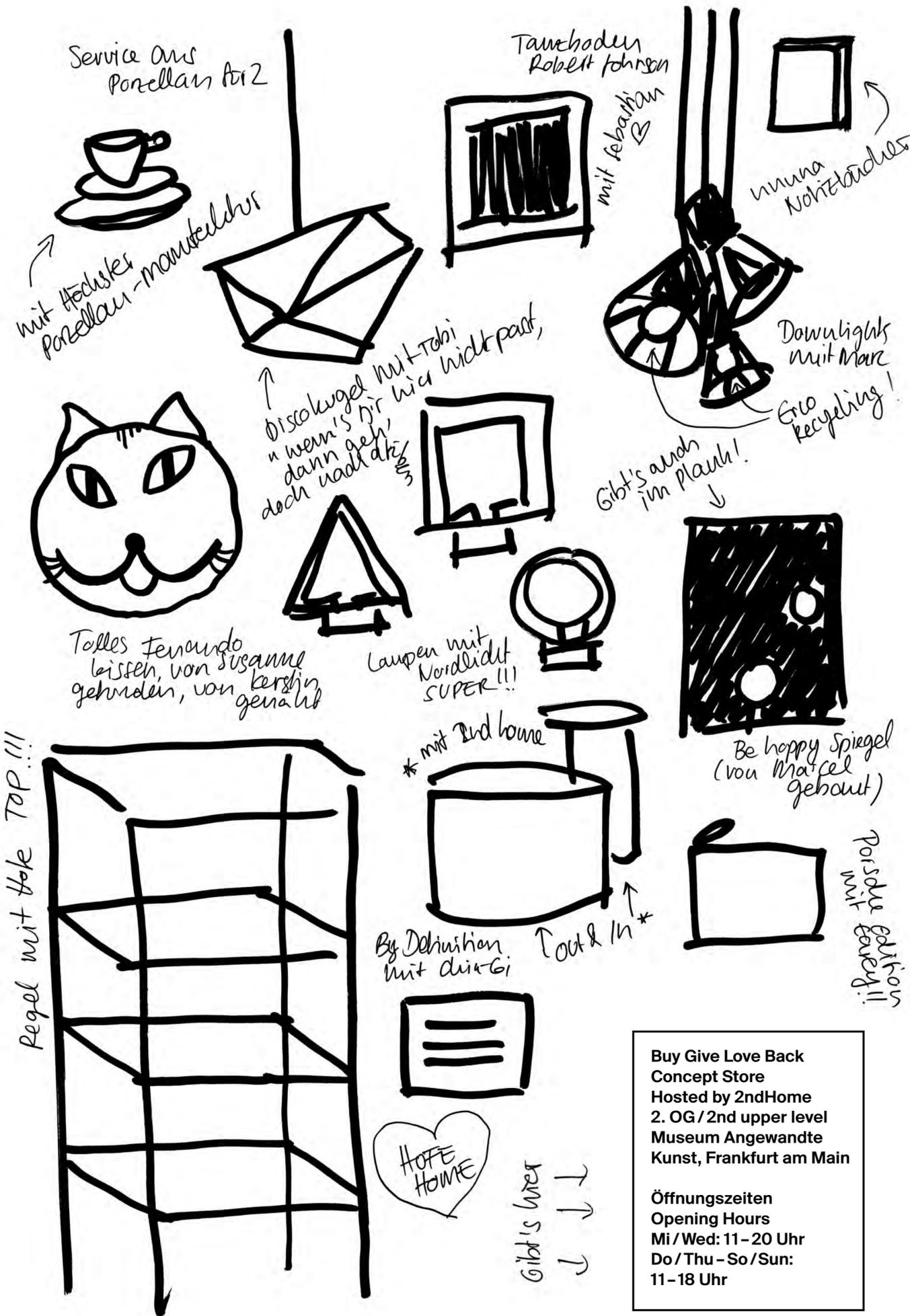
Steffen Eberhardt designs and produces furniture under the label »eam objects«. Intrigued by Eberhardt's DJ furnitures, Ata Macias made the designer's acquaintance and the two jointly developed the DJ booth now in use at the Robert Johnson. At the »Buy Give Love Back« concept store, the Mini DJ Booth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

Effigiella

Effigiella ist eine private Manufaktur erlesener Strickwaren in Frankfurt am Main; die 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.





Buy Give Love Back Concept Store
 Hosted by 2ndHome
 2. OG / 2nd upper level
 Museum Angewandte Kunst, Frankfurt am Main

Öffnungszeiten
 Opening Hours
 Mi / Wed: 11 – 20 Uhr
 Do / Thu – So / Sun: 11 – 18 Uhr

Carsten Fock

Die Werke des Künstlers Carsten Fock inspirierten Ata Macias, und so bat er ihn 2008, eine Wandmalerei für den Treppenaufgang im Robert Johnson zu entwickeln. Es entstand Strich für Strich eine wandfüllende tapetenartige Arbeit mit sogeharter Tiefenwirkung. Eigens für die Ausstellung entwirft er nun ein Plakatmotiv, das einerseits als Wandarbeit gleichwohl im »Buy Give Love Back«-Concept Store als käufliches Objekt dargeboten wird.

Inspired by artist Carsten Fock's works, Ata Macias invited him to develop a wall painting for the staircase at the Robert Johnson in 2008. Line by line, Fock created a wall-filling, tapestry-like work that has the effect of luring the viewer into its depths. Now he is developing a poster motif especially for the show, which will be on display as a wall work and also offered for sale at the 'Buy Give Love Back' concept store.

Oliver Hafenbauer

Seit mehr als fünf Jahren prägt Oliver Hafenbauer den Club Robert Johnson als Musical Director, Club- und Labelmanager. Selbst Resident DJ im Robert Johnson, legt er musikalisch Wert auf hohen Qualitätsstandard und »einfach gute Musik«. Visuell setzt er auf enge Zusammenarbeit mit befreundeten Künstlern und Designern. Seit 2014 produziert er Musik unter dem eigenen Label »Die Orakel«. Für »Give Love Back« stellt er das musikalische Programm zusammen.

Oliver Hafenbauer has been contributing to shaping the character of the Robert Johnson Club for more than five years as its musical director and club and label manager. Himself a resident DJ at the Robert Johnson, he attaches musical importance to high quality and 'simply good music'. For the visual aspects of his work he likes to cooperate closely with artist and designer friends. He has been producing music under his own label, 'Die Orakel' since 2014. For 'Give Love Back' he is planning the musical programme.

Daniel Herrmann

Der selbstständig arbeitende Fotograf war der erste, für den das Fotografie-Verbot im Robert Johnson aufgehoben wurde. Die entstandenen Portraits und die daraus resultierende Foto-Tapete waren ein »Meilenstein für den Club«, so Ata. Grund genug, ihn diese Arbeit im Rahmen der Ausstellung in neuem Gewand präsentieren zu lassen.

The free-lance photographer was the first for whom the Robert Johnson made an exception to its ban on picture-taking. According to Ata, the portraits he took there and the resulting photo wallpaper were a 'milestone for the club'. Reason enough to give him scope to present this work in a new guise within the framework of the exhibition.

Höchster Porzellan-Manufaktur

1746 als kurfürstlich-mainzische Porzellan-Manufaktur gegründet, darf sich die Höchster Porzellan-Manufaktur zweitälteste in Deutschlands nennen. Internationale Preise haben sich die Höchster besonders in den letzten Jahren für ihre mutigen Neuentwicklungen erarbeitet. Eigens für »Buy Give Love Back« unternimmt das Traditionsunternehmen einen weiteren gewagten Schritt: Das weiße Gold erfährt ein »Upcycling« à la Ata. Nur hier und sogar käuflich.

Founded in 1746 as the Electoral Mainz Porcelain Manufactory, the Höchster Porzellan-Manufaktur has the honour of calling itself Germany's second oldest such enterprise. Particularly over the past few years, the company has been awarded international prizes for its bold new developments. Especially for 'Give Love Back', the richly traditional company is taking yet another adventurous step: the 'white gold' is undergoing 'upcycling' à la Ata. Here only – and available for purchase.

Hofe

Das seit 1863 bestehende und bereits in fünfter Generation geführte Familienunternehmen hat sich auf die Herstellung von Regalsystemen aus Stahl spezialisiert. Eigentlich vor allem für Lager und Werkstätten produziert, erfahren die Regalsysteme derzeit ein Revival, wenn es um innovative Einrichtungen von Büros, Wohnungen und Shops geht. Architekten und Designer setzen auf das simple Prinzip des Aufbaus bei gleichzeitig größter Stabilität. Für den »Buy Give Love Back«-Concept Store fertigt Hofe eigens eine Regalgruppe an, die dem »Verkaufsraum« Großzügigkeit verleiht.

A family enterprise in existence since 1863 and already in its fifth management generation, Hofe specializes in the manufacture of steel shelving systems. Produced primarily for storage rooms and workshops, the shelving systems are presently undergoing a revival in the area of innovative furnishings for offices, homes and shops. Architects and designers like the combination of simple construction principle and maximum stability. For the 'Buy Give Love Back' concept store, Hofe is making a shelf group that lends the 'salesroom' a sense of spaciousness.

Chin-Gi Hong

Der Mann mit vielen Talenten und Liebe zur elektronischen Musik ist fester Bestandteil der »Robert-Johnson-Familie«. Von Haus aus Unternehmensberater, ist Chin-Gi bestens in der Frankfurter Kreativszene vernetzt und hat als Texter schon oft treffende Worte für Ata und seine Projekte gefunden. Seine letzte Arbeit – Definitionen zu Schlüsselbegriffen aus dem »Universum Ata« – werden in Schilder graviert im »Buy Give Love Back«-Concept Store erhältlich sein.

The man of many talents and electronic music enthusiast is a regular member of the 'Robert Johnson family'. A management consultant by profession, Chin-Gi is well-connected in Frankfurt's creative milieu, and in his capacity as copy-writer has often found trenchant words for Ata and his projects. His last work – definitions of key terms from the 'Ata universe' – will be available at the 'Buy Give Love Back' concept store in the form of engraved signs.

Sebastian Kahrs

Der Künstler und Bildhauer Sebastian Kahrs steht seit nunmehr rund 15 Jahren Seite an Seite mit Ata Macias. Aus der einst fixen Idee, gemeinsam einen Club zu machen, entstand das heutige Robert Johnson. Ob als DJ, Vi, Techniker oder liebevoller Host mit herausragenden Kochqualitäten, Kahrs prägt den Club in jeder Hinsicht.

The artist and sculptor Sebastian Kahrs has been accompanying Ata Macias for some fifteen years now. The present-day Robert Johnson has its origins in the onetime idee fixe of starting a club together. As a DJ, Vi, technician and affectionate host with outstanding qualities as a chef, Kahrs leaves his mark on every facet of the club.

Christoph Keller

Der vielseitige Autodidakt ist bekannt als Gründer des Verlags »Revolver – Archiv für aktuelle Kunst«, erster Nicht-Schweizer Preisträger des renommierten Jan-Tschichold-Preises für Buchgestaltung, Herausgeber der »Christoph Keller Editions« bei JRP Ringier, Gründer der Edelobstbrennerei »Stählemühle« und Master Distiller des »Monkey 47 – Schwarzwald Dry Gin«. Als Experte der »schönen Dinge« stellt der gebürtige Frankfurter Exponate für die »Bibliothek des Erlenses« zur Verfügung, in deren Rahmen bei einer Degustation Edelobstbrände verkostet werden.

The versatile autodidact is known as the founder of the 'Revolver – Archiv für aktuelle Kunst' publishing company, is the first non-Swiss recipient of the prestigious Jan Tschichold book design prize, editor of JRP Ringier's 'Christoph Keller Editions', founder of the 'Stählemühle' fruit brandy distillery and master distiller of 'Monkey 47 – Schwarzwald Dry Gin'. As an expert on 'beautiful things', the native of Frankfurt will be placing exhibits at our disposal for the 'Bibliothèque Recherche', within which framework there will be a fruit brandy tasting session.

Karl Kliem

Kliem war 1997 Mitbegründer der Gruppe »MESO«, konzentrierte sich aber ab 2002 unter dem Label »Dienststelle« auf minimalistische Audiovisualisierungen, durch die er bekannt wurde. Zu seinen Partnern zählen Musiker wie z.B. »Alva Noto & Ryuichi Sakamoto« oder »Mouse on Mars«. In der Ausstellung präsentiert er ein Robert Johnson-Relikt: die erste digitale Getränkekarte aus dem Jahr 1999.

In 1997, Kliem was a co-founder of the 'MESO' group, but from 2002 onward, under the label 'Dienststelle', concentrated on the minimalist audio visualizations with which he made a name for himself. His partners include such musicians as 'Alva Noto & Ryuichi Sakamoto' or 'Mouse on Mars'. In the show he is presenting a Robert Johnson relic: the first digital beverage menu of the year 1999.

Jürgen Keßler

Die Sonderanfertigungen aus Metall der Schlosserei Jürgen Keßler werden von Architekten wie Designern und Künstlern gleichermaßen geschätzt. Für die Ausstellung fertigt Keßler nach Ata Macias' Skizzen einen Kronleuchter aus Lochblech an. Kinder dürfen ihr kaputtes Spielzeug mitbringen und es dann am Korpus aufhängen. Das Kunstwerk wird folglich erst durch die Einwirkung der Kinder vollendet. Zur Finissage wird der Kronleuchter meistbietend versteigert. Kinder, bitte werft euer Spielzeug nicht weg!

The custom-made articles from Jürgen Kessler's metalworking shop are admired by architects, designers and artists alike. For the exhibition, Kessler is creating a perforated metal plate chandelier after sketches by Ata Macias. Children can bring their broken toys to the museum and hang them on the carcass. In other words, the work will be completed only through the participation of children. At the finissage, the chandelier will be sold to the highest bidder. Children, please don't throw away your old toys!

Kerstin Laackmann

Die Kostümbildnerin Kerstin Laackmann fertigt Theaterkostüme mit aufwändigen Unterkonstruktionen

und aus ungewöhnlichen Materialien an. Neben ihrem eigenen Kostümwerk leitet sie die Werkstätten der Hanauer Märchenfestspiele. Als Edition für den Concept Store »Buy Give Love Back« steuert sie eine Kissenserie bei, die sich mit »Fernando – der Katze«, dem Maskottchen der Ausstellung, auseinandersetzt.

The costume designer Kersti Laackmann makes theatre costumes out of unusual materials and with elaborate underlying frameworks. In addition to her costume oeuvre, she directs the workshops of the Hanau Märchenfestspiele (fairytale festival). For the 'Buy Give Love Back' concept store she is contributing a cushion series featuring 'Fernando the Cat' – the exhibition mascot – in the form of an edition.

Ata Macias

Die Person Ata Macias lässt sich vielseitig beschreiben – mit verschiedenen Partnern initiierte er eine beachtliche Reihe an Projekten: »Delirium«, den ersten Clubwear-Store Deutschlands, »Bergman«, den ersten Concept Store Deutschlands, den Fashion-Store »Ingmar«, den Club »Robert Johnson«, das Offspace-Restaurant »Club Michel« und nicht zuletzt die Café-Bar »Plank«. Sein Name prägt das Bewusstsein und den Ruf Frankfurts als angesagte Offspace-Metropole wesentlich mit.

There are multifarious ways of describing Ata Macias. Working with various partners he is a prolific initiator of projects. Examples are 'Delirium', Germany's first clubwear store, 'Bergman', Germany's first concept store; the fashion store 'Ingmar'; the 'Robert Johnson' club; the 'Club Michel' offspace restaurant; and – not least importantly – the 'Plank' café-bar. His name is virtually synonymous with Frankfurt's growing awareness and reputation as a hip offspace metropolis.

Stefan Marx

Die charakteristischen Zeichnungen und Malereien des Hamburger Künstlers schmücken nicht nur T-Shirts, Plattencover, Plakate, Hefte und Bücher, sondern mittlerweile sogar die Haut seiner Fans. Über das Label »Playhouse« in Kontakt gekommen, hat Stefan mehrfach Cover und Plakate für Ata entwickelt. Bei »Give Love Back« sind seine Arbeiten in der Review-Projektion vertreten, und er wird eigens anreisen, um zusammen mit dem Künstler Malte Zenses die Besucher mit seinen Tattoos zu beglücken.

This artist's characteristic drawings and paintings not only decorate T-shirts, record covers, posters, booklets and books but, meanwhile, also the skin of his fans. Having met Ata within the context of the label 'Playhouse', Stefan has developed a number of covers and posters for him. In 'Give Love Back' his works are on view in the Review Projection, and he will come to Frankfurt especially to delight the visitors with his tattoos – in collaboration with the artist Malte Zenses.

Meso

MESO Digital Interiors versteht sich als Design-team für Konzeption und Realisierung von digitalen Rauminszenierungen und Exponaten. Der Name MESO (abgeleitet aus dem griechischen μ – »Mitte«) steht dabei für einen interdisziplinären Ansatz zwischen Technologie und Gestaltung, den die Gründer Sebastian Oschatz und Max Wolf seit über 15 Jahren verfolgen. Für die Ausstellung formen MESO Digital Interiors aus dem umfangreichen Archiv von Ata Macias eine raumgreifende digitale Lichtinstallation, die zum Erkunden seiner verschiedenen Schaffensphasen einlädt.

MESO Digital Interiors defines itself as a design team for the conception and realization of digital room stagings and displays. The name MESO (from the Greek μ – 'middle') stands here for an interdisciplinary approach between technology and design which founders Sebastian Oschatz and Max Wolf have been pursuing for more than fifteen years. For the exhibition, MESO Digital Interiors are creating a large-scale digital light installation from Ata Macias's extensive archive. It will provide an opportunity to explore the various phases of Macias's work to date.

David Meves

Den Filmmacher und leidenschaftlichen Koch verbindet mit Ata Macias vor allem eines – die Liebe zu gutem Essen und Gastfreundschaft. So führen beide seit 2012 gemeinsam die Geschäfte des Offspace-Restaurants »Club Michel«. Zum Tag der Deutschen Einheit wird er den Direktor Matthias Wagner K und Ata Macias im Club Michel bei der Realisierung des Einheitsmenüs unterstützen.

The film maker and passionate cook has above all one thing in common with Ata Macias – a love for good food and hospitality. Since 2012, the two have jointly managed the offspace restaurant 'Club Michel'. On the Day of German Unity, he will support museum director Matthias Wagner K and Ata Macias in the realization of their unification menu at Club Michel.

Montana

Mit hochwertigen Sprühfarben, Markern und Inks hat sich Montana als Künstlermaterialhersteller etabliert, der weltweit die »Urban Art«-Szene versorgt. Darüber hinaus unterstützt das Unternehmen soziale Projekte wie das von Herakut: zwei Künstler, die in Krisengebieten mit Kindern und Jugendlichen Malwork-

shops durchführen. Im »Buy Give Love Back« Concept Store werden außergewöhnliche Marker-Sets zum Kauf angeboten. Darüber hinaus stellt Montana ein Projekt in der »Give Love Back«-Zeitung vor.

With high-quality spray paints, markers and inks, Montana has established itself as a producer of art materials which supplies the 'urban art' scene all over the world. The company moreover supports social projects such as that of Herakut: two artists who carry out painting workshops with children and teens in conflict areas. At the 'Buy Give Love Back' concept store, unique marker sets will be offered for sale. Montana is also presenting a project in the 'Give Love Back' newspaper.

Jan Paul Müller

Der Illustrator und Künstler arbeitet selbstständig und ist Mitglied des Kollektivs »Stay« und der Tochterreihe »Back to new«, die seit 2012 mit grafischen Arbeiten und Veranstaltungen im Robert Johnson präsent ist. Seine Illustrationen werden in der Ausstellung im Rahmen einer adidas-Kooperation zu sehen sein.

The artist / illustrator works on a free-lance basis and is a member of the 'Stay' collective and the 'Back to New' series that has been present in the Robert Johnson since 2012 with graphic works and events. His illustrations will be in view in the show within the framework of a project carried out in cooperation with adidas.

Nordlicht

In der Licht- und Werbetechnik gilt Nordlicht als Qualitätsführer. Bekannte Großprojekte wie die Beleuchtung und Bewerbung der Commerzbankarena zählen ebenso zum Portfolio wie die Anfertigung von Leuchtobjekten für den Künstler Tobias Rehberger. Planer und Designer schätzen die Unikart- und Sonderleuchtenherstellung, denn Nordlicht gehört zu den wenigen, die ihre traditionellen Werkstätten – wie beispielsweise die Glasbläse – neben Hightech-Anlagen aufrechterhalten. Für »Buy Give Love Back« trägt Nordlicht eine Edition von 12 Leucht-Unikaten bei.

Nordlicht is considered a quality leader in the area of light and advertising technology. Well-known large-scale projects such as the illumination and advertising of the Commerzbankarena are as much a part of its portfolio as the production of light objects for the artist Tobias Rehberger. Planners and designers appreciate the work of this producer of unique-specimen and custom-made light products because Nordlicht is one of the few companies in the business that maintains its traditional workshops – for example for glass-blowing – alongside high-tech systems. Nordlicht is contributing an edition of twelve lamp unica to 'Buy Give Love Back'.

Prof. Dr. Regine Prange

Frau Dr. Regine Prange ist Inhaberin des Lehrstuhls für Neuere und Neueste Kunstgeschichte, Kunst- und Medientheorie an der Goethe-Universität in Frankfurt am Main. Sie ist als Kooperationspartner an der Begleitveranstaltung beteiligt, die die Frage nach einer Theorie angewandter Kunst bearbeitet wird.

Dr. Regine Prange holds the chair for Recent and Contemporary Art History and Art and Media Theory at the Goethe-Universität in Frankfurt am Main. In the context of 'Give Love Back', she is participating in the symposium addressing the issue of a theory of applied art.

Tobias Rehberger

Als Bildhauer gehört Rehberger zu den bedeutendsten Künstlern seiner Generation. Er nutzt alltägliche Gegenstände, eignet sie sich an, verändert oder erweitert sie, sodass von minimalen bis hin zu raumfüllenden Eingriffen mächtige Environments entstehen. Der Städelprofessor erhielt 2009 den »Goldenen Löwen« als bester Künstler der 53. Biennale in Venedig. 2010 zeigte das Museum Angewandte Kunst seine Ausstellung »flach«. Aus Anlass eines gemeinsamen Housewarming entstand ein Spiegel-Objekt, das nun von Rehberger und Macias für den »Buy Give Love Back«-Concept Store neu aufgelegt wird.

The sculptor Rehberger is among the most prominent artists of his generation. He uses everyday objects, appropriating, changing and expanding them to create environments that range from minimal to mighty. In 2009, the Städel professor was awarded the 'Golden Lion' as best artist at the 53rd Venice Biennale. In 2010 the Museum Angewandte Kunst presented his exhibition 'flat'. On the occasion of a joint housewarming, a mirror object was created that Rehberger and Macias are now reissuing for the 'Buy Give Love Back' concept store.

Michael Riedel

Der international bekannte Konzeptkünstler ist Frankfurt seit seiner Studienzeit am Städel treu geblieben. Unter anderem als Mitbegründer der »Freitag«-Küche, einem Offspace-Restaurant, das an nur einem Abend in der Woche geöffnet hat. In seiner Kunst spielt er mit Rückgriffen auf bestehende Dinge – so auch in der Installation »Robert«, die den Club auf dem Kopf zeigt, unterteilt von rückwärts abgespielten 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 Buchstütze-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 werden 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 Küster 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 school, Sven Tadic paints above all horses. That is no coincidence, because in everyday life he is a coach-

man 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, Damast 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 ungewöhnlichen 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 antimacass made of these luxury materials.

GIVE LOVE BACK – NEWSPAPER

Diese Zeitung erscheint anlässlich der Ausstellung / This newspaper is being published on the occasion of the exhibition

Give Love Back, Ata Macias and 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. Museum Angewandte Kunst, Frankfurt am Main 13. September 2014 – 11. Januar 2015 13 September 2014 – 11 January 2015

HERAUSGEBER / PUBLISHERS: Eva Linhart, Maïret Kupka, Matthias Wagner K mit / with Ata Macias

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

REDAKTION / EDITORS: Eva Linhart, Maïret Kupka, Katharina Baumecker, Alexandra Sander, Grit Weber, Julia Quezdweil, Matthias Wagner K

ÜBERSETZUNGEN / TRANSLATIONS: Judith Rosenthal

LEKTORAT / PROOFREADING: Sabine Büsgen

PARTNER KONZEPT / PARTNER CONCEPT: Gabi Schirmmacher

GESTALTUNG / DESIGN: Sandra Doeller

ILLUSTRATIONS: Gabi Schirmmacher, Graziano Capitta

FOTOGRAFIE / PHOTOGRAPHY: Wolfgang Guezzi, Ramon Hamdi, Anja Jahn, Dieter Leisner, Ata Macias, Timothy Schaumburg, Martin Wenzel, 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 Schumannkai 17 60594 Frankfurt am Main PRESSE / PRESS Grit Weber und Julia Quezdweil presse.angewandte-kunst@stadt-frankfurt.de

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

Änderungen vorbehalten / Subject to change without prior notice Frankfurt am Main, 08/2014

© 2014 Autor(en) / author(s), Übersetzer / translator(s) und / and Museum Angewandte Kunst, Frankfurt am Main ISBN 3-88270-102-1

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>.

AUSSTELLUNG / EXHIBITION

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

DIREKTOR / DIRECTOR Matthias Wagner K

KURATORINNEN / CURATORS Dr. Eva Linhart, Maïret Kupka, M.A.

DIREKTIONSSASSISTENZ / ASSISTANT TO THE DIRECTOR Sandra Schwarz

AUSSTELLUNGSSASSISTENZ / ASSISTANT CURATOR Katharina Baumecker, B.A.

ATA MACIAS – PROJEKTLEITUNG / PROJECT MANAGEMENT Gabi Schirmmacher, Sandra Doeller

TECHNISCHE LEITUNG / TECHNICAL SERVICES David Beikirch

ORGANISATION UND KOORDINATION / ORGANIZATION AND COORDINATION Sabine Huth

AUSSTELLUNGSARCHITEKTUR / EXHIBITION ARCHITECTURE David Beikirch

AUSSTELLUNGSaufbau / EXHIBITION INSTALLATION Stefan Beutler, Burkhard Dämmer, Brita Jächner, Ivan Martaler, Malte Otmani

RESTAURATORIN / CONSERVATORS Sabine Beck, Christian Dressen, Susan Otama-Koerfer

ARCHIV / ARCHIVE Ute Kunze, Sybille Münchenberg

REGISTRARIN / REGISTRAR Susan Otama-Koerfer

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT / PRESS AND PUBLIC RELATIONS Grit Weber, Julia Quezdweil

LEITUNG KOMMUNIKATIONSDESIGN / COMMUNICATION DESIGN Martin Hegel

GRAFIKDESIGN / GRAPHIC DESIGN Jasmin Kress

LEITUNG VERMITTLUNG / CREATE Alexandra Sander

VERWALTUNG, FINANZEN UND BUCHHALTUNG / ADMINISTRATION, FINANCES AND ACCOUNTING Natalie Schwab

MUSEUMSTECHNIK / TECHNICAL SUPPORT AND FACILITIES Tilo Kohl

HAUSTECHNIK / IN-HOUSE TECHNICIAN Michael Frenz, Ralf Gehner

HAUSMEISTER / MAINTENANCE SUPERVISOR Stanislav Yakushev

KASSE, EMPFANG / CASHIER'S DESK, RECEPTION Marija Baruch

SCHLIESSDIENST / SECURITY Vojislav Nujkic

DIREKTOR / DIRECTOR Matthias Wagner K

KURATORINNEN / CURATORS Dr. Eva Linhart, Maïret Kupka, M.A.

DIREKTIONSSASSISTENZ / ASSISTANT TO THE DIRECTOR Sandra Schwarz

AUSSTELLUNGSSASSISTENZ / ASSISTANT CURATOR Katharina Baumecker, B.A.

ATA MACIAS – PROJEKTLEITUNG / PROJECT MANAGEMENT Gabi Schirmmacher, Sandra Doeller

TECHNISCHE LEITUNG / TECHNICAL SERVICES David Beikirch

ORGANISATION UND KOORDINATION / ORGANIZATION AND COORDINATION Sabine Huth

AUSSTELLUNGSARCHITEKTUR / EXHIBITION ARCHITECTURE David Beikirch

AUSSTELLUNGSaufbau / EXHIBITION INSTALLATION Stefan Beutler, Burkhard Dämmer, Brita Jächner, Ivan Martaler, Malte Otmani

RESTAURATORIN / CONSERVATORS Sabine Beck, Christian Dressen, Susan Otama-Koerfer

ARCHIV / ARCHIVE Ute Kunze, Sybille Münchenberg

REGISTRARIN / REGISTRAR Susan Otama-Koerfer

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT / PRESS AND PUBLIC RELATIONS Grit Weber, Julia Quezdweil

LEITUNG KOMMUNIKATIONSDESIGN / COMMUNICATION DESIGN Martin Hegel

GRAFIKDESIGN / GRAPHIC DESIGN Jasmin Kress

LEITUNG VERMITTLUNG / CREATE Alexandra Sander

VERWALTUNG, FINANZEN UND BUCHHALTUNG / ADMINISTRATION, FINANCES AND ACCOUNTING Natalie Schwab

MUSEUMSTECHNIK / TECHNICAL SUPPORT AND FACILITIES Tilo Kohl

HAUSTECHNIK / IN-HOUSE TECHNICIAN Michael Frenz, Ralf Gehner

HAUSMEISTER / MAINTENANCE SUPERVISOR Stanislav Yakushev

KASSE, EMPFANG / CASHIER'S DESK, RECEPTION Marija Baruch

SCHLIESSDIENST / SECURITY Vojislav Nujkic

MUSEUM ANGEWANDTE KUNST

DIREKTOR / DIRECTOR Matthias Wagner K

MUSEUM ANGEWANDTE KUNST Schumannkai 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

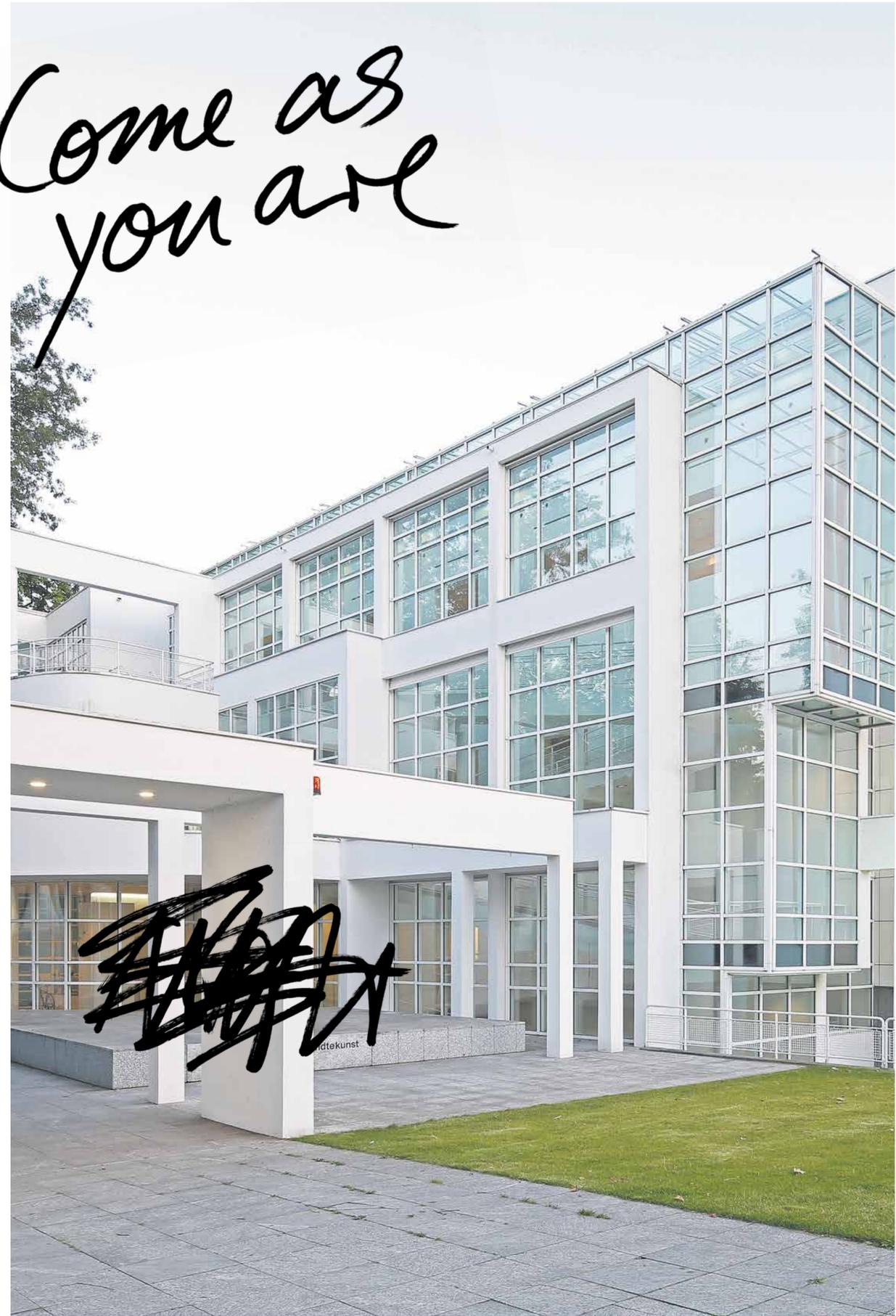
ÖFFNUNGSZEITEN / OPENING HOURS Mo, geschlossen / Closed Mondays Di, Do – So 10 – 18 Uhr, Mi 10 – 20 Uhr Tue, Thu – Sun 10 am – 6 pm, Wed 10 am – 8 pm

EINTRITTSPREISE / ADMISSION 9,00 EUR, 4,50 EUR ermäßigt / reduced Für Kinder bis 6 Jahre ist der Eintritt frei. 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 Kostenpflichtiger 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 Lehnerer

09/14

Event

Sa, 13.09.2014, ab 24 Uhr

Opening Party

@Robert Johnson

o Clubnacht im Robert Johnson anlässlich der Ausstellungseröffnung ›Give Love Back mit Ata Macias und Trevor Jackson

e Club night at the Robert Johnson on the occasion of the opening of the 'Give Love Back' exhibition with Ata Macias and Trevor Jackson 7 EUR

Workshop

So, 14.09.2014, 13 – 15 Uhr

›Give Book Back: Der Liebe eine Form geben 'Give Book Back' Giving Love Form

o Das Freundschaftsalbum in Zeiten von Facebook. Workshop mit Katharina Baumecker

e The friendship album in the age of facebook Workshop with Katharina Baumecker

→ Anmeldung erforderlich / By reservation only 15 EUR + Eintritt / admission

Workshop

Sa – So, 20. – 21.09.2014, 10 – 15 Uhr

Siebdruckworkshop Plakat

Silkscreen poster workshop

o Druckwerkstätten der Städelschule zu Gast im Museum Angewandte Kunst: Plakate und Plattendcover entwerfen und drucken

e The Museum Angewandte Kunst hosts the Städelschule printing workshops: designing and printing posters and record covers

→ Ab einer Körpergröße von 1,40 m / For participants 1.4 metres (4' 7") tall and over

Anmeldung erforderlich / By reservation only 125 EUR + Eintritt / admission

Kuratorenführung

Guided tour by the curator

Mi, 24.09.2014, 17 Uhr

o Plakate, Plattendcover und T-Shirts:

Wieso, weshalb, warum? Mit Dr. Eva Linhart, Kuratorin der Ausstellung

e Posters, record covers and T-shirts: the whys and wherefores with Eva Linhart, exhibition curator

Lecture

Mi, 24.09.2014, 19 – 20 Uhr

Give Love Back Lecture

o Ata Macias und Christian Zickler: Designer und Geschichten hinter der Plakatsammlung von Ata Macias

e Ata Macias and Christian Zickler: Designers and stories behind Ata Macias' poster collection

Workshop

So, 28.09.2014, 14 – 18 Uhr

DI Mixing

DI Mixing-Workshop mit /with Ata Macias

→ Anmeldung erforderlich / By reservation only 40 EUR + Eintritt / admission

10/14

Event

Do, 02.10.2014, 20 Uhr

@ Club Michel

o Direktor Matthias Wagner K und Ata Macias kochen das Einheitsmenü

e Director Matthias Wagner K and Ata Macias cook a reunification menu

→ Anmeldung erforderlich / By reservation only

Reservierung unter /for reservations write to info@clubmichel.net

Workshop

Sa – So, 04. – 05.10.2014, 10 – 15 Uhr

Siebdruckworkshop Textil

Textile silkscreen workshop

o Druckwerkstätten der Städelschule zu Gast im Museum Angewandte Kunst: T-Shirts entwerfen und drucken

e The Museum Angewandte Kunst hosts the Städelschule printing workshops: designing and printing T-Shirts

→ Ab einer Körpergröße von 1,40 m / For participants 1.4 metres (4' 7") tall and over

Anmeldung erforderlich / By reservation only 125 EUR + Eintritt / admission

Workshop

Mi, 08.10.2014, 19 – 23 Uhr

Edelbrand-Seminar mit Christoph Keller

Fruit brandy seminar with Christoph Keller

o Workshop mit Sensorik-Schule, Degustation und einem detaillierten Vortrag über die Arbeit der Edelobstbrennerei Stählemühle

e Workshop with sense training, degustation and a detailed lecture on the work of the Stählemühle fruit brandy distillery

→ Anmeldung erforderlich / By reservation only 150 EUR + Eintritt / admission

Performance

Sa, 11.10.2014, 10 – 18 Uhr

Stefan Marx Tattoo-Studio

o Die Künstler Stefan Marx und Malte Zenses tätowieren im Museum Angewandte Kunst

e The tattoo artists Stefan Marx and Malte Zenses offer their services at the Museum Angewandte Kunst

→ Anmeldung erforderlich / By reservation only 50 – 100 EUR + Eintritt / admission

Workshop

So, 19.10.2014, 14 – 17 Uhr

Vom Abfall zum Beifall: Techniken der Umformung

From lump to like: techniques of transformation

Familien-Workshop mit Ata Macias

Family workshop with Ata Macias

→ Anmeldung erforderlich / By reservation only 25 EUR + Eintritt / admission

Familien/families 55 EUR + Eintritt / admission

Workshop

Di – Fr, 28. – 31.10.2014, 10 – 15 Uhr

Intensiv-Siebdruck-Workshop

für Kommunikationskultur

Intensive silkscreen workshop

for communication culture

o Drucken ohne Druck mit den Druckwerkstätten der Städelschule: Plakate, Plattendcover und T-Shirts

e Printing without pressure, with the Städelschule printing workshops: Posters, record covers and T-shirts

→ Ab einer Körpergröße von 1,40 m / For participants 1.4 metres (4' 7") tall and over

Anmeldung erforderlich / By reservation only 250 EUR + Eintritt / admission

11/14

Workshop

Sa, 01.11.2014, 14 – 16 Uhr

Wiedervereinigung

Reunification

o ›Scherben bringen Glück oder: neue Geschirrkombination. Höhepunkte für das Alltagsgeschirr.

Keramik-Workshop mit Bert Walter

e "Break a thing, mend your luck", or: crockery combinations: new highlights for everyday tableware.

Ceramics workshop with Bert Walter

→ Anmeldung erforderlich / By reservation only 150 EUR + Eintritt / admission

Lecture

Mi, 05.11.2014, 19 – 20 Uhr

Give Love Back lecture

o Martin Wenzel und Ata Macias im Gespräch über Ethik und Ästhetik, Umstyling und Nachhaltigkeit

e Martin Wenzel and Ata Macias talk about ethics and aesthetics, restyling and sustainability

Workshop

So, 09.11.2014, 12:30 – 17 Uhr

›Gambiarra, richtiger Einsatz, falsches Objekt

›Gambiarra', right use, wrong object

o Improvisations-Workshop mit Martin Wenzel

Wenn die Telefonwählscheibe zur Türklingel wird – Improvisationen auf brasilianisch mit skurrilen Ergebnissen. Martin Wenzel gestaltet mit lokalen Materialvorkommen neue Objekte.

Workshop-Ergebnis unvorhersehbar.

e Improvisation workshop with Martin Wenzel

When the telephone dial becomes a doorbell – improvisation à la Brazil with quirky consequences.

Martin Wenzel designs new objects with local material; workshop results unpredictable.

→ Anmeldung erforderlich / By reservation only 25 EUR + Eintritt / admission

Das Programm entwickelt sich mit der Ausstellung. Um über alle aktuellen Angebote informiert zu sein, abonnieren Sie bitte den Newsletter des Museum Angewandte Kunst.

www.museumangewandtekunst.de

Theorie-Workshop / Theory workshop

Fr, 14.11.2014, 10 – 17:30 Uhr

o Wissenschaftlicher Workshop zu der Frage

›Was war, ist und kann angewandte Kunst sein?«

In Kooperation mit dem Kunsthistorischen Institut der Goethe-Universität Frankfurt sowie

der Berliner Technischen Hochschule.

e Experts' workshop on the question of "Applied art: what was it, what is it, and what can it be?" in cooperation with the Goethe-Universität Frankfurt's Kunsthistorisches Institut and the Technische Kunsthochschule of Berlin.

Lecture

Sa, 22.11.2014, 22 Uhr

Robert Johnson Theorie

Give Love Back Special

@ Robert Johnson

o Heiner Blum im Gespräch mit Ata Macias

über Ata Macias

e Heiner Blum in conversation with Ata Macias about Ata Macias

12/14

Lecture

Sa, 06.12.2014, 22 Uhr

Robert Johnson Theorie

Give Love Back Special

@ Robert Johnson

o Heiner Blum im Gespräch mit Stefan Plank

über ›Krautrock

e Heiner Blum in conversation with Stefan Plank about 'Krautrock'

Lecture

Mi, 10.12.2014, 19 – 21 Uhr

Podiumsdiskussion: Denken und Kuratieren

Panel discussion: Thinking and Curating

o Eva Linhart und Mahret Kupka, die Kuratorinnen

der Ausstellung im Gespräch mit den Teilnehmern

des Theorie-Workshops vom 14. November

›Was war, ist und kann angewandte Kunst sein?«

e Eva Linhart and Mahret Kupka, the exhibition

curators, in conversation with the participants

of the 14 November experts' workshop on "Applied art: what was it, what is it, and what can it be?"

Kuratorenführung

Guided tour by the curator

Mi, 17.12.2014, 18:30 Uhr

o Weihnachtsmarkt als Concept Store –

Einkaufen als angewandte Kunst?

Mit Mahret Kupka, Kuratorin der Ausstellung

→ Öffentliche Führungen für Kinder und Erwachsene / Public guided tour for children and adults

Führungen

Guided tours

o In unseren Führungen nähern wir uns der Ausstellung unter verschiedenen Gesichtspunkten und immer unter Einbeziehung der Perspektive des Besuchers. Da werden Fragestellungen wie

›Ata Macias und Künstler als Partner – Michael Riedel, Daniel Herrmann, Tobias Rehberger, Carsten Fock,

Martin Wenzel und Christoph Keller; oder ›Trinken als Kultur: Bibliothek des Erlesenen; oder ›Ata Macias

und das Bahnhofsviertel das Bahnhofsviertel mit skurrilen Gegensätzen; in den Fokus genommen, oder

der Frage nachgegangen, wie sich angewandte Kunst und Partizipation bedingen.

e In our guided tours we look at the exhibition from different viewpoints, consistently taking the visitor's

perspective into account. We focus on topics such as

'Ata Macias and Artists as Partners – Michael Riedel, Daniel Herrmann, Tobias Rehberger, Carsten Fock,

Martin Wenzel and Christoph Keller', 'Drinking as Culture: Bibliotheque Recherché', 'Ata Macias and the Station District with its contrasts', or explore the

mutual contingency of applied art and participation.

Öffentliche Führungen für Erwachsene

Public guided tours for adults

sonntags /Sundays at 15 Uhr

14.09.2014, 05.10.2014, 02.11.2014,

21.12.2014, 28.12.2014

mittwochs /Wednesdays at 17 Uhr

24.09.2014, 05.11.2014

mittwochs /Wednesdays at 18:30 Uhr

17.09.2014, 15.10.2014, 19.11.2014,

03.12.2014, 17.12.2014

Führungen mit Aktion für Kinder

Guided tours with activities for kids

sonntags /Sundays at 15 Uhr

21.09.2014, 28.09.2014, 12.10.2014, 19.10.2014

16.11.2014, 07.12.2014, 04.01.2014

Führungen buchen

Booking guided tours

o Buchen Sie eine Führung zur Ausstellung als Geschenk oder für einen besonderen Anlass

zu einem Thema Ihrer Wahl. Für Kinder, Familien,

Freunde, Kollegen oder Kunden, auch in Englisch, Französisch, Italienisch, Tschechisch oder

Türkisch. Dies ist auch in Kombination mit einem

Besuch in dem neu von Ata Macias mit Stoffen

von Zimmer + Rohde gestalteten Bistro möglich.

e Book a guided tour of the exhibition on a topic of your choice as a gift or for a special occasion. For children, families, friends, colleagues or customers, in German, English, French, Italian, Czech or Turkish. Tours can also be combined with a visit to the museum bistro newly designed by Ata Macias with fabrics from Zimmer + Rohde.

→ Preis für eine Führung in deutscher Sprache / Price of a guided tour in German 80 EUR

Preis für eine Führung in anderen Sprachen / Price of a guided tour in another language 95 EUR

Für den Bistrob Besuch gelten Preise nach Absprache / Price of bistro visit by previous arrangement

The programme will expand as the exhibition continues. For up-to-date information about the programme offers, please subscribe to the Museum Angewandte Kunst newsletter.

www.museumangewandtekunst.de

In Planung / In planning

Event

Boiler Room (tba)

D Disco für alle mit Ata Macias und Gerd Janson im Museum Angewandte Kunst. Die Idee des ›Boiler Room‹ stammt aus London und Ata Macias bringt sie nun nach Frankfurt ins Museum Angewandte Kunst. In der Frankfurter ›Boiler Room‹ Edition werden er und Gerd Janson vier Stunden lang ihr musikalisches Repertoire vorstellen. Wer keinen Platz mehr im Foyer findet, kann trotzdem teilnehmen: über das Internet jederzeit und an jedem Ort.

e Disco for one and all with Ata Macias and Gerd Janson at the Museum Angewandte Kunst. The 'boiler room' idea comes from London and Ata Macias is now bringing it to Frankfurt and the Museum Angewandte Kunst. In the Frankfurt edition of the 'Boiler Room', he and Gerd Janson will introduce their musical repertoire for four hours. If the foyer is too crowded, you can participate anyway: by way of the Internet, anytime and anyplace.

Event

06.12.2014 (tba)

Nikolaus-Party

St. Nicholas Day party

Lecture

07.01.2015 (tba)

Ist ein Produkt nur ein Produkt?

Is a product just a product?

o Podiumsdiskussion als Höhepunkt mit Dornbracht, Montana und Camper zum Thema ›Design und Partizipation‹ entlang der Frage: ›Ist ein Produkt nur ein Produkt?«

e Panel discussion with Dornbracht, Montana and Camper on the topic 'Design and Participation' as related to the question: "Is a product just a product?"

Event

11.01.2015 (tba)

Neujahrsempfang

New Year's reception

o Finissage mit Versteigerung des

›Schlafenden Kronleuchters

e Finissage with auction of the

'Sleeping Chandelier'

Publikation

o Zur Buchmesse 2015 entsteht eine Publikation / Work in Progress mit Bildern, Themen und Beteiligten der Ausstellung. Die erste Publikation zu angewandter Kunst.

e On the occasion of the 2015 Book Fair, a publication / work in progress will be produced with views, themes and participants of the exhibition. The first publication on applied art.

Anmeldung und Information / Reservations and information

Create – Du gestaltest

Create – The Designer in You

create.angewandte-kunst@stadt-frankfurt.de

T: + 49 (0)69 212 385 22

Stand: 01.08.2014

In planning, as of 01 Aug. 2014

Bei Museen mit dem Thema ›Angewandte Kunst‹ ging und geht es nicht um die Festlegung von Geschmacksnormen, sondern um das Sensibilisieren unserer Sinne und damit verbunden um das Erkennen von Zusammenhängen sowie die Bildung von Beurteilungskriterien. Was kann das für die Praxis des Begriffs ›Angewandte Kunst‹ bedeuten?

o Wann wird aus einem Buch ein Werk der Kunst?

Weil es uns den Klang seines Papiers beim Blättern hören lässt oder uns dessen Buchstaben wegen ihrer Form begeistern? Und wie wird aus einem Trinkgefäß ein funktionseffektives Schnapsglas, das die Aromen eines erlesenen Brandes zur möglichst besten Entfaltung für unseren Gaumen bringt? Und führen uns solche Fragen auch zu Antworten im Sinne der Erkenntnis einer sinnlichen Wahrnehmung? Und ermöglichen diese dann auch eine Annäherung an den Begriff der angewandten Kunst?

e When does a book become a work of art? When we hear the sound of its paper as we turn a page, or when we love the forms of its letters? And how does a drinking vessel become an effectively functioning snifter that allows the aromas of a choice brandy to reach the optimal state for our palate? And do such questions also lead us to answers in terms of the enlightenment of sensual perception? And do these answers in turn bring us a step closer to understanding the concept of applied art?

Eva Linhart

Kuratorin / curator

»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

◦ 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?

€ 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



2ndHome
Concept Store
Vogelsbergstrasse 38
60316 Frankfurt am Main
Öffnungszeiten
Mo / Mon - Fr / Fri: 11 - 19 Uhr
Sa / Sat: 11 - 17 Uhr
www.2nd-home.net

Buy Give Love Back
Concept Store
Hosted by 2ndHome
Museum Angewandte
Kunst, Frankfurt am Main
2. OG / 2nd upper level
13. Sept 2014 - 11. Jan 2015
Öffnungszeiten
Mi / Wed: 11 - 20 Uhr
Do / Thu - So / Sun: 11 - 18 Uhr

Life Saver selected by Ata Macias

● Bars / Clubs

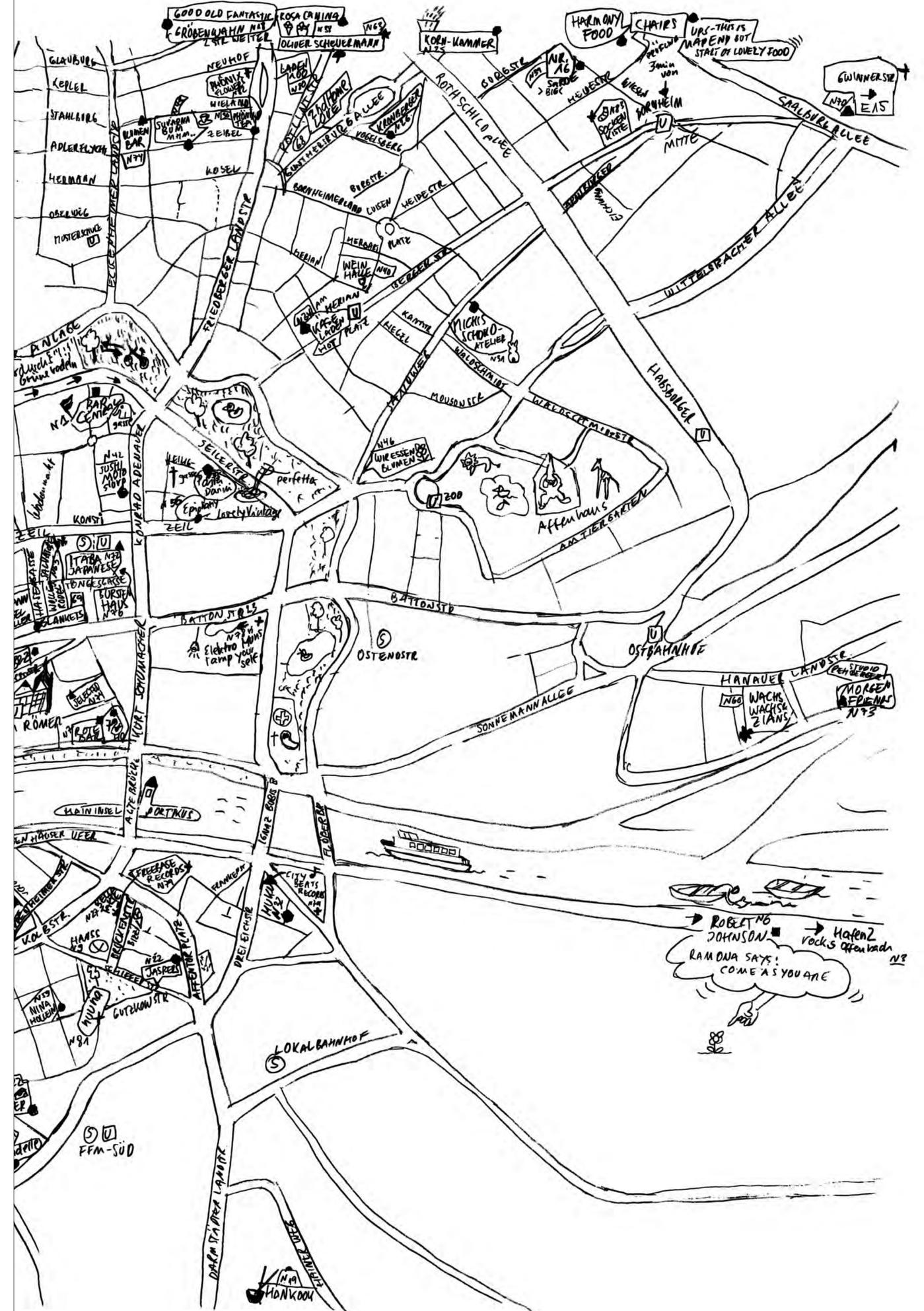
- 1 Bar Central
Elefantengasse 13
60313 Frankfurt
- 2 Bar ohne Namen
Eschenheimer Tor 3
60318 Frankfurt
- 3 Hafen 2
Nordring 129
63067 Offenbach
- 4 Oppenheimer Bar
Oppenheimer Str. 41
60594 Frankfurt
- 5 Plank
Elbestraße 15
60329 Frankfurt
- 6 Robert Johnson
Nordring 131
63067 Offenbach
- 7 Rote Bar
Mainkai 7
60311 Frankfurt
- 8 Tanzhaus West
Gutleutstraße 294
60327 Frankfurt
- Food
- 9 Bäcker Hanss
Brückenstraße 56
60594 Frankfurt
- 10 Bizzi 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 Fletcher's Better Burger
Ohmstraße 57
60486 Frankfurt
- 15 Freitagsküche
Mainzer Landstr. 105
60329 Frankfurt
- 16 Fujiwara
Cranachstraße 1
60596 Frankfurt
- 17 Gemaltes Haus
Schweizer Strasse 67
60594 Frankfurt

- 18 Größenwahn
Lenastraße 97
60318 Frankfurt
- 19 Hankook
Hainer Weg 100
60599 Frankfurt
- 20 Heimat
Berliner Straße 70
60311 Frankfurt
- Hoppenworth
& Ploch
Siolistraße 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 Korn-Kammer
Rohrbachstraße 27
60389 Frankfurt
- 25 Kronberger
Vogelsbergstraße 19
60316 Frankfurt
- 26 L'Atelier des Tartes
Brückenstraße 21
60594 Frankfurt
- 27 Margarete
Braubachstraße 18-22
60311 Frankfurt
- 28 Maxie Eisen
Münchener Straße 18
60329 Frankfurt
- 29 Metzgerei Ullmann
Hasengasse 5-7
Kleinmarkthalle
60311 Frankfurt
- 30 Michis Schokoatelier
Sandweg 60
60313 Frankfurt
- 31 Muku
Dreieichstraße 7
60594 Frankfurt
- 32 Nr. 16
Wiesenstraße 52
60385 Frankfurt
- 33 Pak Choi
Elbestraße 12
60329 Frankfurt
- 34 Pasta Davini
Heiligkreuzgasse 9
60313 Frankfurt

- 36 Phoenix Teas
Friedberger
Landstraße 82
60316 Frankfurt
- 37 Riz
Berliner Straße 72
60311 Frankfurt
- 38 Rosa Canina
Spohrstraße 41
60318 Frankfurt
- 39 Rupert Rösch
Weinhandlung
Oppenheimer
Landstr. 44
60596 Frankfurt
- 40 Seven Swans
Mainkai 4
60311 Frankfurt
- 41 Spargel Müller
Hasengasse 5-7
Kleinmarkthalle
60311 Frankfurt
- 42 Sushimoto
Konrad-
Adenauer-Str.7
60313 Frankfurt
- 43 Suvarnabhum
Friedberger
Landstraße 83
60318 Frankfurt
- 44 Walon Rosetti
Moselstraße 15
60329 Frankfurt
- 45 Weinhalle am
Merianplatz
Merianplatz 4
60316 Frankfurt
- Fashion
- 49 13 Shop
Münzgasse 10
60311 Frankfurt
- 50 American Apparel
Kaiserstraße 23
60311 Frankfurt
- 51 Camper
Goethestraße 18
60313 Frankfurt

- 52 Levi's
Rathenauplatz 1a
60313 Frankfurt
- 53 58's
Kronberger Straße 19
60323 Frankfurt
- 54 Aschenputtel
An der Kleinmarkthalle 11
60311 Frankfurt
- 55 August Pfüller
Goethestraße 15-17
60313 Frankfurt
- 56 Epiphany
Zeil 10
60313 Frankfurt
- 57 Hayashi
Börsenplatz 13
60313 Frankfurt
- 58 Marimekko
Oeder Weg 29
60322 Frankfurt
- 59 Nina Hollein
Laubestr. 26
60594 Frankfurt
- 60 Petit Bateau
Untermainkai 29
60329 Frankfurt
- 61 Secondelle
Schweizer Straße 98
60594 Frankfurt
- 62 Uebervart
Kl. Hirschgraben 14
60311 Frankfurt
- Hair & Beauty
- 63 Oliver Scheuermann
Egenolffstrasse 38
60316 Frankfurt
- 64 Parfümerie Albrecht
Goethestr. 27
60313 Frankfurt
- 65 Salvatore
Töngesgasse 46
60311 Frankfurt
- 66 Wachs, Wachs & Zians
Hanauer Landstr. 122
60314 Frankfurt
- 67 Wachs, Wachs & Zians
Liebigstraße 23-25
60323 Frankfurt
- Interior
- 68 2nd home
Vogelsbergstraße 38
60316 Frankfurt

- 69 Blanket Store
Hasengasse 2
60311 Frankfurt
- 70 e15
Gwinnerstraße 40
60388 Frankfurt
- 71 Hamptons Frankfurt
Hansaallee 17
60322 Frankfurt
- 72 Itaba - Japanische
Tisch- und Wohnkultur
Töngesgasse 42
60311 Frankfurt
- 73 Morgen Interiors
Lindleystraße 5
60314 Frankfurt
- 74 Selected
Fahrgasse 15
60311 Frankfurt
- Specials
- 75 Blumenbar
Eckenheimer Landstr. 74
60318 Frankfurt
- 76 Bürstenhaus
Töngesgasse 27
60311 Frankfurt
- 77 City Beats Records
Dreieichstraße 5
60594 Frankfurt
- 78 Elektro Müns
Battonnstraße 23
60311 Frankfurt
- 79 Freebase Records
Brückenstraße 36
60594 Frankfurt
- 80 Laden 100
Friedberger
Landstraße 100
60313 Frankfurt
- 81 nuuna
Gutzkowstraße 25
60594 Frankfurt
- 82 Phoenix Flowers
Friedberger Landstr. 82
60316 Frankfurt
- 83 Sockenkiste
Berger Straße 133
60385 Frankfurt
- 84 Tactile Record Store
Kaiserstraße 62-64
Kaiserpassage Laden 14
60329 Frankfurt
- 85 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

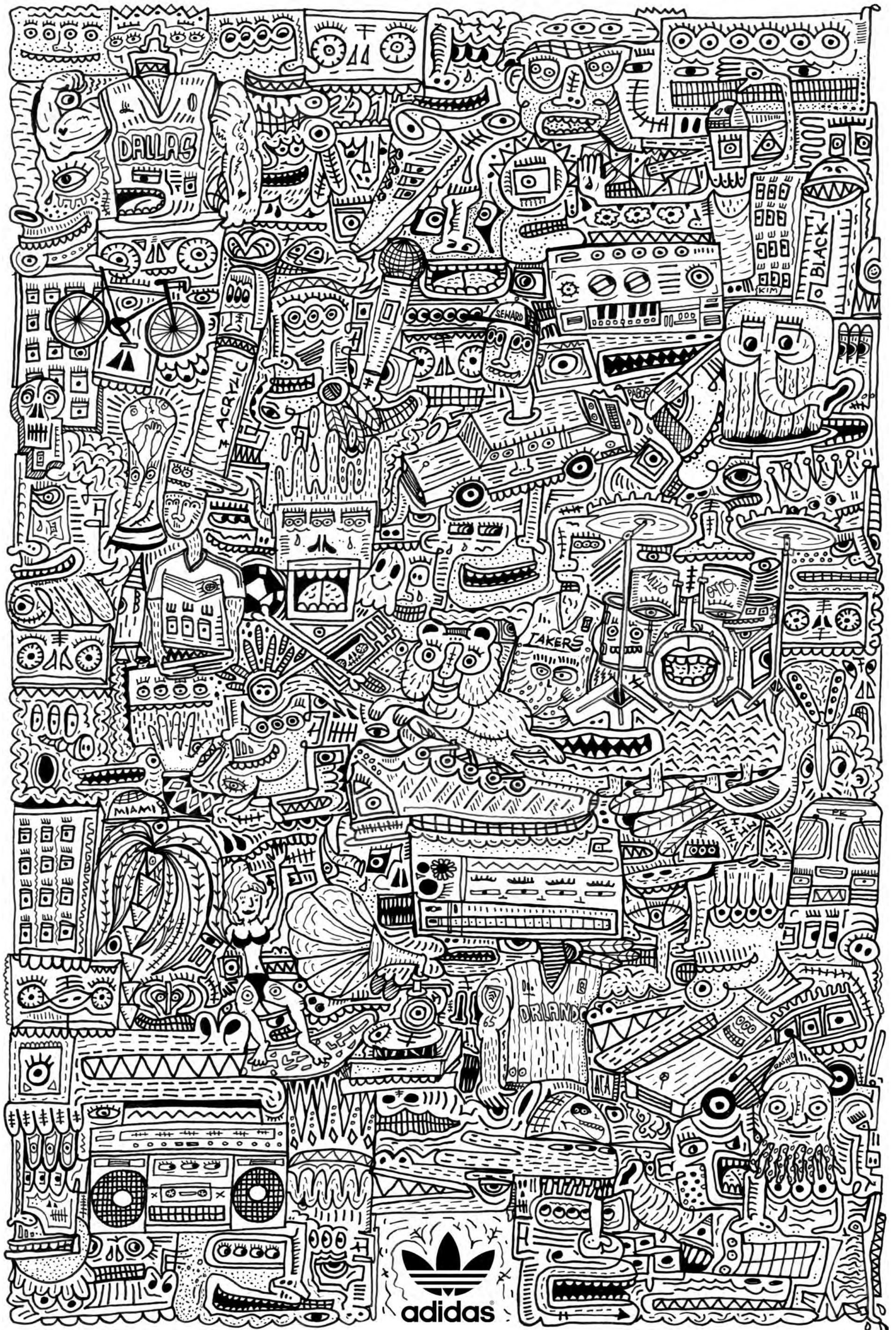
Information und Anmeldung /
Information and reservations:
create.angewandte-kunst@stadt-frankfurt.de



MONTANA unterstützt Workshops und Kunstprojekte in Krisengebieten. Das Bild zeigt Kinder mit ihren bemalten Schubkarren in einem Flüchtlingscamp in Jordanien – Ergebnis eines von »AptArt (Awareness Prevention through Art) organisierten Mal-Workshops, der gemeinsam mit dem Künstlerduo »herakut« durchgeführt wurde. Mit der darauf folgenden Ausstellung »Colors of Resilience« in Frankfurt wurde auf die Situation der Kinder in den Flüchtlingslagern aufmerksam gemacht. Noch für dieses Jahr sind weitere Reisen nach Afghanistan, in den Irak und Libanon in Planung. Dokumentiert werden die von MONTANA unterstützten Projekte auf www.montana-cans.com

MONTANA supports workshops and art projects in conflict areas. The picture shows children with their painted wheelbarrows in a refugee camp in Jordan – the result of a painting workshop organized by 'AptArt' (Awareness Prevention through Art) and carried out jointly with the artist duo 'herakut'. An exhibition entitled 'Colors of Resilience' was subsequently staged in Frankfurt to call attention to the situation of children in refugee camps. Further trips to Afghanistan, Iraq and Lebanon are planned for this autumn. The projects supported by MONTANA are documented on www.montana-cans.com





adidas