

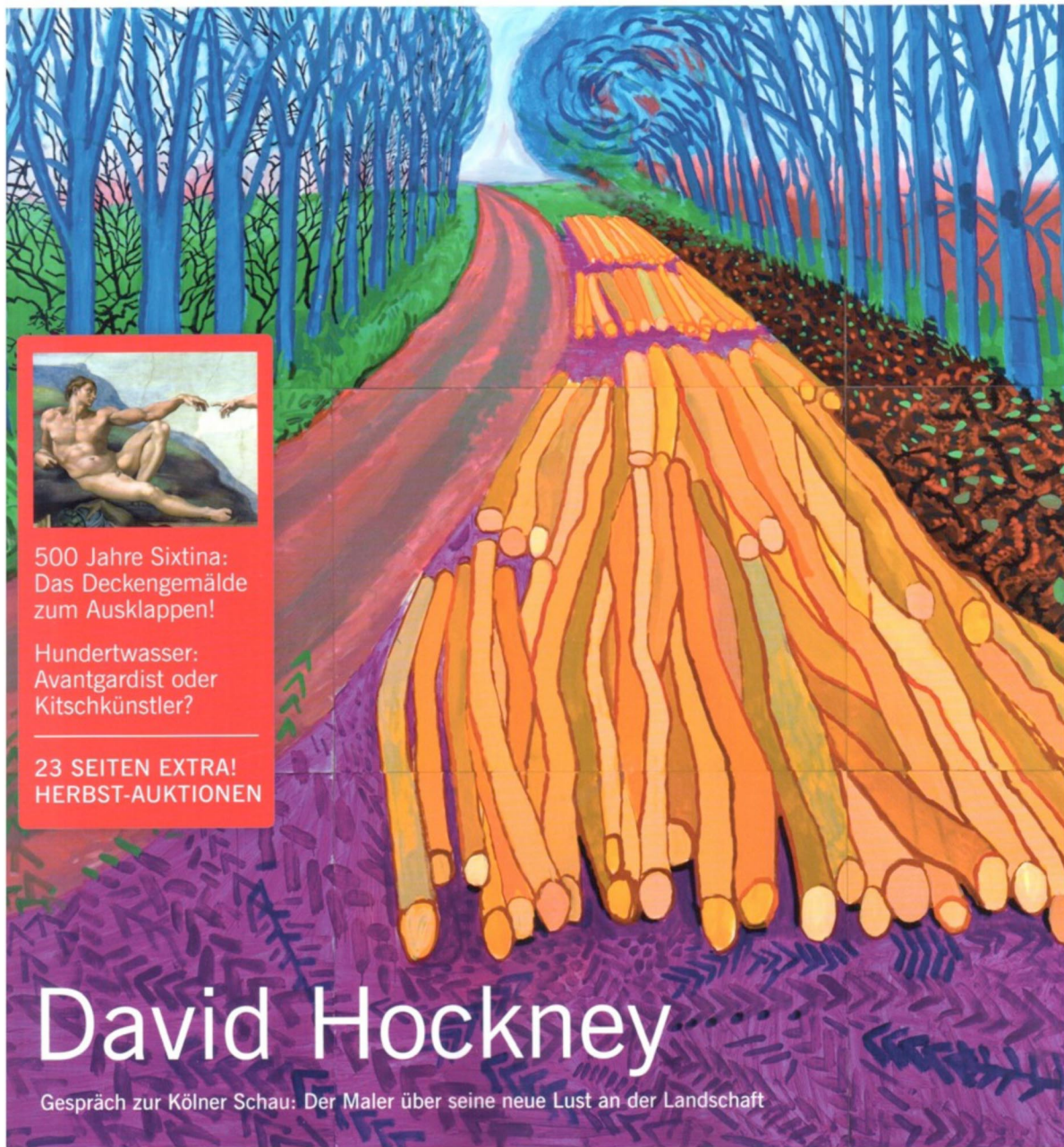
art

4 190108 409006 11

Deutschland: € 9,00
Österreich: € 10,20
Schweiz: sfr. 16,80
BeNeLux: € 10,80
Italien: € 12,20

DAS KUNSTMAGAZIN

NOVEMBER 2012



500 Jahre Sixtina:
Das Deckengemälde
zum Ausklappen!

Hundertwasser:
Avantgardist oder
Kitschkünstler?

23 SEITEN EXTRA!
HERBST-AUKTIONEN

David Hockney

Gespräch zur Kölner Schau: Der Maler über seine neue Lust an der Landschaft



Mathias Augustyniak (links) und Michaël Amzalag, kurz M/M, in ihrem in einer ehemaligen Druckerei eingerichteten Atelier in Paris (Foto: Matthieu Raffard)

Die Kraft der zwei Herzen

Seit 20 Jahren setzen die Designer M/M (Paris) auf Synergien – als Doppel und im Austausch mit Auftraggebern. Heraus kommen Grafiken und Dinge, in denen mehr als die Summe ihrer Teile steckt

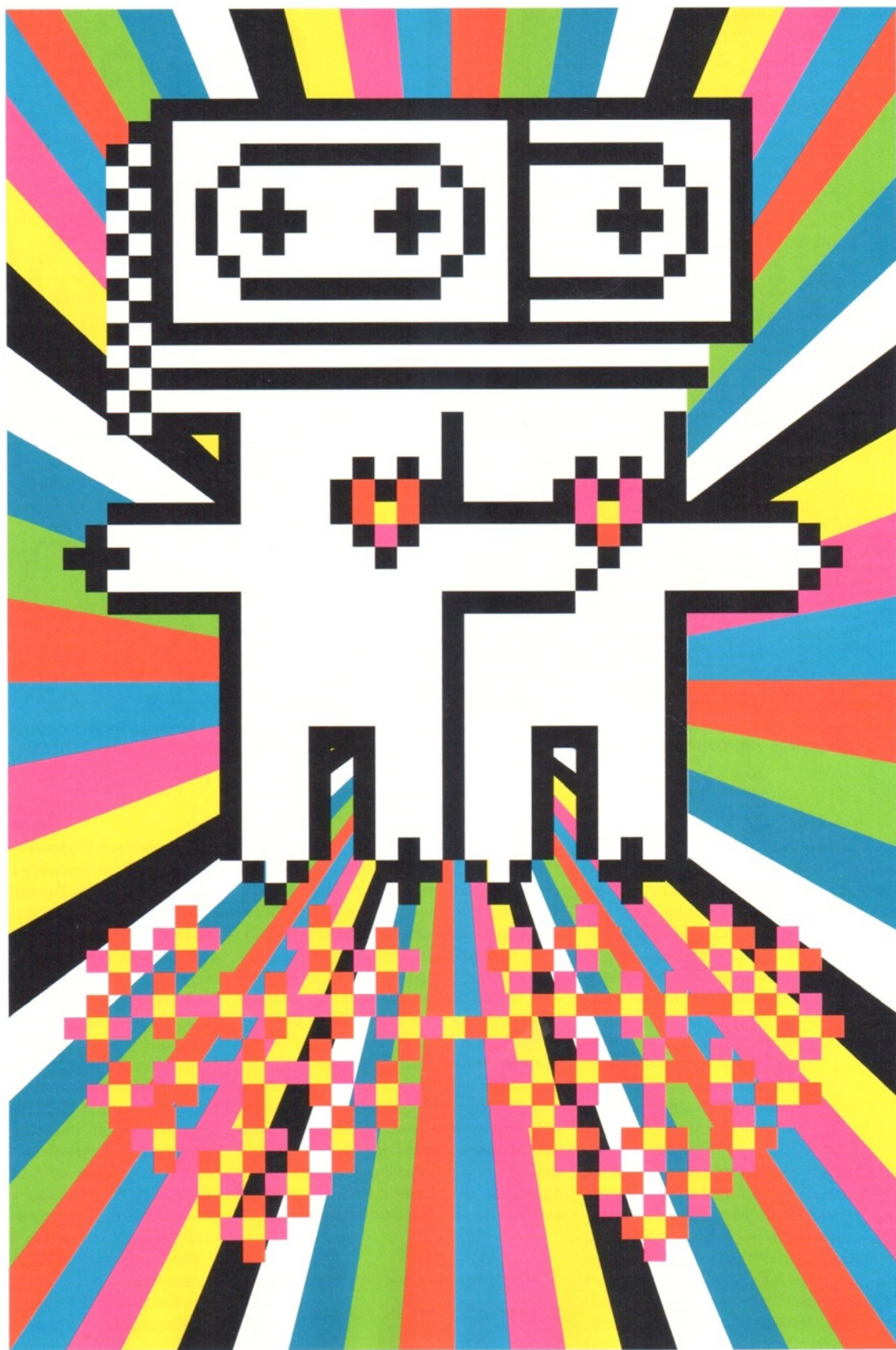
TEXT: MIRJA ROSENAU

Auf dem Boden stehen Kisten, kreuz und quer liegen die angelieferten Teppichfliesen herum: Im populären Pariser Café Etienne Marcel wird der Fußboden neu verlegt. Es ist eine Maß- und Puzzlearbeit. Denn ein System hält die schwarzen Linienknäuel auf dunkelgrauem Grund zusammen. Genauer: ein ganzer Text. Die schwarzen Knäuel bilden Buchstaben, die allerdings auch beim besten Willen nicht zu entziffern sind. Ein Kind im Vorschulalter hat sie gezeichnet,

César, der Sohn des Designers Mathias Augustyniak, 45, der das Café 2001 mit seinem Kompagnon Michaël Amzalag, 44, und den Künstlern Philippe Parreno und Pierre Huyghe gestaltete. „Der Text ist geheim“, erklären die Designer. „Die eigentliche Botschaft soll damit nicht versperrt, sondern akzentuiert werden.“ Wichtiger als die Textentzifferung ist nämlich die konzeptuelle Setzung: „Wir bringen Dinge zusammen, die nicht dafür vorgesehen sind: ein filigranes, handgefertigtes Objekt in einen in-

dustriellen Kontext“. Ein sehr persönliches Graffito in einen strapazierfähigen, auf Großflächigkeit ausgelegten Teppich. „Ein Zeichen, eine Schrift, die in sich selbst eine Botschaft trägt. So etwas reizt uns.“

Seit 1992 bilden Mathias und Michaël, die der Kurator Hans Ulrich Obrist „die einflussreichsten und prägendsten Designer ihrer Generation“ nennt, unter dem Namen „M/M (Paris)“ eine äußerst erfolgreiche „Kreativ-Partnerschaft“. Seit 20 Jahren entwerfen sie unleserliche und auch lesbare >



1996 entwarfen M/M sich computermännchenartige „Stellvertreter“. 2012 statteten sie diese mit Herzen aus



Auf ein Foto von Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin setzen M/M ihr Zeichengeflecht: VHS-/DVD-Cover zu Björks „Volumen“ (1999)



Für „The Alphabet“ (2001) wurden die Porträts von 26 Models zu den jeweiligen Anfangsbuchstaben ihres Vornamens zurechtgeschnitten

› Alphabete und mischen sich mit filigranen Handzeichnungen in industrielle, kommerzielle und künstlerische Zusammenhänge ein. Bekannt wurden sie in den neunziger Jahren mit Imagekampagnen für Modeunternehmen wie Yohji Yamamoto, Jil Sander oder Balenciaga: Aus Fashionaufnahmen von Starfotografen wie Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin, Paolo Roversi oder Mario Testino schnitten M/M so beherzt wie kunstfertig einzelne Teile heraus, ersetzten sie durch verspielte Tintenzeichnungen und überzogen die Fotos mit feinen Liniengeflechten.

Unter ihrer Art Direktion erschien die renommierte französische „Vogue“ von 2001 bis 2003 mit handschriftlich scheinbar schnell hingeschmierten Überschriften und scharfkantigen Collagen auf dem Cover. Auf Elegante verbanden sich unter den Händen der Gestalter handgefertigtes Geschnipsel, raffiniertes Gekritzeln und eigendynamische Ornamente mit

Hochglanz, Luxus und Haute Couture. Mathias und Michaël hatten sich auf der Pariser Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs kennengelernt: der eine ganz blau angezogen, der andere davon fasziniert. Als „polare Gegensätze“ haben sie sich bezeichnet: „Wie Magnete, Gegensätze ziehen sich an.“ Näher wollen sie ihre spezifischen Temperamente nicht beschreiben – der eine möge Katzen, der andere bevorzuge Hunde. Mathias ist der Zeichner, Michaël technologiebegeistert. Als sie sich kennenlernten, war der erste Farbkopierer frisch am Markt: „Mathias machte seine Zeichnungen, und ich (Michaël) ging mit ihm zum Kopierladen und half ihm, sie durch die Maschine zu ziehen.“ Mit vereinten Kräften stieß man sich von den zwei an der Gestaltungshoch-

Raffiniertes Geschnipsel und Gekritzeln verbindet sich mit Hochglanz und Haute Couture

schule gelehrt Tendenzen ab: einem dogmatisch antikommerziellen Politdesign und einem eher strengen Formalismus. 1992 eröffneten M/M in der Zahnarztpraxis von Amzalags Vater ein gemeinsames Büro, von dort aus zogen sie in eine stillgelegte Druckerei im 10. Arrondissement um, in der sie bis heute arbeiten. Ein kleiner, hoher, ruhiger, bis unter das Glasdach von Büchern, Fundobjekten und von M/M gestalteten Dingen umsäumter Raum, der kaum mehr als sechs Mitarbeitern und einem riesigen Präsentationstisch Platz bietet. Sie haben klein angefangen und sind groß rausgekommen. „Aber wir haben uns nicht aufgebläht. Wir wollten klein bleiben, um die Dinge noch selbst erledigen zu können. Es ist wie mit dem Römischen Imperium: Als es zu groß wurde, brach es zusammen.“

Viele ihrer heute weltberühmten Kooperationspartner und Auftraggeber haben sie über Freunde und Freunde von Freunden kennengelernt. Über den Kurator Nicolas Bourriaud, der die beiden ab 1994 mit ›



Björk und Inez van Lamsweerde werben für Marguerite Duras' „Savannah Bay“: Plakat für das Théâtre de Lorient (2002)

CRÉATION DE MARGUERITE DURAS / MISE EN SCÈNE ET SCÉNOGRAPHIE ERIC VIGNER / ASSISTÉ DE BRUNO GRAZIANI /
 AVEC CATHERINE SAMIE ET CATHERINE HIEGEL SOCIÉTAIRES DE LA COMÉDIE FRANÇAISE / DRAMATURGIE SABINE QUIRICONI /
 COSTUMES PAUL QUENSON / LUMIÈRES MARIE-CHRISTINE SOMA / SON XAVIER JACQUOT / MAQUILLAGES SOIZIC SIDOIT /
 PHOTOGRAPHIES ALAIN FONTERAY / CO-PRODUCTION COMÉDIE-FRANÇAISE / COCQ THÉÂTRE DE LORIENT
 COCQ CENTRE DRAMATIQUE DE BRETAGNE THÉÂTRE DE LORIENT 11 RUE CLAIRE DRONEAU 56100 LORIENT TEL 02 9783 0101

7 REPRESENTATIONS DU 16 AU 23 OCTOBRE 2002



Der „neue Luxus“: von M/M gestaltetes Cover der „Vogue Paris“ mit collagierten Fotos von Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin (2002)



Plakat (2005) zu Sarah Morris' Film „Los Angeles“, dessen Schriftzug sich aus drei dem Werk entnommenen Bildern zusammensetzt

› der Gestaltung von Künstlermagazinen, Katalogen und 2001 mit dem Gesamterscheinungsbild des von ihm geleiteten Palais de Tokyo betraute, lernten die Gestalter Künstler wie Philipp Parreno und Liam Gillick kennen, die wiederum mit Dominique Gonzalez-Foerster, Sarah Morris, Carsten Höller oder Rirkrit Tiravanija irgendwie zusammenhingen – mit allen haben M/M einmal früher oder später und in meist intensivem Austausch Poster oder Bücher gemacht. Was haben sie, die Designer, aus der Zusammenarbeit mit den Künstlern gelernt? Mathias: „Die Frage sollte eher lauten: Was haben die Künstler von uns gelernt? Die Idee war, aus der Kunstwelt auszubrechen. Die Regeln neu zu bestimmen. Davon waren wir alle besessen.“ Michaël: „Weil wir außerhalb standen, sind sie zu uns gekommen. Und weil es uns gelungen war, urtypisch vorzuführen, wie man künstlerische Objekte in der realen Welt platziert.“

Dafür wurde alles zusammengeworfen: Kunst und Design, Popmusik und Privates,

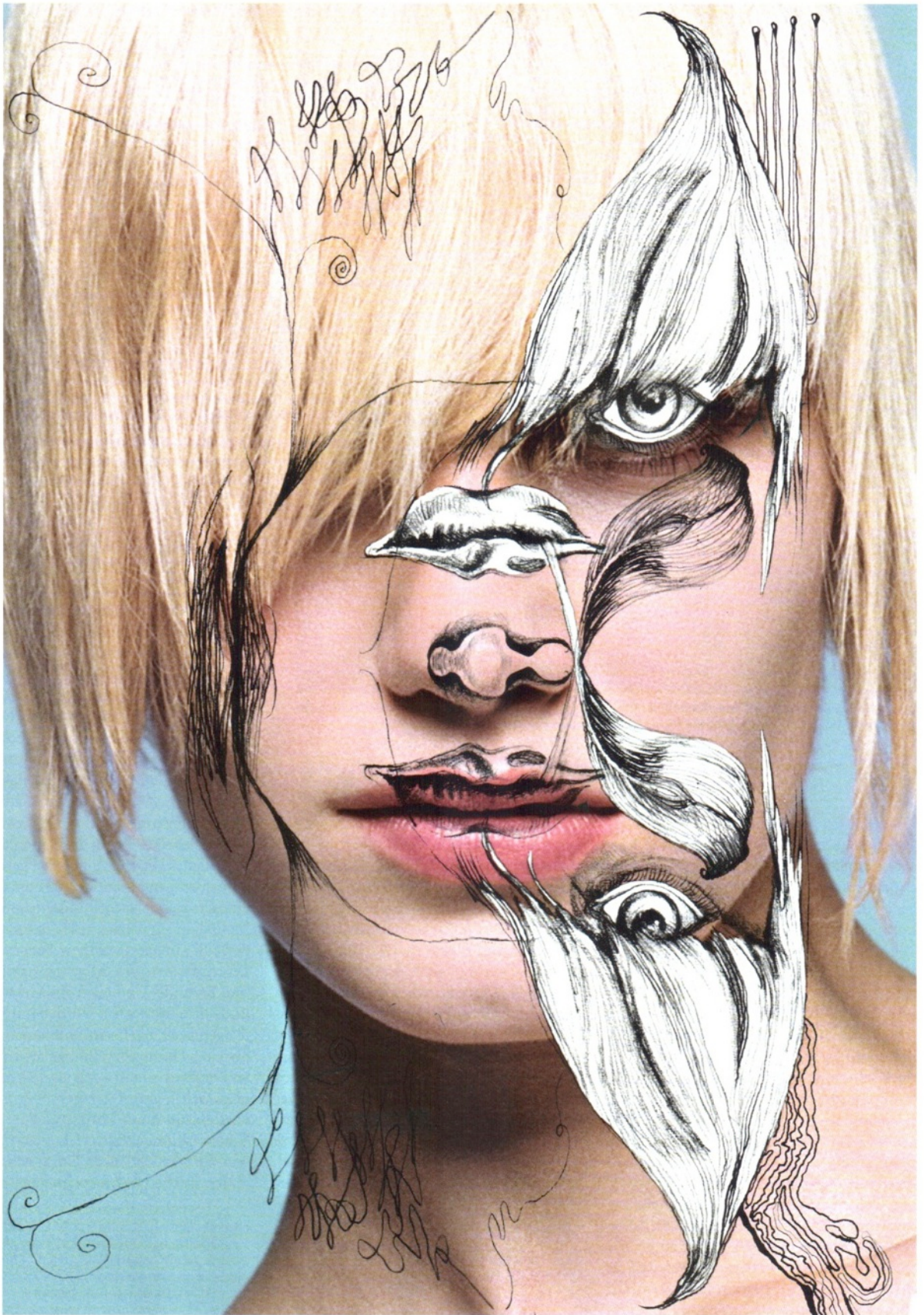
Konzeptkunst und handgezeichnete Schriften, Hochglanzfotos und zum Teil persönliche Aufnahmen aus dem eigenen Bilderarchiv. Vor allem aber: Ideen und Stimmen von Künstlern, Kuratoren, Modeschöpfern, Theatermachern und Gestaltern – gleichberechtigt und hierarchielos nebeneinander.

Hatte man den Grafikdesigner über weite Strecken des 20. Jahrhunderts noch als untergeordneten Auftrags-erfüller und bescheiden hinter den gestalteten Inhalten zurücktretenden Dienstleister angesehen, behaupteten sich die beiden Pariser als ebenbürtige Mitautoren: „Da wir selbst eine starke Stimme haben, ziehen wir Leute mit starken Stimmen an und entwickeln im Austausch mit ihnen eine starke

„Die Idee war, aus der Kunstwelt auszubrechen. Davon waren wir alle besessen“

Stimme, die viele Stimmen in sich trägt“, singen sie selbstbewusst ihr Loblied auf das gemeinschaftliche Produzieren. Ein kleiner, 1996 entworfener „Stellvertreter“ verkörpert dieses Teamworkprinzip: ein pixeliges, computermännchenartiges Wesen, das sich über eine Art Kupplung an Händen und Füßen mit anderen, gleichgearteten, pixeligen Wesen zusammenschließen lässt. „Ich bin eine Metapher für ihre Arbeitsweise“, lassen M/M sich ihn erklären. „Ich stehe für die Idee, dass aus Partnern mehr als die Summe ihrer Teile wird.“

Auf diese Weise programmatisch gerüstet, ergriffen nicht nur M/Ms Zeichnungen und handgefertigte Schriften von Fotovorlagen Besitz. Für die Vorstellungen eines kleinen Theaters im bretonischen Lorient, das Mathias und Michaël seit 1996 treu mit ihrer Gestaltung beehren, warben Plakate ohne offensichtlichen Bezug zum jeweiligen Stück mit Privatfotos von der eigenen Familie. In den Katalog für die erste Berlin-Biennale streuten sie 1998 zwischen die ›



Einladungs-
karte für
Balenciagas
Herbst-/
Winter-Schau
2001/02



Für eine Ausstellung in der Jesuitenkapelle in Chaumont 2003 entwarfen M/M von den barocken Schnörkeln inspirierte, frei stehende Rahmen („Sucette“) zur Präsentation ihrer Plakate

› von ihnen gesetzten Texte als Kommentare gemeinte Piktogramme ein: „Auf diese Weise intervenieren wir mit unseren Ausdrucksmitteln.“ Als sie 2005 eine Ausstellung für den Großsammler Dakis Jannou kuratierten, mischten sie selbstbewusst und White-Cube-verächtlich eigene Arbeiten in die Präsentation seiner Kunstsammlung. So kam etwa eine Jeff-Koons-Skulptur über einem M/M-Teppich zum Hängen. Als sie sich 2010 ein Alphabet für das Modeimperium Prada ausdachten, bauten sie die Buchstaben aus einem dicht gedrängten, handgezeichneten Organismus kryptischer Formen und Zeichen, darunter Musikkassetten, Auspuffrohre, zwei Männlein. Und nannten das „unsere total subjektive Sicht der Prada-Welt“. Auftraggeber müssen wissen, worauf sie sich einlassen – die Störung und innovative Einmischung durch M/M ist kalkuliert und gewollt. „Mit Leuten, die uns kontrollieren wollen, funktioniert es nicht“, sagen die Designer. „Das läuft auf Missverständnisse und Streiterei hinaus.“

Die Stärke ihrer eigenen Stimme sehen M/M unter anderem darin, über die Jahre eine eigene visuelle Sprache geschaffen zu haben, die mit einem Alphabet vergleichbar ist: in sich geschlossene Einheiten, die sich sinnstiftend kombinieren lassen. Die Produktion von Plakaten, Katalogen und Schriften wurde mittlerweile um Möbel und diverse Luxusartikel ergänzt: Neben Teppichen gibt es Hocker mit Buchstabenbeinen, Kronleuchter und verschnörkelte Rahmenvorrichtungen, in denen M/M ihre eigenen Plakate präsentieren. Aus einem Album-Cover für den US-Super-Rapper Kanye West gingen fünf Seidentücher hervor, auf denen George-Condo-Gemälde von M/M-Dekor umrahmt werden: „Besser, er leistet sich, was man die weltbesten De-

„Wenn man sich auf unsere Objekte einlässt, verwandeln sie die Wirklichkeit“

signer nennt“, sagt Mathias, „als er kauft sich ein weiteres Auto.“ 2010 haben sie ein Parfum namens M/MINK (also: M/M-Tinte) auf den Markt gebracht, für dessen Duft sie dem Parfumeur drei Vorlagen gaben: eine geheimnisvolle, handgezeichnete Formel, eine asiatische Tuschestange und das Foto eines Kalligrafen bei der Arbeit. Jedem Zeichen, das sie setzen, jedem Produkt, das sie herstellen, geben sie eine Geschichte oder tiefere Bedeutung bei – auch wenn sie manchmal geheim ist und für Dritte kaum zu entziffern. „Wir wollen echte Objekte herstellen, echte Programme, Dinge, die hübsch und fertig aussehen – aber wenn man sich darauf einlässt, verwandeln sie die Wirklichkeit, verändern sie dein Denken.“

Das jüngste Produkt der Gestalter ist ein im Selbstauftrag hergestelltes Buch, das in ungewöhnlich zurückgenommener Gestaltung ein in Island alljährlich zelebriertes Zeremoniell vorstellt, bei dem die Innereien frisch geschlachteter Lämmer gemeinschaftlich für den Winter eingemacht werden. Über die langjährige Zusammenarbeit mit der Musikerin Björk, für die sie Schallplatten- und CD-Cover, Booklets, Logos, ein Fotobuch, ein Video und zuletzt eine digitale iPad-App gestalteten, haben M/M Island kennen- und schätzen gelernt. „Slatúr“ (Schlachtung) führt in Texten zweier lokaler Schriftsteller in die Landeskunde des Inselstaates ein und zeigt selbst geschossene Fotos von Landschaften, Straßen, Objekten eines lokalen Naturkundemuseums und Menschen am Küchentisch, darunter Björk, der US-Künstler Matthew Barney (der ihr Lebensgefährte ist), die gemeinsame Tochter und Freunde. Und auch ein M/M-Produkt und ein Selbstporträt wurden unter die Bilder gemischt. Ein hoher Promifaktor also, ein bisschen Homestory, Einblicke in das Leben von Stars, die man auch als Teil der Hochglanzwelt kennt. Getragen aber auch hier wieder von einer konzeptuellen Setzung: Seht her, hinter dem perfektesten Glanz und dem formvollendetsten Finish wird mit vereinten Kräften in Innereien gewühlt. **a**

Literatur: Emily King (Hrsg.): „M to M of M/M (Paris)“, Thames & Hudson 2012, zirka 56 Euro; M/M (Paris) (Hrsg.): „Slatúr/Slaughter“, 40 Euro.
Ausstellung: „Carpetalogue, 1992–2012“, Galerie Libby Sellers, London, bis 15. Dezember.
Galerie: Air de Paris. Internet: www.mmparis.com

art



NEW!
English Edition

France: 11,80 €
Spain: 11,80 €
Portugal (cont.): 11,80 €
BeNeLux: 11,80 €
Switzerland: 16,80 sfr
Norway: 120 NOK
Sweden: 130 SEK

GERMANY'S LEADING ART MAGAZINE

NOVEMBER 2012



Adam turns 500:
Sistine ceiling
pull-out inside!

Hundertwasser:
Avant-garde artist or
master of kitsch?

23 EXTRA PAGES
AUTUMN AUCTIONS

David Hockney

The British painter on his show in Cologne and new found fascination with landscape painting

› the chapel and then inched his way towards the altar—a wise decision, since it meant that by the time he had to paint God the Father, he was accustomed to fresco technique and to the pain of working with a twisted back and his hands held high. Instead of having his cartoons painstakingly perforated, nailed to the ceiling, and then pounced with charcoal dust, he simply scored his outlines into the wet plaster or painted freehand straight onto the ceiling. His pink-swathed Creator divides light and darkness with abandon, and sends the sun, moon, and earth spinning before hurrying off to the plants in such haste that all we see of him are the soles of his bare feet and his back.

Julius, who had grown a beard following his defeat at the hands of the French, may have seen himself in this vigorous old man. But so did Michelangelo: in the segment farthest from the entrance, God the Father is shown with his hands above his head creating huge swirls of color—just like the painter lying flat on his back who created him. God is not a warrior; God is an artist.

Just one generation later, all that anyone cared about was how Michelangelo in the Sistine Chapel had created the world and humanity all over again. The painter had had “the most divine hands” claimed the art historian Giorgio Vasari in his lives of the great masters published between 1550 and 1568. His chief concern in the Sistine Chapel had been “to display the perfection of art and also the greatness of God.”

Michelangelo did not consider himself omnipotent, however, and his sensitivity to inherent contradictions did not stop at his own person. Seated at the foot of the dancing figure of the artist, alias God the Father, on the ceiling of the Sistine Chapel is thus a bearded old man, hanging his head in sorrow. This is the prophet Jeremiah, famed for his tales of terrible things to come, a depressive with whom Michelangelo identified so strongly that he lent him his own facial features.

Julius soon grasped the grandezza of the gesture: A figure brandishing a sword, as does the pope in an earlier sculpture by Michelangelo, is bound to be feared. A figure who looks contemplative and even vulnerable is more likely to be loved. So Julius went away and had Raphael portray him as a melancholy thinker too; which is why he has lived on after all—in a highly unusual portrait of himself in oil, inspired by Michelangelo and painted by Raphael. For one very brief period in history, the tables were turned: suddenly, it was those in power who wanted to please art.

Chapel of the Popes. Not by chance does the Sistine Chapel resemble a fortress. Built and decorated on the orders of Pope Sixtus IV (hence the name) between 1477 and 1483, the papal chapel inside the Vatican can be defended in the event of an attack, and even today is hermetically sealed off whenever the conclave of cardinals elects a new pope. The interior is around 41 m long, over 13 m wide, and 20.7 m high. A fifteenth-century rood screen partitions off the end closest to the

altar, which is reserved for clergy only. Just as Julius would later, Pope Sixtus enlisted the greatest artists of the day to decorate his new chapel, among them Sandro Botticelli, Pietro Perugino, Domenico Ghirlandaio, and Cosimo Roselli, whose scenes from the life of Christ adorn the side walls. The ceiling, which originally represented the heavens, was sprinkled with golden stars—a motif which Michelangelo almost playfully alludes to.

A visit to the chapel is likely to be the highlight of any visit to the Vatican Museums, all the more so as it unfortunately comes right at the end of a very long tour. To avoid having to spend hours standing in line, visitors are strongly advised to book tickets for a specific date and time well in advance from: biglietteria-musei.vatican.va

Books: Kia Vahland's book, *Michelangelo und Raffael. Rivalen im Rom der Renaissance*, has just been published by Beck Verlag of Munich and costs €21.95.



PAGE 46

The Power of Two Hearts

For twenty years now the designers M/M (Paris) have adhered to the synergy principle—both as a partnership and in their dealings with clients. The end result is graphics and design objects that are more than the sum of their parts. By Mirja Rosenau

Boxes on the floor—the carpet tiles they contained strewn everywhere. A new floor is being laid in the popular Paris Café Etienne Marcel. It is a case of piecing tiles together like a puzzle, looking for exact fits, for there is method to the tangles of black lines on the dark gray ground—or to be more precise, a complete text, since assembled correctly, the black tangles form letters. But it is impossible to decipher them even if you try. They were drawn by César, the little son of the designer Mathias Augustyniak (45), who together with his companion Michael Amzalag (44) and the artists Philippe Parreno and Pierre Huyghe did the original decor for the café in 2001. “The text is secret,” the designers explain, “although the aim is not to obscure the message but to accentuate it.” The important thing, then, is not so much to decipher the text as to understand the concept underlying the composition. “We bring to-

gether things that do not normally belong together: a filigree, handcrafted object in an industrial context.” A very personal graffiti in an expanse of heavy-duty carpeting. “A symbol, a script that carries its own message. That’s the kind of thing we find exciting.”

Described by curator Hans Ulrich Obrist as “the most imaginative and influential designers of their generation,” Mathias and Michael, who go by the name of M/M (Paris), formed their highly successful “creative partnership” in 1992. For twenty years they have been designing alphabets both illegible and legible, and with their filigree hand-drawn images making their presence felt in a range of industrial, commercial, and artistic contexts. They became known during the 1990s with their image campaigns for fashion houses such as Yohji Yamamoto, Jil Sander, or Balenciaga. M/M’s approach entailed taking fashion photographs by star photographers such as Inez van Lamsweerde & Vinoodh Matadin, Paolo Roversi, or Mario Testino and then cheerfully yet skillfully cutting bits out of them and replacing the blank areas with playful pen-and-ink drawings consisting of dense networks of fine lines. The seemingly dashed-off handwritten titles and sharp-edged collages that adorned the covers of the distinguished French fashion magazine Vogue between 2001 and 2003 were the work of the M/M team, who elegantly succeeded in associating handmade snippets, sophisticated scribbles, and ornaments with a dynamic of their own with glamour, luxury, and haute couture.

Mathias und Michael met as students at the Paris École Nationale Supérieure des Arts Decoratifs, when one became fascinated by the entirely blue outfit of the other. They have described themselves as “opposite poles,” as “magnets that attract.” Without going into any further detail about their specific temperaments, they reveal that one likes cats while the other prefers dogs. Mathias does the drawings, Michael is the technically-minded one. At the time they met, the first color photocopier had just come onto the market. “Mathias did his drawings, and I went to the copy shop with him and helped him put them through the machine,” recalls Michael. By joining forces, they were able to break free of the prevailing dogmas of design school: the anti-commercial school of political design and a rather rigid brand of formalism. In 1992 M/M opened a joint office in the dental clinic of Amzalag père. From there they moved to the disused printing works in the tenth arrondissement where they still work today. It is a small, high-ceilinged room, lined on all sides with books, found objects, and M/M’s designs reaching all the way up to the glass roof, with scarcely enough space for the six employees and their huge presentation table. From humble beginnings they went on to greater things, “but we haven’t expanded,” they say. “We wanted to stay small enough to still be able to do things ourselves. It’s like the Roman Empire, once it got too big it collapsed.”

They came into contact with many of their now world-famous cooperation partners and clients

through friends or friends of friends. Starting in 1994, curator Nicolas Bourriaud entrusted them with the design of artists' magazines and catalogues, and in 2001 that of the entire decor concept for the Palais de Tokyo of which he was director. And it was Bourriaud who introduced them to artists like Philipp Parreno and Liam Gillick, who in turn were somehow connected with Dominique Gonzalez-Foerster, Sarah Morris, Carsten Höller, and Rirkrit Tiravanija, all of whom M/M later worked with, often very intensively, on posters or books. What have they, the designers, learned from their work with artists? "The question should really be: 'What have the artists learned from us?'" Mathias replies. "Our idea was to break away from the art world, to reinvent the rules. We were all obsessed with that," he explains, leaving it to Michael to add: "They came to us because we were on the outside and because we had come up with an archetypal model of how to place artistic objects in the real world."

Their way of doing this was to throw everything together: art and design, pop music and personal things, conceptual art and hand-drawn scripts, glossy photos, and some personal photos taken from their own image archive. Most important of all, they gathered together the ideas and voices of artists, curators, fashion designers, theater producers, and designers and placed them all on a par with each other with no particular hierarchy.

Whereas for much of the twentieth century graphic designers were considered a lowly breed whose job was to provide an anonymous service with no name attached to it, the two Parisians succeeded in asserting themselves as equal coauthors. "Because we ourselves have something to say, we attract other people who also have something to say and through our exchange with them develop a powerful voice that carries many other voices within it," they say self-assuredly, by implication singing the praises of joint productions. The teamwork principle is embodied in a little pixel man designed in 1996 who can be joined onto similar pixel beings at the hands and feet. "I am a metaphor for their way of working," M/M have him explain. "I stand for the idea that partners become more than the sum of their parts."

Armed with this philosophy, M/M have used their drawings and hand-drawn scripts to take possession not just of other people's photographs. The posters for a small theater in the Breton town of Lorient for which Mathias and Michael have been faithfully producing designs since 1996 make no obvious reference to the play and instead use family photos to attract attention. In the catalogue for the first Berlin Biennale in 1998 they interspersed the text they were required to set with pictograms by way of commentary: "This is how we intervene using our own means of expression." As the curators of a 2005 exhibition for major collector Dakis Jannou, they mingled their own works with those of the art collection in flagrant defiance of the white cube principle, which is how a Jeff-Koons sculpture came to be hanging above an M/M carpet. An alphabet conceived for the Prada fashion empire in 2010 consisted of letters formed out of a highly condensed, hand-drawn organism of cryptic forms and symbols, including music cas-

settes, exhaust pipes, and two little men. And they called it "our totally subjective view of the Prada world." Disconcerting and innovative interventions are the name of the game with M/M, so clients need to know what they are letting themselves in for. "It doesn't work with people who are out to control us," they say. "There are bound to be misunderstandings and we just end up fighting."

M/M believe that part of the reason they have such a strong voice is that over the years, they have developed a distinctive visual language like an alphabet, in that it is made up of self-contained units that mean something when combined. They have also expanded their product range from posters, catalogues, and scripts to include furniture and various luxury items. As well as carpets, there are now stools with legs in the shape of letters, chandeliers, and baroque-style frames conceived for their own posters. A CD cover for US super-rapper Kanye West was used to produce five silk scarves featuring George Condo paintings framed with M/M-decor: "He'd do better to spend his money on what has been called the world's best designer than to buy himself yet another car," remarks Mathias. In 2010, they brought out a perfume called M/M INK. As inspiration for the new scent they gave the parfumeur three things: a mysterious, hand-drawn formula, an Asian calligraphy pen, and a photograph of a calligrapher at work. Every mark they make, every product they design, has a story or a deeper meaning attached to it, even if it is sometimes concealed and almost impossible for an outsider to decipher. "We want to make real objects, things that look attractive and finished—but that change reality, change how you think if you let them."

M/M's latest product is a book they commissioned themselves that with remarkable restraint presents an annual ritual celebrated in Iceland, in which each village preserves the offal of its freshly slaughtered lambs for the winter. M/M have come to know and love Iceland through their long-term collaboration with the musician Björk, for whom they have designed record and CD sleeves, booklets, logos, a photo book, a video and, most recently, a digital iPad-app. *Slatúr/Slaughter* uses texts by two local writers to introduce readers to Icelandic customs and culture and shows photos that M/M shot themselves of landscapes, roads, objects in a local natural history museum, and people sitting round a kitchen table, including Björk, her partner, the US artist Matthew Barney, their daughter, and friends. Mixed in with the pictures is an M/M product and a self-portrait. So there's the celebrity factor and a look behind the scenes at the lives of stars familiar to us from glossy magazines. Yet here, once again, it is the concept that carries the design, for what it seems to be saying is: All that there is behind the glossy exterior and the most perfect finish is people wallowing in entrails.

Books: *M to M of M/M (Paris)*, ed. Emily King, Thames & Hudson 2012, approx. €56; *M/M (Paris)* (ed.), *Slatúr/Slaughter*, €40. **Exhibition:** *Carpetalogue, 1992–2012*, Libby Sellers gallery, London, until December 15, 2012; **Gallery:** Air de Paris. Website: www.mmparis.com



PAGE 56

Behind the Spiral

This is the wondrous story of the rise and fall of Friedrich Stowasser, otherwise known as Hundertwasser. Scarcely any other artist polarizes opinion as does he: disparaged by the art world yet loved by the general public. Now Kunsthalle Bremen is taking the unprecedented step of celebrating his early work in a major show. How will it all end? By Barbara Hein

Motivated by a mixture of curiosity and vicarious embarrassment, the attention of the art establishment is currently focused on Bremen. There, three seasoned museum pros have joined forces to beatify a fallen star: of all people the very same artist who inflated his own name to the bombastic and melancholy pseudonym Friedensreich Regentag Dunkelbunt Hundertwasser, and who then ossified into a pastiche of himself even during his own lifetime.

But here are Christoph Grunenberg, Robert Fleck, and Bazon Brock rushing to his defense with a major show. What on earth possessed Grunenberg, director of the Kunsthalle, to do such a thing? "Something went badly awry," he answers. "He was a first-rate painter until his art degenerated into ornamental kitsch adorning coffee mugs, silk scarves, and the facades of power stations. He played an influential role in shaping European modernism." And this is what Grunenberg sets out to demonstrate in the exhibition *Friedensreich Hundertwasser: Against the grain. Works 1949–1970*. Between October 20, 2012 and February 17, 2013, Kunsthalle Bremen will be presenting around a hundred paintings, most of them from the 1950s and 1960s, as well as photos testifying to Hundertwasser's role as a forerunner of happenings and performance art. The centerpiece of the show will be a reenactment of *Die Linie von Hamburg* under the supervision of one of its original participants, art theorist Bazon Brock.

In 1959, Brock, Hundertwasser, Herbert Schuldt, and a group of Hundertwasser's students spent forty-eight hours working on a single line spiraling up the walls of room 213 of the Hamburg art academy. When the happening threatened to get out of hand, the director intervened and Hundertwasser subsequently turned his back on the city. At the time, the German weekly *Der Spiegel* called it "an action by >