

Inhalt

1) Einleitung | 9

- a) Wie stellen Hirst und Banksy Konsum dar? | 9
- b) Wie wird der Begriff Konsum hier verwendet? | 19
- c) Quellenlage | 20

2) Konsumbegriffe | 25

- a) Konsum | 25
- b) Konsumkritik | 26
- c) Konsumgesellschaft | 30
- d) Konsum und Religion | 34
- e) Konsum in der Kunst(-geschichte) | 37
- f) Marcel Duchamp | 39
- g) Andy Warhol | 42
- h) Jeff Koons | 45

3) London um die Jahrtausendwende | 51

- a) Londons Kunstlandschaft ab 1980 | 53
- b) Damien Hirst und Young British Artists | 56
- c) Was macht einen britischen Künstler in den 1990er Jahren zum Young British Artist? | 63
- d) Banksy und Street Art | 67
- e) Warum nahm Street Art gerade um 2000 zu? | 72
- f) Die Eventisierung von Kunst | 75

4) Banksy | 79

- a) Street Art – legal versus illegal | 79
- b) Street Art und Werbung | 80
- c) Qualitätsmerkmale und Ausdrucksmittel von Street Art | 81
- d) Wer betrachtet Street Art, und wo? | 83
- e) Balkencode – »Barcode Leopard« (2000) | 84
- f) Geld – »Cashpoint« (ca. 2001-2005) | 89
- g) Linker Konsum – »Ikea Punk« (2009) | 96
- h) Street Art: Der Ortsbezug und die Rolle der Fotografie | 100
- i) Kommerzialisierung von Street Art | 104

- j) »*Destroy Capitalism*« (2006) | 106
- k) Gemälde – »*Crude Oils*« (seit 2000) Werkgruppe und Ausstellung | 109
- l) Der äußere Rahmen | 113
- m) Ratten | 115
- n) Giftmüllfass – »*Crude Oil*« (2005) | 116
- o) Einkaufswagen – »*Show me the Monet*« (2005) | 121
- p) Das Tesco-Supermarkt-Motiv und die Einkaufsstüte | 125
- q) Installation – »*The Village Pet Store and Charcoal Grill*« (2008-09) | 137
- r) Fastfoodkonsum – »*Nuggets*« und »*Sausages*« | 141
- s) Tiere als Rohstofflieferant -»*Leopard*« | 148
- t) Kinder, Konsum und Kosmetik – »*Rabbit*« | 150
- u) Medienkonsum »*Primates*« | 153
- v) Der Fernseher | 155
- w) Der Künstler als Masturbator | 159

5) Damien Hirst | 163

- a) Die »Natural-History«-Serie – »*The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*« (1991) | 163
- b) »*The Golden Calf*« (2008) | 169
- c) Material Matters – Tier, Gold und Vitrine | 177
- d) Kunsta(u)ktion – die »*Beautiful Inside My Head Forever*«-Ausstellung | 189
- e) »*For the Love of God*« (2007) | 192
- f) Butterfly Paintings (1991-2008) | 217
- g) Fly Paintings (1997-2008) | 244
- h) Spot Paintings (seit 1988) | 248
- i) ›Einzigartiges‹ Kunstwerk oder Massenproduktion? Die Serie bei Hirst | 251
- j) Hirsts Umgang mit der Tradition der Malerei | 252
- k) Drugs – Drogen, Medizin und Süßigkeiten | 258
- l) Realität und Ritual | 263
- m) Yuppie-Kunst für »over the sofa«? Spot Paintings im Film | 265
- n) Das Bespielen eines Ortes – White Cube und Museum | 267
- o) Medizin- und Werbungsgläubigkeit | 268
- p) Überidentifizierung mit dem Betrachter | 274

6) Banksy und Damien Hirst | 277

- a) »*Keep It Spotless (Defaced Hirst)*« (2007) | 277
- b) Der Ortsbezug – Street & Art | 289

7) Künstlerische Strategien im Umgang mit Konsumphänomenen | 295

- a) Hirsts Konsumparadies-Illusion | 298
- b) Banksys konsumkritische, politisch-aktivistische Karikatur | 301
- c) »Brands not products« | 306
- d) Werbung | 309
- e) Der (potenzielle) Käufer/Betrachter und der Sammler als perfekter Konsument | 312
- f) (Im-)Materielles | 315

8) Anhang | 321

- a) Banksys Pseudonym | 321
- b) Banksys »Biografie« | 326
- c) Ausstellungsverzeichnis Banksy | 334
- d) Banksys Kunstaktionen und Reisen | 340
- e) Literaturverzeichnis | 342

Danksagung | 366