

# Inhalt

---

|                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. STREET ART-KARRIEREN AUF DEM KUNST- UND DESIGNMARKT .....                      | 7   |
| 1.1 Street Art in der Literatur .....                                             | 15  |
| 1.2 Ethnografie visueller Kulturen .....                                          | 28  |
| 1.3 Shepard Fairey, Banksy und No Logo: Drei Karriere-Wege .....                  | 44  |
| 2. STREET ART: THE CITY AS CANVAS .....                                           | 93  |
| 2.1 KünstlerInnen, Werk und Straße .....                                          | 93  |
| 2.2 Street Art als Standortfaktor .....                                           | 100 |
| 2.3 Bestandsaufnahme der ‚visuellen Konkurrenz‘: andere Bilder in der Stadt.....  | 110 |
| 2.4 Die Bedeutung der Straße für Street Art-KünstlerInnen .....                   | 121 |
| 3. FROM STREET ANONYMITY TO MEDIA STARDOM: NETZWERKBILDUNG ALS KANONBILDUNG ..... | 123 |
| 3.1 Die Street Art-Welt im Internet.....                                          | 125 |
| 3.2 Street Art-Magazine.....                                                      | 134 |
| 3.3 Bücher .....                                                                  | 142 |
| 3.4 Gatekeeping .....                                                             | 145 |
| 3.5 Media Stardom .....                                                           | 151 |
| 4. DER MARKT FÜR STREET ART-PRODUKTE .....                                        | 155 |
| 4.1 Charakterdesign, Designertoys und das eigene Label .....                      | 158 |
| 4.2 Der Designmarkt als Arbeitsmarkt .....                                        | 167 |
| 4.3 Rechtliche Probleme .....                                                     | 177 |
| 4.4 Ökonomie und Nachhaltigkeit .....                                             | 184 |

|     |                                                                                                 |     |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.5 | Kultureller Wert: „Obwohl Shepard Fairey ein Marketingmonster ist“?                             | 188 |
| 5.  | STREET ART-KÜNSTLERINNEN AUF DEM KUNSTMARKT                                                     | 195 |
| 5.1 | Vom Netzwerk zur Kunstwelt im Betriebssystem Kunst                                              | 195 |
| 5.2 | Kunstmarktsegment Street Art                                                                    | 215 |
| 5.3 | Outsider Artists? Art Brut, Low Brow oder Pop Surrealismus                                      | 226 |
| 6.  | KARRIEREN VON STREET ART-KÜNSTLERINNEN                                                          | 235 |
| 6.1 | Karrieremodelle und Art-Market-Performances                                                     | 237 |
| 6.2 | Die erste Generation. Graffiti, Haring, Basquiat, Avant und Holzer                              | 248 |
|     | FAZIT: ERFOLGREICHE STREET ART-KÜNSTLERINNEN                                                    | 263 |
| 8.  | ANHANG                                                                                          | 269 |
| 8.1 | Artnet Record für Shepard Fairey (3.2.2013)                                                     | 269 |
| 8.2 | Artnet Record für Banksy (3.2.2013)                                                             | 273 |
| 8.3 | Biografie und Ausstellungen von Jens Besser (8.2.2013)                                          | 275 |
| 8.4 | Buchveröffentlichungen England, USA, Spanien, Schweden und Deutschland 2000 bis 2010            | 278 |
| 8.5 | Bücher zu einzelnen Städten in Schweden, Spanien, USA, Großbritannien und Deutschland 2005-2010 | 282 |
| 8.6 | Street Art-Dokumentationen 2004–2011                                                            | 283 |
| 8.7 | Häufigkeit der Nennung von KünstlerInnen in 10 Medien 2002–2009                                 | 284 |
| 8.8 | Wooster Collective: Who's getting involved? (9.2.2005)                                          | 286 |
| 8.9 | Bedeutende Festivals und Gruppenausstellungen in Europa und Nordamerika 2001–2011               | 288 |
| 9.  | QUELLENNACHWEIS                                                                                 | 291 |
| 9.1 | Literaturnachweis                                                                               | 291 |
| 9.2 | Nachweis der Internetquellen                                                                    | 315 |
| 9.3 | Nachweis der Abbildungen und Tabellen                                                           | 335 |
| 10. | DANKSAGUNG                                                                                      | 336 |