

**Otto Mittmannsgruber / Martin Strauß  
(Hrsg.)**

**Plakat.Kunst.**

**Über die Verwendung eines  
Massenmediums durch die Kunst**

**SpringerWienNewYork**

# Inhalt

Otto Mittmannsgruber	Vorwort	9
Martin Strauß	Einleitung	15
Walter Grasskamp	Blickfänger. Ein Massenmedium im öffentlichen Raum	23
Theo Ligthart	Kunst und Plakate	30
Marc Ries	Unheimliches Essen. Beobachtungen zu einem Plakatbild	46
Wolfgang Ullrich	Milieuprobleme. Kunst im Terrain der Werbung	50
Oliver Marchart	Kriegsplakate und die politische Vorgeschichte der New Public Art	68
Martin Strauß	Plakate und öffentliche Kunst. Ungereimte Fragen	88
Patrick Werkner	Die Macht des Überklebens. Der Wiener Plakatpirat	99
Stefan Römer	Plakate als soziale Intervention. Paßt die Kunst im „öffentlichen Raum“ noch in das Bild der Stadt?	104
Otto Mittmannsgruber	Geborgte Interessen. Wechselspiele mit der Kunst	115
Johannes Domsich	Tapeten der Öffentlichkeit	124
Rainald Franz	Das Plakat als Kunst, das Plakat im Museum. Vom Werbemedium zum Kunstmedium oder kultur-historischen Aussageträger?	130

## Interviews. Die KünstlerInnen

Daniel Buren	139
Jochen Gerz	146
Felix Gonzales-Torres	153

Hans Haacke		158
Serge Kliaving		164
Joseph Kosuth		169
Barbara Kruger	von W.J.T. Mitchell	176
Les Levine	von Ted Greenwald	184
Mittmannsgruber / Strauß	von Sabine B. Vogel	189
Tania Mouraud		195
Marylène Negro		202
New Public Art: Guerilla Girls / Gran Fury / Act Up		207
Plakatprojekt Berlin Alexanderplatz		210
Gerwald Rockenschaub		213
Hinrich Sachs		219
Klaus Staeck		224
Rosemarie Trockel		229
Heimo Zobernig		232

## Werbung. Zwei Gespräche mit Vertretern der Branche

Christian Satek	Kunst im Einflußbereich der Werbung	239
Karl Javurek-Steiner	Das Großplakat aus der Sicht eines Betreibers	243

Wenn nicht anders vermerkt, stellen die Herausgeber die Fragen.