

# Inhalt

Otto Mittmannsgruber	Vorwort	9	Hans Haacke		158
Martin Strauß	Einleitung	15	Serge Kliaving		164
Walter Grasskamp	Blickfänger. Ein Massenmedium im öffentlichen Raum	23	Joseph Kosuth		169
Theo Ligthart	Kunst und Plakate	30	Barbara Kruger	von W.J.T. Mitchell	176
Marc Ries	Unheimliches Essen. Beobachtungen zu einem Plakatbild	46	Les Levine	von Ted Greenwald	184
Wolfgang Ullrich	Milieu Probleme. Kunst im Terrain der Werbung	50	Mittmannsgruber / Strauß	von Sabine B. Vogel	189
Oliver Marchart	Kriegsplakate und die politische Vorgeschichte der New Public Art	68	Tania Mouraud		195
Martin Strauß	Plakate und öffentliche Kunst. Ungereimte Fragen	88	Marylène Negro		202
Patrick Werkner	Die Macht des Überklebens. Der Wiener Plakatpirat	99	New Public Art: Guerilla Girls / Gran Fury / Act Up		207
Stefan Römer	Plakate als soziale Intervention. Paßt die Kunst im „öffentlichen Raum“ noch in das Bild der Stadt?	104	Plakatprojekt Berlin Alexanderplatz		210
Otto Mittmannsgruber	Geborgte Interessen. Wechselspiele mit der Kunst	115	Gerwald Rockenschaub		213
Johannes Domsich	Tapeten der Öffentlichkeit	124	Hinrich Sachs		219
Rainald Franz	Das Plakat als Kunst, das Plakat im Museum. Vom Werbemedium zum Kunstmedium oder kultur-historischen Aussageträger?	130	Klaus Staeck		224
			Rosemarie Trockel		229
			Heimo Zobernig		232
			<b>Werbung. Zwei Gespräche mit Vertretern der Branche</b>		
			Christian Satek	Kunst im Einflußbereich der Werbung	239
			Karl Javurek-Steiner	Das Großplakat aus der Sicht eines Betreibers	243
			Wenn nicht anders vermerkt, stellten die Herausgeber die Fragen.		

## Interviews. Die KünstlerInnen