

Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Anmerkungen zu Bildrechten	9
Einleitung	13
Fragestellung	18
Gliederung und Methodik	21
Forschungsstand	24
Terminologie	28
Andy Warhol: Business Artist	43
Vom Commercial Artist zum Business Artist	47
1961: Pop-Artist	49
Warhols Persona	61
Projects/Commercials	66
Business Artists als Unternehmer und Manager	69
Künstlerunternehmen	84
Jeff Koons: Jeff Koons Productions Inc.	84
Damien Hirst: Science Ltd.	88
Takashi Murakami: Kaikai Kiki Co., Ltd.	98
Subunternehmen	104
Damien Hirst: Pangolin Editions	105
Jeff Koons: Arnold AG	107
Homepage, Merchandising und Licensing	111
Homepage	111
Merchandising	113
Licensing	116
Business Artists als Marke	119
Werkbezogene Branding-Strategien: Aufmerksamkeit	146
PopCon	151
Product Lines	160
Damien Hirst	162
Jeff Koons: Kollektionen	170
Storytelling	178
Kitsch	194
Tabu	200
Preis als tabubrechende Obszönität	203
Tierisches Material	213
Sex sells	223
Auction pieces	227
Master Paintings	242

Superflat Comic- und Toy Art	244
Murakamis Product Lines, Motive und Charaktere	246
Murakamis superflat Comic- und Toy Art: manga, anime	247
Öffentlichkeitsbezogene Strategien: Werkpräsentationen	251
Ausstellungen	256
DAMIEN HIRST, London 2012	256
<i>Jeff Koons Versailles, 2008–09; Murakami Versailles, 2010</i>	259
<i>JEFF KOONS, Riehn 2012</i>	265
<i>JEFF KOONS. The Painter / JEFF KOONS. The sculptor</i> , Frankfurt a. M. 2012	265
Projekte	267
Jeff Koons: Puppy (1992) / Split Rocker (2000)	270
Jeff Koons: Projekt Spielbudenplatz Hamburg (2003)	271
Jeff Koons: Train (seit 2003)	272
Jeff Koons: Eiserner Vorhang der Wiener Staatsoper: Geisha, 2007/08	274
Jeff Koons: 7 World Trade Centre	275
Takashi Murakami: Reversed Double Helix, Projekt am Rockefeller Center 2003	275
Takashi Murakami: <i>Filmprojekt Jellyfish Eyes</i> , 2011/2012	277
Personenbezogene Branding-Strategien: Image	279
Vanity Fair: Selbstdarstellung, Inszenierung und Image	280
Selbstinszenierung	284
Kunstmarkt-Star: Prominenz und Starkult	302
Imageergänzende Rollen von Business Artists	308
Der Künstler als Kurator: The Artist on Other Artists	309
Der Künstler als: Juror/Mentor	315
Der Künstler als: Ultra-High-Networth-Individual (UHNWI)	317
Der Künstler als: Sammler – der Artist-collector	321
Business Artists und andere Marken: Co-Branding	335
Künstler als Designer; Product Placements	336
Takashi Murakami und Louis Vuitton	344
Künstler und (Luxus-)Marken	352
Künstlerkollaborationen	358
Zusammenfassung	363
Anhang	369
Literaturverzeichnis	371
Abbildungsverzeichnis	434