

Inhalt

Mehr ist mehr – Zur Einleitung 15

1. Illegitime Produktion 27

Mit dem Fahrrad durchs Studio

Managerialisierung und das politische Imaginäre

**2. Historische und zeitdiagnostische Sondierungen
zum Stilmerkmal Größe 35**

Kunst zwischen Luxusgüterindustrie und Aktivismus

Hyperwachstum, Kräne und Eisenbahnwaggons

Mega-Galerien in der globalen Reichtumsökonomie

Produktionsapparate für XXL-Kunst

Dynamiken des Spektakulären und der Markt der Kritik

Die Ausstellung als Massenmedium

Begehbare Kunstwerke und folgenschwere Rollenverschiebungen

Das Galerien-Modell

Das Kurator:innen-Modell

Das Fabricator-Modell

Das Großstudio-Modell

3. Invisible Hands, Fabricators und die Herausbildung eines neuen Produktionsapparats 71

Burnout und Anzeichen der Ermüdung
Vom Wollfilz-Barett zum Bauarbeiterhelm
Lippincott: Kollaboration und Kontrolle
Deskilling – oder wer assistiert wem?
Machbarkeitsfetischismus und die Technoästhetik des Digitalen
Der wachsende Sektor der Kunstfabrikationsbetriebe
Rollenkonflikte und die Anstrengung, ein Autor zu sein
Verschiedene Fabricators – Das Angebotsportfolio
Verrechtlichung, Gewährleistung und Professionalisierung des Managements
Made in China – Fabricators, Kopist:innen und Hotelmaler:innen
Die Kunst der Namenlosen, der Fall Martin Kippenberger und neue ethische Standards

4. Das Studio-Phantasma 139

Lebensstile, Subjektformen und Diskurse
Meister, Auftragshefte und Künstlerunternehmer im Barock
Salons und romantische Enklaven im 19. Jahrhundert
Codierung von Unabhängigkeit und Autonomie
Die Post-Studio-Ära
Loft-Living und fotogener Studio-Lifestyle

5. Damien Hirst

**»Artists become Businessmen
– nothing you can do about it« 157**

Alternative Fakten und exzessive Produktion in Venedig
»I've created a monster«
»I was terrified of going into this machine mode«
Learning from Las Vegas

6. Jeff Koons

**»Everything that is being executed here is
an extension of my own hand« 177**

Koons und Hirst – ungleiche Freunde

Obsessiver Perfektionismus

Die Balloon-Dog-Krise

Knetgummi-Haufen, Schulden und Oberammergauer Schnitzer

Selbstmarketing als Markenkern – Leonardo, Tizian und ich

Kitsch, Controlling und Sinnverweigerung

7. Katharina Grosse

»My working process is not a fashion shoot« 195

Feministische Malerei der Superlative

Spraypistole, Kompressor und Angriffe auf die Wirklichkeit

Teamleistungen und Projektplanung

Ein Apparat für die Malerei

Architektur als Werkzeug und repräsentatives Statement

Ambivalente Sichtbarkeit

Creative City Berlin

Moralisierte Arbeitsökotope

8. El Anatsui

**»It is like conducting an orchestra of musicians
each with peculiar performing skills« 225**

Material als Botschaft

Eingelagerte Traditionen

Königsmäntel und der Eintritt in den öffentlichen Raum

Heiliger Ort in der Industriehalle

Low-Tech und dezentrierte Autorschaft

Recyclinghöfe und die Dignität des Lokalen

Der Kunstprofessor und die Jungs aus der Nachbarschaft

9. Studio Olafur Eliasson
»The studio (...) is a model of reality« 249

Teamarbeit, Nebel, Moos und Wasserfälle
Vom Loft zum Industrieareal
Fassaden, Kochbücher und Extended Research
Das Studio als Design-Labor

10. Conclusio 271

Paradoxien des Managerial Turn
Fallstricke der Professionalisierung
Kollektivität und Selbstermächtigung

Dank 289

Anmerkungen 293

Literaturverzeichnis 351

Filmographie 374

Abbildungsverzeichnis 375

Index 378