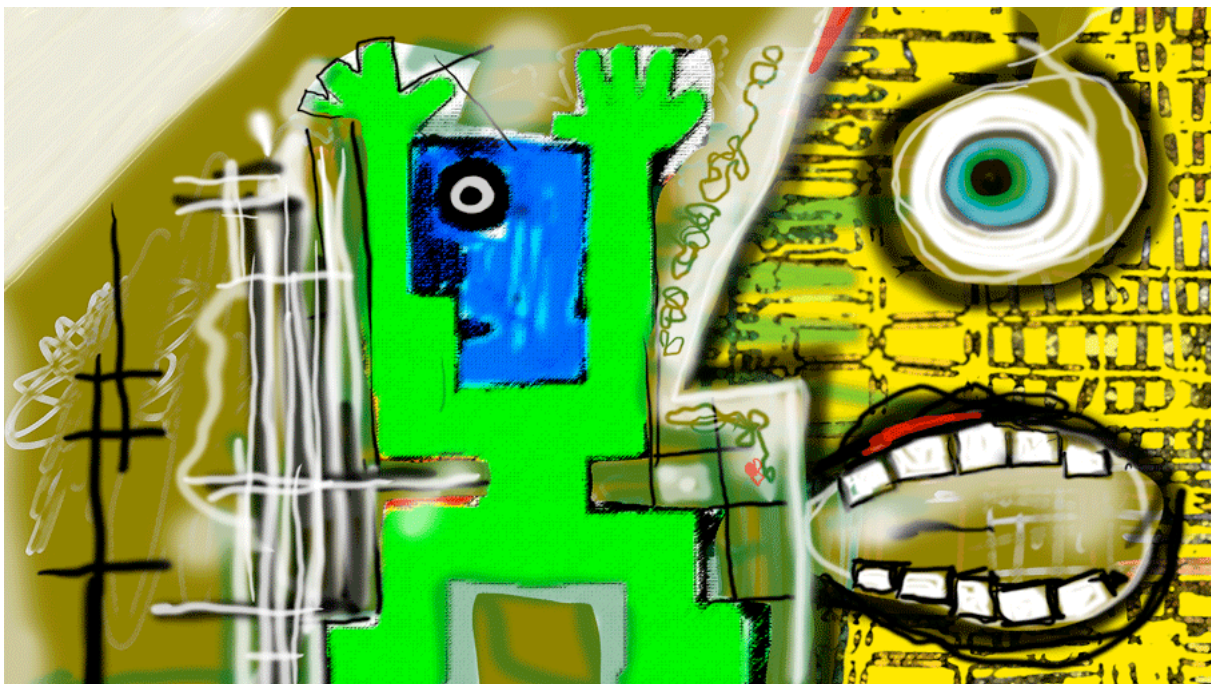


## STREET ARTIST MARCUS KRIPS

### Graffiti im Informations- und Medienzeitalter

Marcus Krips gehört seit den frühen 1980er Jahren zu den Künstlern, die regelmäßig im Zusammenhang mit dem Begriff Graffiti auftauchen. Mit einem Hintergrund als Punk und Besetzer der ehemaligen Kölner Schokoladenfabrik stehen seine Bilder gerade nicht im Mainstream amerikanischer Pieces, sondern finden ihre Zusammenhänge eher in einer einfachen, zeichnerischen Universalsprache. Ähnlich wie die Graffiti A.R. Pencks oder Harald Naegelis haben seine Bilder als spontaner Ausdruck an der Wand funktioniert und dabei auch einzelne Textelemente integriert. Nach einer akademischen Weiterbildung bei Nam June Paik und an der Kunsthochschule für Medien in Köln hat Krips immer wieder mediale Transfers seiner Graffiti vollzogen. Ein CD-ROM-Projekt als Auftrag für das Forschungszentrum Jülich (zusammen mit der Medienkünstlerin Lili Voigt) läßt seine Zeichen als Strichwesen auf Fotos und Filmen aus dem Wissenschaftsinstitut auftauchen; oder sie inszenieren ähnliche Wechselwirkungen zwischen der Paintbox, dem interaktiv eingreifenden Betrachter und gefundenem Material in Ausstellungen und auf Medienfestivals. Eine jüngere Arbeit von Krips erzeugt ein neues Verhältnis zwischen dem ursprünglichem Zeichenimpuls für die Graffiti und der Öffentlichkeit. Als KripsKunstSpam bietet der Künstler die tägliche Zusendung eines Bildes per E-Mail an. Das elektronische Abonnement künstlerischer Produktion verbindet das Idealbild einer Selbstvermarktung mit dem zeichnerischen Markieren der Umwelt. Nicht ohne Ironie gegenüber der eigenen Existenz als Sprayer spricht Marcus Krips von Spam, der elektronischen Form von Informationsmüll. Gleichzeitig ist die Möglichkeit für den Künstler ebenso verlockend wie anspruchsvoll: täglich ein Produkt, regelmäßig dessen Bezahlung. Dass er zudem fast ausdauernd seinen Bewusstseinsstrom an den des Zuschauers anschließen kann, ist eine weitere Parallele zu seinen immer noch vielerorts anzutreffenden Bildern. Hier kann er – durchaus im Einklang mit einer als kleine kommerzielle Lösung ansetzenden Praxis – seine Kritik an Werbung, Kommerzialisierung oder der Manipulation und Kontrolle durch Medien in täglichen Dosen verabreichen.

*Johannes Stahl, aus dem Buch STREET ART, Seite 246, 247  
Tandem Verlag, ISBN 978-3-8331-4943-6*







Kontakt:

**KUNST5**

Lili Voigt / Marcus Krips

Atelier und Showroom

Cäsarstr. 5

50968 Köln

[kunst5@kunst5.com](mailto:kunst5@kunst5.com)

[www.kunst5.com](http://www.kunst5.com)

Bestelle die KripsKunstSpam: [www.kunst5.jimdo.com](http://www.kunst5.jimdo.com)