

# Inhalt

---

## **Vorwort** | 7

## **1 Einführung** | 9

- 1.1 Quellen des Kreativitätsglaubens | 11
- 1.2 Problemaufriss – situative Formung des Kreativen in Arbeitswelten | 27
- 1.3 Aufbau des Buches | 32

## **2 Kreativ Wirtschaften – kreativ Arbeiten: Fünf Problemfelder** | 37

- 2.1 Kreativität als Motor für Stadt- und Regionalentwicklung | 38
- 2.2 Organisation von Kreativität | 38
- 2.3 Arbeiten in der Kreativwirtschaft | 39
- 2.4 Subjektivierung der Arbeit | 40
- 2.5 Neue Werte, Welten und Subjekte | 42
- 2.6 Eine Forschungslücke – Pluralität kreativer Praktiken | 47

## **3 Theoretischer Zugang – Die Praxis von Werteordnungen** | 53

- 3.1 Soziologie der Konventionen als Synthese aus Praxis und Pragmatismus | 55
- 3.2 Konventionen als Rechtfertigungslogiken | 61
- 3.3 Die Analyse von Konventionen in ‚praktischen Formationen‘ | 65
- 3.4 Anwendung auf subjektive und intersubjektive Aushandlungsprozesse | 67
- 3.5 Leistung und Grenzen des Ansatzes | 68

## **4 Methodologie** | 73

- 4.1 Sozialkonstruktivistisches Paradigma | 74
- 4.2 Datenerhebung | 81
- 4.3 Datenanalyse – die dokumentarische Methode mit diskursanalytischen Elementen | 84
- 4.4 Untersuchungsfeld | 90

<b>5</b>	<b>Kreative und nicht-kreative Arbeitspraktiken</b>	95
5.1	Ideengenerierung	96
5.2	Gestaltung	102
5.3	Frei sein, Mitbestimmen und Entscheiden	104
5.4	Analyse & Interpretation	107
5.5	Das Nicht-Kreative	109
<b>6</b>	<b>Von sozialen Feldern und Wertewelten</b>	115
6.1	Soziale Felder und idealtypische Figuren als Bezugspunkte	117
6.2	Kreativität in verschiedenen Wertewelten	126
6.3	Kreativität als ein Chamäleon	147
6.4	Soziale Felder versus kreative Wertewelten	149
<b>7</b>	<b>Sichtbares und Unsichtbares – Exklusives und Alltägliches</b>	157
7.1	Schillernde Kreativität	157
7.2	Profane Kreativität	161
7.3	Außen- und Innenperspektive – Andere und das Selbst	164
7.4	Von Dichotomien und subversiven Praktiken	167
<b>8</b>	<b>Das Künstlerische im Kommerziellen</b>	173
8.1	Umgang mit Reibungspunkten	174
8.2	Selbständigkeit als Befreiungsschlag?	191
8.3	Von kleinen und großen Spielräumen	200
<b>9</b>	<b>Qualitätsansprüche an kreatives Schaffen</b>	203
9.1	Formung durch wissenschaftliche Gütekriterien	204
9.2	Gestaltungsregeln	206
9.3	Handwerkliche Qualitätsansprüche als Rahmen des kreativen Schaffens	208
<b>10</b>	<b>Kreativität und der Neue Geist des Kapitalismus</b>	211
10.1	Kreativität im Dienste verschiedener Welten	213
10.2	Die Frage nach der guten Arbeit	221
10.3	Kreative Arbeitsformen im Kontext einer Kreativen Wirtschaft	233
<b>11</b>	<b>Fazit – Alternative Lesarten</b>	239
	<b>Bibliographie</b>	249