

# Kreativität und Kreativitätskritik

## Zur De- und Reterritorialisierung von Lebens- und Erziehungskunst im aktuellen Lifestyle-Diskurs

---

*Sarah Maaß*

Dass Kreativität in aktuellen Subjektivierungsprozessen eine prominente Funktion als Imperativ (vgl. von Osten 2003: 10), Anrufung oder gouvernementales Strategem (vgl. Bröckling 2013: 142) innehat, lässt sich an Lifestylemagazinen in besonderem Maße ablesen. Solche Magazine haben seit Anfang der 2000er Jahre Konjunktur. Neben einer Vielzahl von Neuerscheinungen im Independent-Bereich haben große Konzerne wie Gruner + Jahr sowie etablierte Magazine Lifestyle-Sparten bzw. *Line Extensions* eingerichtet, Wochenzeitungen relaunchen ihre Magazine dem aktuellen Trend entsprechend<sup>1</sup> und Lifestyle bzw. ‚Lebenskunst‘ bilden auch in anderen Special- und General-Interest-Magazinen mit der Frage nach dem ‚guten Leben‘ in der spätmodernen Gegenwart einen wichtigen Bestandteil des Themenrepertoires.<sup>2</sup> Dass ausgerechnet über Lifestylemagazine wie *flow*, *slow*,

- 
- 1 So gibt die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* mit *F.A.Z. Quarterly* seit 2016 ein neues, vierteljährlich erscheinendes Lifestylemagazin heraus, dessen Konzept die Website (wie sie jedes größere Magazin in einem crossmedialen Verbund bereitstellt) als Verbindung von ‚Kreativität und Klugheit‘ bewirbt (vgl. ‚Kreativität trifft Klugheit‘). Solche selbstständig erscheinenden Magazine, wie sie auch die *taz* und die *Süddeutsche Zeitung* bieten, überschreiten die Grenze der Textsorte ‚Beilage‘ oder ‚Supplement‘ und sprechen für die Popularität des Mediums Magazin.
  - 2 So lautet etwa das Titelthema von *SPIEGEL Wissen* im Februar 2016 ‚Kreativität. Der Schlüssel zu Glück und Erfolg‘ und das Cover bewirbt die Ausgabe als ‚Das Magazin für ein besseres Leben‘ (*DER SPIEGEL Wissen* 2/2016). *Cicero* widmet sich im Titelthema der August-Ausgabe von 2017 ‚Glück und Grenzen‘ des Lebens zweier Aussteiger und verortet deren Entscheidung für ein ‚neues Leben‘ in einem allgemeinen, flexibili-

*Kinfolk, The Weekender, Oak, Lille Nord, hygge, ma vie* und andere ein Anrufungsverhältnis konstruiert wird, ist nur folgerichtig, wenn man mit Jürgen Link davon ausgeht, dass sie als Teil des Interdiskurses Spezialwissen partiell reintegrieren und zur subjektiven Applikation bereitstellen (vgl. Link 2005: 86). Mehr noch: Innerhalb des Interdiskurses gerieren sich insbesondere Lifestylemagazine als praktische Texte, d.h. als „Operatoren“ (Foucault 1989: 20), die „selbst Objekte von ‚Praktik‘ sind, sofern sie geschrieben wurden, um gelesen, gelernt, durchdacht, verwendet, erprobt zu werden, und sofern sie letzten Endes das Rüstzeug des täglichen Verhaltens bilden sollen“ (ebd.). Sie tragen somit dazu bei, Subjekte mit einem spezifischen Selbstverhältnis hervorzubringen. Dabei integrieren die genannten Magazine nicht nur spezialdiskursive Wissenspartikel, sondern bündeln auch interdiskursives Material. Sie stellen somit ein hoch integratives Element innerhalb einer größeren interdiskursiven Formation dar, die auch Ratgeberformate unterschiedlicher medialer Provenienz, den journalistischen Interdiskurs sowie die Sozialen Medien, Weblogs etc. umfasst.

Aktuell werden die Individuen durch solche operativen Texte und Medien dazu angehalten, sich als Subjekte einer spezifischen Kreativität „anzuerkennen“ (Foucault 1989: 10). Dieses Kreativitätsdispositiv (vgl. Reckwitz 2012) wiederum wird an einen spezifischen sozio-ökonomischen Kontext gekoppelt, nämlich an die neoliberale, postfordistische Umstrukturierung der Arbeitswelt, die transversale, also strataübergreifende Prekarisierung mit sich bringt (vgl. Link 2013: 100ff.). Im Folgenden wird erstens skizziert, wie in dieser Konstellation die Kritik an Kreativitätsimperativen (vgl. von Osten 2003: 10) produktiv mit dem Kreativitätsdispositiv selbst verzahnt ist. Zweitens wird – mit einem Fokus auf Reproduktions- bzw. Fürsorgearbeit – Kreativität als Problematisierungsfeld im Sinne Foucaults perspektiviert. Luc Boltanski und Ève Chiapello sind prominente Vertreter\*innen einer kritischen Perspektive auf Kreativität: Sie sprechen der ‚Künstlerkritik‘ die Wirksamkeit ab und bemühen sich vielmehr um die genealogische Herleitung einer ‚Komplizenschaft‘ von kreativitätseuphorischer Künstlerkritik und dem ‚neuen Geist des Kapitalismus‘ (vgl. Boltanski/Chiapello/Moulier Boutang 2016; vgl. dazu

---

sierungs- und kapitalismuskritischen „Kulturwandel“ (Schüle 2017: 23), der mittlerweile die „Wohlstandsbürger“ (ebd.) erreicht habe. Auf den illustrierenden Fotografien der Aussteiger-Behausungen zieren Lifestylemagazine (z.B. *flow*) das Bücherbord und werden somit als maßgebliches Element des ‚guten Lebens‘ (vgl. ebd., 17, 20) in Szene gesetzt. Neben solchen thematischen Schwerpunkten setzen sich aktuell vor allem populärwissenschaftliche Magazine mit dem Thema ‚Lebenskunst‘ auseinander und rekurrieren dabei explizit auf die Antike, Michel Foucault, Wilhelm Schmid u.a. (vgl. z.B. *Psychologie Heute* 4/2017 mit dem Schwerpunkt „Lebenskunst. Was wir von den alten Philosophen lernen können“).

auch Lazzarato 2016: 373ff.). Anlass und Hintergrund dieses Beitrags bildet demgegenüber die Beobachtung, dass auch die Kritik *am* Kreativitäts- bzw. Singularisierungsdispositiv (vgl. Reckwitz 2017) wie bei Boltanski und Chiapello produktiv in ebendieses Dispositiv integriert wird. Dass bestimmte kritische Positionen offenbar selbst eine Funktionsstelle im Kreativitätsdispositiv einnehmen, lässt sich beispielsweise an aktuellen kreativitätseuphorischen Veröffentlichungen zeigen. Selbst Business-Ratgeber für Consultants oder Designer, die sich nicht explizit innerhalb der sich als emanzipatorisch bzw. ethisch begreifenden *Social-Design*-Bewegung verorten, greifen kreativitätskritische Positionen auf. So beruft sich z.B. das Design-Thinking-Handbuch aus dem FAZ-Verlag umstandslos auf Andreas Reckwitz' Studie zum Kreativitätsdispositiv und appliziert seine Theoreme und Beobachtungen auf die eigene Praxis (vgl. Uebernickel et al. 2015: 18, 26). Der Ratgeber *Erfolgreich als Designer* zitiert ausführlich aus Ulrich Bröcklings *Das unternehmerische Selbst* (2016) und begreift sich als Antwort auf die von ihm kritisch diagnostizierten sozioökonomischen Mechanismen und Regierungsprogramme (vgl. Kobuss/Bretz 2017: 17). Hartmut Rosa, wiewohl prominenter Kritiker der Beschleunigungsgesellschaft und ihrer Sozialpathologien, dessen Befunde zu gegenwärtigen Zeitregimen durchaus in Kopplung mit der aktuellen „Ökonomie der Singularitäten“ (Reckwitz 2017: 15) zu betrachten sind, ist regelmäßiger Gast und Interviewpartner auch in Mainstream-Medien und „klassischen“ Wirtschaftsmagazinen wie der *Wirtschaftswoche*<sup>3</sup> (vgl. Schnaas/Schwarz 2014).

### Prekarisierung und Kreativität im (Eltern-)Lifestylemagazin

In den aufgeführten Magazinen meint „Lifestyle“ oder „Lebenskunst“ zunächst die Gestaltung des Alltags, wie sich an den wiederkehrenden Rubriken Kochen/Ernährung, Wohnen/*Interior Design*, Reisen, Mode/Konsum, Freizeit und Beruf ablesen lässt. Innerhalb dieses Komplexes, der den Rahmen dessen absteckt, was als „Leben“ der Lebenskunst firmiert, präsentieren die Magazine konkrete Praktiken zur Selbstbearbeitung. Diese treten entweder explizit als Tipps und Anleitungen in Erscheinung oder implizit in Features über sog. inspirierende, häufig kreative Persönlichkeiten, in Interviews mit Expert\*innen, Reportagen, Bilderstrecken, Erfahrungsberichten etc. Normalistische, infografische und symbolische Aufbereitungen statistischer Daten (vgl. Link 2006: 332–347) und Persönlichkeitstests gehören ebenfalls zum Standardrepertoire, mit dem zur Selbstbearbeitung durch Vergleich

3 Die *Wirtschaftswoche* setzt sich auch thematisch mit Prekarisierungs-, Flexibilisierungs-, Digitalisierungsphänomenen und Kreativitätsimperativen sowie den damit einhergehenden „Überforderungserkrankungen“ (Reckwitz 2017: 21) bei Arbeitnehmer\*innen kritisch auseinander (vgl. Matheis 2017).

und Selbstadjustierung angeregt wird. Diese subjekttechnologischen Praktiken wiederum werden programmatisch an die postfordistische Umstrukturierung der Arbeits- und Lebenswelt gekoppelt,<sup>4</sup> indem sie als Heilmittel für prekarisierungsbedingte Sozialpathologien in Stellung gebracht werden (vgl. Maaß 2017). Vereinfacht gesagt, lassen sich mindestens zwei Klassen von Selbstpraktiken unterscheiden: Aktivierungspraktiken einerseits und Rekreationspraktiken andererseits. In beiden Fällen spielen Praktiken, die *mit* Kreativität operieren oder *auf* Kreativität zielen, eine wesentliche Rolle. Sie sollen insgesamt die (Wieder-)Herstellung eines gefährdeten homöostatischen inneren Gleichgewichts, mithin die Stressreduktion durch Entspannung sowie durch Alltags- und Zeitmanagement, ermöglichen. Aktivierung und Rekreation werden funktional verschränkt, wenn außerdem immer wieder hervorgehoben wird, dass kreative und *Do-it-yourself*-Praktiken (DIY) die (sinnliche) Wahrnehmung und Sensibilität, also *aisthesis*, stimulieren und so der Alltagsgefahr von Abstumpfung und Antriebslosigkeit entgegenwirken. Nicht zuletzt spielt die oft elaborierte und aufwendige visuelle und materiale Gestaltung der Magazine, etwa durch hochwertige, durchkomponierte Fotografien auf schwerem Papier mit viel Weißraum und wenig Werbung, eine wichtige Rolle. Sie führt erstens eine ästhetisierte und ästhetisierende Wahrnehmungsweise vor und lädt zweitens durch transmediale Bezüge zu anderen Medien wie dem Buch, aber auch den portablen digitalen Medien wie Smartphone und Tablet zu spezifischen Rezeptionspraktiken und -haltungen ein.

Wollte man hier bereits ein Resümee ziehen, ließe sich schließen, dass die Selbst- bzw. Kreativitätspraktiken allesamt auf *employability*<sup>5</sup> zielen und zwar durch gouvernementale Strategien zur Reproduktion der Arbeitskraft und selbstoptimierende Investitionen ins Humankapital des unternehmerischen, von Sozialpathologien wie Burn-out und Depressionen bedrohten Selbst.

Dieser Befund bestätigt sich zunächst auch, wenn man das Subgenre des Familien-Lifestylemagazins fokussiert, wobei ich hier exemplarisch vor allem das auflagenstarke *Nido* und *Lille Nord* heranziehe. *Nido*, Ableger des *Stern*, sowie das dänische, international vertriebene und englischsprachige *Lille Nord* verstehen sich beide als ‚alternative‘ Familienmagazine, die sich programmatisch von ‚klassi-

4 So richtet sich beispielsweise das Editorial von *Kinfolk* 2013 explizit an die überarbeiteten Kreativen in einer digitalisierten, flexibilisierten und entgrenzten Arbeitswelt: „How do you define weekend? Do weekends still exist? Does yours fall on Tuesday and Wednesday? Are you capable of unplugging from your phones and computers? [...] We all try to find rewarding work that makes our lives feel full, but our passion can be as dangerously all-consuming as it is wonderfully energizing“ (*Kinfolk* 9/2013: 1).

5 Zum Konzept der *employability* und dessen Rolle im britischen Hochschulwesen vgl. den Beitrag der Precarious Workers Brigade in diesem Band.

schen‘ Familienmagazinen wie dem jahrzehntealten deutschen *Eltern* absetzen. Beide gerieren sich als eltern- statt kindzentriert, richten sich an ein urbanes, trendinteressiertes und (akademisch) gebildetes Zielpublikum und widmen sich mit dem Lifestyle-Komplex (auch) anderen Themen als der Erziehung. *Lille Nord* verengt diese Programmatik noch weiter, indem es explizit den skandinavischen Lebensstil modelliert: „We are [...] proud to be the first magazine that brings Nordic lifestyle to families all over the world“ (*Lille Nord* 1/2014: 3). Auch inhaltlich sind die Rahmen des beworbenen Lifestyles in *Lille Nord* enger gesteckt als in *Nido*, da hier jeder Bezug auf Gesellschaft und Politik im weitesten Sinne, etwa in Reportage-Formaten, entfällt. Die Dominanz von Produktstrecken, vor allem im Bereich Kindermode und Wohnen/*Interior Design*, rückt *Lille Nord* in die Nähe der Textsorte ‚Katalog‘, was jedoch u.a. durch die visuelle Gestaltung kompensiert wird. Das Corporate Design der Zeitschrift ist wesentlich markanter als bei *Nido* und trägt die Züge des Skandinavien-Topos, wie er im Lifestyle-Diskurs häufig anzutreffen ist und visuell konnotiert wird,<sup>6</sup> etwa durch eine spezifische Farbgestaltung (Dominanz von Weiß und hellen Pastelltönen), durch Fotografien mit erhöhtem Einsatz von Digitalfiltern und Weichzeichnern, spielerischen Lichteffekten wie *lens flares* und Überbelichtung, geringen Tonwerten und geringer Farbsättigung etc.

Der Fokus auf familiäre Fürsorgearbeit im Kontext von Kreativitätsimperativen bietet sich insofern an, als der Zusammenhang zwischen Subjekttechnologien und postfordistischer Prekarisierung für Eltern in potenziertem Maße gilt. Die *Wirtschaftswoche* konstatiert 2012 im Anschluss an den Soziologen Wolfgang Streeck, es gebe „einen positiven Rückkopplungseffekt zwischen immer flexibleren Arbeitsmärkten und immer flexibleren Familienverhältnissen. Die Anforderungen der Wirtschaft nach mobilen Arbeitskräften und die Auflösungserscheinungen der Ein-Ernährer-Familie schaukeln sich gegenseitig hoch“ (Knauf 2012). Ebenso gut lässt sich jedoch eine wechselseitige Verstärkung arbeitsökonomischer und familiärer Prekarisierung konstatieren, wie sie im mediopolitischen Interdiskurs unter dem Stichwort ‚Vereinbarkeit von Familie und Beruf‘ diskutiert wird. Familien sind von Prekarisierung als Kehrseite der Flexibilisierung zweifach betroffen, insbesondere, wenn beide Elternteile erwerbstätig sind oder sein müssen, denn erwerbsbiografische Diskontinuität und die Auflösung der Grenze zwischen Freizeit und Arbeit vonseiten der Produktionsverhältnisse (vgl. Link 2013: 98) können in potenzierende Friktion mit dem familiären Gefüge, bzw. reproduktiver Care-Arbeit treten, was Frauen weiterhin in besonderem Maße betrifft (vgl. Schmidt 2015). Um im Wettbewerb des sog. Humankapitals mitzuhalten, können Eltern bzw. Müt-

6 Vgl. z.B. die Zeitschrift *Oak*, deren Editorial sie explizit positioniert als „tribute to the beautiful, open, and welcoming Scandinavia that we’ve inherited from previous generations“ (*Oak* 1/2014: 1).

ter so zu noch intensiverer Selbstoptimierung genötigt sein (vgl. ebd.). *Lille Nord* versteht sich als Antwort auf spezifisch reproduktive Prekarisierung, indem es praktische Hilfe für moderne Familien verspricht: „Our goal is therefore to give you content, that will make it easier to be a family in the hectic everyday-life“ (*Lille Nord* 1/2014: 1). Auch in *Nido* wird reproduktive Prekarität mit Praktiken des Selbst gekoppelt. Von der ersten Ausgabe an positioniert sich die Zeitschrift explizit als eltern- statt kindzentriert und richtet sich an arbeitende Eltern bzw. ihre Work-Life-Balance: „Ich will wieder arbeiten“, so das Titelthema der ersten Ausgabe von 2009, deren Editorial das Magazin als Ausdruck und Operator einer „neuen Lebenshaltung“ und „anderen Perspektive“ profiliert und verspricht, „anspruchsvolle Texte und Fotos mit sinnvollen Einkaufstipps und Lebensplanungshilfen für die junge Familie [zu vereinen]“ (*Nido* 1/2009: 1).

Zu den ‚Lebensplanungshilfen‘ und der Verheißung einer ‚anderen Perspektive‘ gehören bei *Nido* und *Lille Nord* immer auch DIY-Tipps, Bastel-, Einrichtungs- und sonstige Kreativitätspraktiken<sup>7</sup> sowie Modelle für eine kreative, d.h. innovative, flexible, singularisierte und problemlösungsorientierte Gestaltung des Zusammenlebens mit Kindern. Handelt es sich also lediglich um eine weitere Facette der gouvernementalen Indienstnahme von Kreativität und der Entschärfung ihres kritischen Potenzials? Diese These bedarf weiterer Differenzierungen, um herauszuarbeiten, warum weder das kreative Subjekt im Allgemeinen und kreative Elternschaft im Besonderen noch eine entlarvende Kritik am neoliberal-unternehmerischen Kreativitätsbegriff politisches Potenzial im Sinne Jacques Rancières entfalten: Wenn Kreativität die Antwort auf Prekarisierungsprozesse sein soll, mithin auf Prozesse sozialer Denormalisierung durch „Wegfall des alten sozialen Netzes“ (Link 2013: 96), so stellt sich die Frage, wieso die untersuchten Magazine keine Subjektivierungsformen erfinden und Situationen erproben (vgl. Rancière 2016: 93), „die die fortlaufende Privatisierung des öffentlichen Lebens stören“ (ebd.), sondern dessen Privatisierung zuarbeiten. Die Analyse der De- und Reterritorialisierungslinien im Problematisierungsfeld der Kreativität bietet – so meine These – einen Ansatzpunkt zur Beantwortung dieser Fragen. Eine solche Analyse fokussiert Prozesse der Zerstreuung und Loslösung von sozialen Ordnungen sowie Subjekt-Positionen und -Rollen in ihrem Verhältnis zu komplementären Prozessen, in denen Subjekte, Praktiken, Diskurse, Räume, Zeiten etc. segmentiert, organisiert, stratifiziert – und damit reterritorialisiert werden (vgl. Deleuze/Parnet 1980: 146).

7 Speziell zu Praktiken und Subjektivierungseffekten des Sich-Einrichtens vgl. auch den Beitrag von Jens Kastner in diesem Band.

## Kreativitätskritik als Kapitalismuskritik

Alexander Preisinger diagnostiziert eine diskursübergreifende „Musterhaftigkeit“ (2015: 301) kapitalismuskritischen Schreibens der 2000er Jahre bzw. eine Evidenz erzeugende „kapitalismuskritische[...] Formation“ (ebd.), der ein tendenziell lineares, komplexitätsreduzierendes, interaktionistisches Schema zugrunde liege – mit hin eine ‚mittlere Geschichte‘ im Sinne Links (vgl. Preisinger 2015: 29). Diesem ‚historiographischen Schema‘ (vgl. ebd.) zufolge würden vormals nicht-ökonomische Gegenstände, Sachverhalte, soziale Felder und Praktiken ‚neoliberalisiert‘ und zwar durch Privatisierung, Deregulierung und Staatsreduzierung sowie durch einen neoliberalen Vertrag, dessen Verheißungen dem sich anpassenden Subjekt jedoch verwehrt würden (vgl. ebd., 302). Entsprechend würden die illusorischen Versprechungen des neoliberalen „Enttäuschungsgenerator[s]“ (Reckwitz 2017: 22) von der Kritik nach dem Muster entlarvt: ‚X ist nur vermeintlich X, in *Wahrheit* handelt es sich um *nichts weiter als* neoliberale Ökonomisierung‘.<sup>8</sup>

Fokussiert man die aktuelle Kritik am Kreativitätsparadigma innerhalb der ‚kapitalismuskritischen Formation‘, lässt sich die mittlere Geschichte wie folgt modifizieren: ‚Man verspricht uns – und zwar in Anlehnung an die Achtundsechziger – den Künstler, in *Wahrheit* bekommen wir *nichts weiter als* das unternehmerische Selbst mit seinen Sozialpathologien‘. Gegen die Eindimensionalität dieser mittleren Geschichte spricht bereits die Tatsache, dass sie durchaus in die Magazine und den Lifestyle-Diskurs Eingang findet. Die Magazine z.B. positionieren sich zu dieser popularisierten Kritik mit normalistischen Strategien, indem sie die kreativen Selbstpraktiken als *Angebote* und *Inspirationen* präsentieren – die imperativischen Dimensionen von Kreativität und „Devianz“ (Bröckling 2013: 144) als „Regelanforderungen“ (ebd.) werden dabei maximal reduziert. Vor allem wird immer wieder aufgegriffen, dass Kreativität, Achtsamkeit und Selbstmanagement ihrerseits wieder Risiken beinhalten und demnach eines normalen, gesunden Maßes bedürften. Dem der Arbeitswelt entstammenden Leistungs-, Zeit- und Optimierungsdruck

8 Solche kritischen Muster oder ‚Matrizen‘ identifiziert auch Foucault in seiner Vorlesung zu Gouvernementalität und Biopolitik hinsichtlich der gängigen Kritiken am Neoliberalismus, die diesen so „erscheinen lassen, als ob er schließlich überhaupt nichts wäre oder jedenfalls nichts anderes als immer dasselbe, und zwar immer dasselbe im schlechteren Sinne“ (2004: 186). Foucault setzt derartigen Matrizen die genealogische Absicht entgegen, zu „zeigen, daß der Neoliberalismus trotzdem etwas anderes ist. Ob etwas Besonderes oder nicht, das weiß ich nicht, aber gewiß doch etwas. Und dieses Etwas würde ich gern in seiner Einzigartigkeit zu fassen versuchen“ (ebd.). Entsprechend wird hier versucht zu zeigen, dass auch der gegenwärtige Kreativitätsimperativ nicht schon immer dasselbe („nichts weiter als“), sondern etwas anderes ist.

sowie den Imperativen zur kreativen Erfindung des eigenen Selbst gelte es sich unbedingt zu entziehen, sobald sie maßlos würden, um stattdessen die eigenen Unzulänglichkeiten, Schwächen und Widersprüchlichkeiten zu akzeptieren. In solchen Impulsen bzw. normalistischen Argumentationsfiguren, die – wie z.B. Diederich Diederichsen im Sammelband *Kreation und Depression* – die „De-Ökonomisierung der Seele“ (Diederichsen 2011: 127) fordern, konvergieren das Kreativitätsdispositiv und seine Kritiken (vgl. ebenso Kurianowicz 2011).

## Kreativität als Problematisierungsfeld

Um Kreativitätskritik als Teil des Kreativitätsdispositivs in den Blick zu nehmen, schlage ich vor, das aktuelle kreative Selbstverhältnis in engem Anschluss an Foucaults Begriff der Problematisierung – wie er ihn in *Der Gebrauch der Lüste* entfaltet – zu untersuchen. Im Zentrum steht hier für Foucault die Frage „wie sich in den modernen abendländischen Gesellschaften eine ‚Erfahrung‘ konstituiert hat, die die Individuen dazu brachte, sich als Subjekte einer ‚Sexualität‘ anzuerkennen“ (1989: 10). Die Genealogie dieser Erfahrung, so führt er aus, vollzieht sich als Problematisierung, also als Veränderung von Praxisarsenalen und deren wissens- bzw. diskursbasierter Re-Formierung (vgl. ebd., 19f.). Erfahrungen und Problematisierungen konstituieren folglich im Wechselspiel die Genealogie von Selbstverhältnissen. Analog halte ich es für sinnvoll, Kreativität als Erfahrungsmodus und als „Problematisierungsfeld“ (ebd., 51), das Subjekte mit einem kreativen Selbstverhältnis hervorbringt, zu untersuchen. Eine solche Perspektive ermöglicht, die Kreativitätskritiken und ihre problematisierende Sorge um spätmoderne, prekarierte Subjekte als *Teil* des Kreativitätsdispositivs zu denken. Sie erfordert und ermöglicht darüber hinaus, die von Foucault herausgestellten vier Aspekte eines Selbstverhältnisses und ihre je unterschiedliche Diskursivierung zu untersuchen: erstens seine *Teleologie*, zweitens seine *Ontologie* (also die Substanz als der Teil des Selbst, der in Praktiken des Selbst bearbeitet werden soll), drittens seine *Deontologie* (womit auf die Frage geantwortet wird, in wessen Namen, mit welchem Kalkül, gemäß welchen Prinzips die Selbstbearbeitung erfolgt) und viertens die *Askese* (die konkrete Arbeit, die das Subjekt an sich selbst vornehmen muss und die einer bestimmten Haltung sich selbst gegenüber folgt) (vgl. ebd.: 36–45). Hinzuzufügen wäre die Frage nach den *As-Soziationen*, also den Formen kollektiver Zusammenschlüsse „jenseits einzelner Klassen, Schichten oder Bevölkerungsgruppen, gerade auch jenseits einer intern dominierenden Klasse“ (Link 2016: 10), die den jeweiligen Varianten des kreativen Subjekts entsprechen. Auf diese Weise lassen sich die verschiedenen Kräftelinien, die das Problematisierungsfeld des kreativen Subjekts durchziehen und die Dynamik von De- und Reterritorialisierung bedingen, nach unterschiedlichen

Wissensbereichen, die je unterschiedliche Selbstverhältnisse implizieren, systematisieren.

Tabelle 1: Kräftelinien im Problematisierungsfeld der Kreativität

Wissensbereich / Diskurs	Ontologie / Substanz	Deontologie / Modus	Asketik / Haltung	Teleologie	As-Sociation
Ökonomie / Consulting	Denken; Kompetenz; Strukturen ...	Wettbewerb ...	Human-kapital; Wachstum ...	Unterneh-mehrishes Selbst; Berater ...	Team; Unterneh-men ...
Psychologie / Pädagogik	Psyche; Affekte; Seele ...	Wohlbefin-den; Natur; Menschlich-keit ...	List; Reflexion; Selbster-kennnis; Konsum ...	Ganzheit-lichkeit; Balance; Coach; Kind ...	Gesellschaft; organische Gemein-schaft / Familie; ...
Ästhetik	<i>Aisthesis</i> ...	Schönheit; Originalität; Singularität ...	Spiel; Zweck-freiheit ...	Designer; Künstler; (Kind) ...	Bohème; ,Bobos‘; <i>Community</i> ; Menschheit
Informatik / Kybernetik	Denken ...	Optimierung; Machbarkeit; Verein-fachung ...	Life-Hack; Trick; <i>Shortcut</i> ...	Hacker; Entwickler ...	Crowd ...
...	...	...	...	...	...

Quelle: Eigene Darstellung

Eine genauere Systematisierung würde den Rahmen eines Aufsatzes sprengen. Die heuristische Tabelle soll an dieser Stelle erst einmal deutlich machen: Das vielbeschworene unternehmerische Selbst ist das Telos *einer*, nämlich der ökonomischen, Linie innerhalb des Problematisierungsfeldes der Kreativität. Andere Linien, die

anderen Wissensbereichen wie der Psychologie entstammen, implizieren andere Teloi, was im Resultat zu Überdeterminierungen und Friktionen führt. Das kreative Selbst ist folglich ein umkämpftes Terrain, in dem außerdem bestimmte, Machtverhältnisse fortschreibende Regelmäßigkeiten und Hierarchien hartnäckig persistieren. Alle tabellarisch aufgeführten Linien konstituieren auch in den Lifestylemagazinen das Problematisierungsfeld des kreativen Selbst. Sie laufen teils parallel, kreuzen, überlagern oder verbinden sich. Kreativitätskritische Diskurse wiederum koppeln sich an unterschiedliche Linien und werden dabei selbst zum Teilmechanismus des Problematisierungsfeldes, insofern auch sie Teil eines allgemeinen ‚Willens zum Wissen‘ (vgl. Foucault 1983) sind und, wie anfangs herausgestellt, pragmatisch aufgegriffen und appliziert werden. Gerade durch diese vieldimensionale Problematisierung wird Kreativität als aktuelle Erfahrung konstituiert und zum Objekt der Sorge (im Sinne von ‚sich sorgen um‘ wie ‚sorgen für‘) gemacht. Dabei setzen die Relationen und Friktionen der unterschiedlichen Linien aus Wissensbereichen, Machttypen und Subjektivierungsformen die Dynamik von De- und Reterritorialisierung in Gang.

### **Kreativität und Elternschaft: Diskursive De- und Reterritorialisierung**

*Nido* ist thematisch relativ dominant darauf ausgerichtet, Kreativität als Lösungsstrategie bei der Vereinbarung von flexibilisierter Arbeit und Elternschaft bzw. staatlichen Rahmen der Kinderbetreuung darzustellen. ‚Kreativität‘ bedeutet hier also erst einmal das Vermögen des unternehmerischen Selbst, *employability* und Humankapital zu sichern und stellt somit eine dem Zustand der Flexibilisierung und Entgrenzung von Arbeit und Leben entsprechende Kompetenz dar – durchaus im Sinne Bröcklings, von Ostens u.a. Dasselbe Vermögen wird jedoch ab- bzw. angerufen, um sich dem Leistungsdruck in der Wettbewerbsgesellschaft zu *entziehen*. Das Feature „Mach mal halblang!“ der Maiausgabe von 2017, das Zahlen, Fakten und arbeitsrechtliches Wissen zur Teilzeitarbeit versammelt, ist beispielsweise mit einer Fotografie illustriert, auf der ein mit Hemd und Krawatte bekleideter Mann in einem büroähnlichen Raum konzentriert auf sein Notebook schaut. Draußen ist es dunkel und auf seinen Schultern sitzt ein Kleinkind mit Spielzeug in den Händen, den Blick ebenfalls auf den Bildschirm gerichtet (vgl. *Nido* 5/2017: 84). Hier wird kein heroischer oder euphorischer, unternehmerischer Vater präsentiert, der spielerisch und mühelos Kinderbetreuung und Arbeit jongliert, sondern ein prekarisiertes Subjekt, das durch die Doppelbelastung von Stress bedroht ist, wie der angestrengte Gesichtsausdruck und die kühle Farbgebung indizieren und der Untertitel expliziert: „Zuhause bleibt alles liegen und die Kinder sieht man nur noch abends. Es gibt genug gute Gründe, um in Teilzeit zu arbeiten“ (ebd.). Diese

Bedrohung durch Stress ruft *Nido* in regelmäßigen Abständen auf – so im Juni 2012 mit dem Titelthema „Wir arbeiten zu viel“ (*Nido* 6/2012: 38). Unter dem Titel „So wollen wir arbeiten!“ (*Nido* 11/2014: 60) werden im Oktober 2014 Forderungen an Wirtschaft und Politik gestellt, die auf eine andere, den Bedürfnissen von Familien entsprechende Flexibilisierung des Arbeitsmarktes zielen (Teilzeit, Gleitzeit, mehr Kitaplätze, andere Öffnungszeiten etc.). Vor allem der individuelle, subjekttechnologischer und auf Renormalisierung zielende Umgang mit stressinduzierten psychopathologischen Symptomen wird jedoch immer wieder hervorgehoben: Es gilt, durch clever-kreative Organisation Freiräume für Familienzeit zu schaffen und sich den Anrufungen als permanent mobilisiertes, leistungs- und konkurrenzberechtigtes Subjekt zu entziehen. *Nido* gibt hier „Tipps für weniger Arbeit und mehr Leben“ (*Nido* 5/2017: Cover), ein Leben, das dann wiederum – so suggerieren die zahlreichen DIY-Features – mit kreativen Tätigkeiten gefüllt werden kann oder soll. Aber auch Entspannungspraktiken oder funktionales Nichts-Tun werden als alternative Selbstpraktiken angeboten, wie es z.B. *Lille Nord* in einer Kindermodestrecke mit der Überschrift „Lazy Days“ (*Lille Nord* 1/2014: 142) ins (idealisierende) Bild setzt. Insgesamt also, so suggeriert das *Nido*-Programm, erfordert das kreative Meistern von Beruf und Familie das Abrufen von Wissensbeständen und deren pragmatische und einfallsreiche Applikation auf den eigenen Alltag, um insgesamt das Verhältnis von Arbeit und Leben jenseits vorgegebener Schemata und Zwänge zu gestalten und Rückzugsräume jenseits permanenter Erreichbarkeit zu schaffen.

Einem solchen Kreativitätsverständnis steht die Subjektivierung des Designers näher als die des (vom Managementdiskurs vereinnahmten) Künstlergenies,<sup>9</sup> da hier Gegebenes bzw. Gegebenheiten im Hinblick auf ihren Gebrauchswert gestaltet werden sollen. Im gegenwärtigen Design-Diskurs sowie im populärwissenschaftlichen und journalistischen Interdiskurs gibt es mindestens zwei Versionen, den\*die Designer\*in als Telos eines Selbstverhältnisses zu denken: Erstens proliferiert derzeit der Begriff ‚Design Thinking‘, der die Arbeitsweise bzw. das ‚Mindset‘ der Designer\*innen als Leitmodell für Innovation beansprucht: Dirk Baecker fordert Design Thinking in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* als neues Leitprinzip für Wissenschaft und Bildung (vgl. Baecker 2017); Unternehmensberatungen bewerben es als Innovationsmethode; Hochschulen richten Bachelor- und Masterstudiengänge dieses Namens ein (vgl. „Design Thinking Macromedia“; „Design

9 Sowohl bei Boltanski und Chiapello als auch in Reckwitz' *Die Erfindung der Kreativität* wird der Leitfigur des Künstlers und ihrer Entstehung und Entwicklung aus dem romantischen Originalgenie und der Counter Culture der 1960er und 1970er Jahre eine zentrale Funktion in der Entwicklung des Kreativitätsdispositivs eingeräumt (vgl. Boltanski/Chiapello 2003: 81f.; Reckwitz 2012: 103f.; Glinzer/Hülk/Zimmermann 2014).

Thinking“) und konzipieren Design Thinking zugleich als Modell einer Lebensform. So heißt es auf der Homepage der ‚Innovationsschule‘ School of Design Thinking in Potsdam: „Was ursprünglich als Innovationsmethode für Produkte und Services in Stanford entwickelt wurde, avanciert heute zu einer ganz neuen Art, den Menschen in Bezug zur Arbeit zu sehen, das Konzept der Arbeit zu denken und zu fragen, wie wir im 21. Jahrhundert leben, lernen und arbeiten wollen“ („Design Thinking“). Ganz im Sinne Bröcklings geht es hier offenbar um regierende Mobilisierung von Kreativität (vgl. Bröckling 2013: 142), allerdings in Abgrenzung zu sog. klassischen Innovations- und Managementmodellen, da sich das Design Thinking komplexen und diffusen Problemen widme, denen nicht standardisiert, sondern nur experimentell und empathisch begegnet werden könne (vgl. Uebernickel et al. 2015: 16–23).

In einer anders gelagerten, zweiten Version des Designbegriffs erhält der Gebrauchswert des gestaltenden Tuns sein normatives Leitbild im ‚guten Leben‘. Damit geht häufig eine anthropologisierende Entgrenzung des Designbegriffs einher, wie etwa bei Friedrich von Borries, der Design bzw. Gestaltung als menschliches Alleinstellungsmerkmal konzipiert (vgl. von Borries 2016: 13). Auch jenseits von Anthropologisierungen bilden Designer aktuell (etwa im Konzept des *Social Design*) ein Subjektmodell für weltverbessernde Kreative und das ‚gute Leben‘ unter Bedingungen von zunehmender Komplexität, Globalisierung, Vernetzung, Beschleunigung und deren bedrohlichen Begleiterscheinungen wie Krisen, Kriegen und Klimawandel (vgl. Hassan 2014; Yelavich/Adams 2014; Banz 2016).

Die kreative Lebensgestaltung von berufstätigen Eltern, wie sie Lifestylemagazine wie *Nido* und *Lille Nord* präsentieren, entspricht einem solchen problemlösenden Gestalten komplexer, ja bedrohlicher Situationen – sie wird jedoch, anders als beim *Social Design*, eng mit einem psychologischen Kreativitätsverständnis gekoppelt, in dem Wohlbefinden und innere Balance diejenigen Kategorien darstellen, an denen sich das kreative Lebensdesign teleologisch ausrichtet. ‚Lebenskunst‘ erhält dann ausgesprochen privatistische Konturen, die den kreativen Impuls durch die oben skizzierten Aktivierungs- und Rekreationspraktiken reterritorialisierend auf die Gestaltung der eigenen inneren Balance zentrieren. Konsum- und DIY-Praktiken sollen dazu dienen, im Alltag die eigene Wahrnehmung bzw. *ais-thesis* zu gestalten, um die Lebensqualität zu erhöhen. Die fotografischen ‚Technobilder‘ (vgl. Flusser 1993: 153) der Magazine weisen diesen Wahrnehmungsmodus als höchst ästhetisierten Blick mit ausgeprägtem Verschönerungswillen aus. Das Leben wird gewissermaßen zum Stillleben, das in den Fotografien als durchkomponiertes Arrangement von alltäglichen Gegenständen, Räumen und abseitigen Details allerdings so ausgestellt wird, dass ihre Arrangiertheit zugunsten eines Authentizitätseffektes in den Hintergrund rückt (vgl. hierzu genauer Maaß 2017).

Die pragmatische, kreative Bewältigung des Alltagslebens koppelt sich aber auch an die Problematisierungslinie der Digitalisierung bzw. Cyber-Technologie und ihre Leitfigur des Hackers oder Entwicklers, insofern sich die eingangs konstatierte Operativität der Magazine in einem Medienverbund entfaltet. Die Magazine geben nicht nur immer wieder Hinweise auf nützliche oder unterhaltsame Blogs, Webseiten oder Apps, sie sind auch selbst auf crossmediale Nutzung angelegt – entweder durch ein zugehöriges, erweitertes Webseiten-Angebot oder durch parallele Bereitstellung der Inhalte in einer App oder als E-Paper. Entsprechend ist die visuelle Gestaltung der Journal-Seiten dominant grid-basiert, d.h. die Text- und Bild-Elemente sind einem Gestaltungsraster aus horizontalen und vertikalen Linien gemäß über die Seiten verteilt, wobei es sich um mehr als einen rein visuell-ästhetischen Trend handelt. Das Grafikdesign der 1960er bis 1980er Jahre, insbesondere verkörpert durch Joseph Müller-Brockmann, begründete derartige Raster einerseits wahrnehmungs- und kommunikationsökonomisch, andererseits aber auch ethisch und politisch als „Ausdruck einer bestimmten geistigen Haltung, [...] eines Berufsethos“ (Müller-Brockmann 1981: 10) und als Beitrag zum kulturellen und politischen Leben (vgl. ebd.).<sup>10</sup> Mit dem aktuellen, responsiven Webdesign erlebt das – nun digitale – Gestaltungsraster eine Renaissance, auch weil es die Transgression eines Layouts zwischen Medien und zwischen unterschiedlichen Endgeräten bzw. Bildschirm-Größen technisch ermöglicht (vgl. Soegaard 2019). Im subjekttechnologischen Kontext der Lifestylmagazine betrachtet, hat deren rasterbasierte visuelle Gestaltung mit ihrem Impetus der Überführung von Komplexität in flexible Handhabbarkeit und Ordnung somit auch eine wahrnehmungs-, handlungs- und denkpragmatisch modellhafte Dimension und impliziert ein effizienzorientiertes, zweckrationales Kreativitätsverständnis.

Besonders deutlich wird dieses praxeologische Prinzip der Vereinfachung in *Nido* an der Rubrik „Wissenswert. Gut zu wissen – schön zu wissen“, die in jeder Ausgabe Produkt- oder Verhaltenshinweise und verstreute Wissenspartikel mit dem Anspruch des Nützlichen oder Erstaunlichen und Amüsanten versammelt und die kurzen Texte dem Gestaltungsraster der Seite entsprechend anordnet. Paradigmatisch ist der Hinweistext „Aufkleber und Appetit“ (*Nido* 5/2017: 12), der eine Studie anführt, der zufolge Kinder, wenn man sie mit Aufklebern für das Essen einer Gemüsesorte belohne, nach einem Monat nachweisbar und von allein mehr Gemüse dieser Sorte äßen. *Nido* konstatiert: „Erst Trickkiste, dann Gemüsekiste“ (ebd.). Der ‚Trick‘ ist ein äußerst treffender Begriff für einen kreativen Handlungsmodus in Bezug auf Lebensgestaltung im Allgemeinen und Erziehung im Beson-

10 „In strenger formaler und systematischer Arbeit sind die Forderungen nach Offenheit, Transparenz und Verflechtung aller Faktoren, die auch im politischen Leben der Gesellschaft von erstrangiger Bedeutung sind, enthalten“ (Müller-Brockmann 1981: 10).

deren, der mit dem aktuellen, der Entwickler\*innenszene entstammenden, populärkulturellen Trend des *Life Hacks* konvergiert. Mit ‚Life Hack‘ werden kleine, clevere und überraschende bzw. überraschend einfache – eben ‚kreative‘ – Lösungen für Alltagsprobleme bezeichnet, die häufig auf Effizienz zielen (vgl. „Trick 17 – 365 geniale Alltagstricks“). Der Entwickler und Journalist Danny O’Brien prägte den Begriff zur Bezeichnung von Mini-Programmen, die innerhalb von größeren Systemen individuelle Optimierungen bzw. *shortcuts* („Abkürzungen“) vornehmen und konzipiert diese trickreiche Praxis zugleich als strategisches Modell für moderne Praktiken des Selbst:

„[M]odern life is just this incredibly complex problem amenable to no good obvious solution. But we [...] can make little shortcuts. [...] So the idea of life hacks is just really appealing [...], because it’s an expression of this huge hope that you can actually hack life in this way, that you might make it a bit more bearable without having to swallow or understand the whole thing.“ (Trapani 2005)

Programmatisch für den *Life Hack* (und ebenso für eine spezifische Spielart kreativen Denkens wie Handelns bzw. Erziehens) ist demnach die (affirmierende) Annahme eines komplexen, ja undurchschaubaren Status Quo. Dieser kann nur mehr durch mikrologische, lokale, nicht-systematische Eingriffe verändert werden, die dem Einzelnen punktuelle Erleichterungen verschaffen. Wie populär der *Life Hack* aktuell ist, zeigen Websites wie [easyhack.de](http://easyhack.de), die solche Kniffe für die divergentesten Bereiche des Alltags sammeln. *Life Hacks* für das Leben mit Kindern zeichnen sich dadurch aus, dass die Kunstgriffe im Rahmen des Verhältnisses von Kind und Erziehendem hauptsächlich darin bestehen, unangenehmen, anstrengenden, potenziell schwierigen Situationen durch Überlistung des Kindes aus dem Weg zu gehen. Beispiele hierfür sind etwa die Ratschläge, Hustensaft in eine leere Pepsidose umzufüllen, die eigenen (verbotenen) Süßigkeiten in Tiefkühlkost-Beutel umzufüllen, um unentdeckt hineingreifen zu können etc. (vgl. „Parenting hacks“; „Funny parenting tips“).

Kritisches oder gar politisches Potenzial kann diesem Kreativitätsmodell nur begrenzt attestiert werden. Dies liegt zum einen an der fehlenden analytischen Perspektive bzw. seiner dezidierten programmatischen Punktualität, zum anderen an der kontingenztoleranten Haltung, gegebene Verhältnisse als Maßstab der Selbst-Adjustierung zu akzeptieren. Diese Akzeptanz betrifft auch Machtverhältnisse, was sich hinsichtlich kreativer Erziehung nicht zuletzt darin zeigt, dass ein wiederkehrendes Thema in Blogs oder Ratgebern das kreative Sanktionieren ist: Hat der Sohn etwa durch Unachtsamkeit seine Brotdose verloren, so gebe man ihm am nächsten Tag eine rosa Prinzessinnen-Box mit – die Peinlichkeit werde ihn lehren, auf seine Dinge acht zu geben (vgl. Gans 2012). Derartige Sanktionsideen ließen sich sam-

meln und auf Zetteln notiert in einer ‚Strafzettel-Box‘ aufbewahren, aus der das Kind, wenn es sich danebenbenommen hat, eine Strafe ziehen muss (vgl. Strunk 2016). Auch in der weniger humorvollen, ernsthafteren Variante pädagogischer Erziehungsratgeber, die dazu anregen, mit kreativen Anreizmethoden zu arbeiten (Sticker oder kleine Belohnungen für gutes Betragen) und bei schlechtem Benehmen das Kind zu überraschen, um so negative Muster zu durchbrechen, ist der kreative Trick vorrangig ein Modus, um Widerständigkeiten, Friktionen und Störungen zu überwinden. Das Machtverhältnis zwischen Erziehendem und Kind wird so letztlich aufrechterhalten und lediglich das Leidenspotenzial der Beteiligten, vor allem der Erwachsenen, minimiert. Zusammengefasst wird diese Haltung im Erziehungsratgeber der Schweizer Psychologin und Jugendcoachin Sarah Zanoni *Kreativ erziehen. Kinder gezielt fördern und stärken*: „Beobachten Sie bei sich selber negative Gefühle, wenn Sie an die nächste Auseinandersetzung denken? Versuchen Sie [...] sich [zu] sagen: ‚Wart du nur, mein Kind. Dich werde ich überlisten‘“ (2012: 22).

Während in dieser Variante des kreativen Erziehens ein negatives Bild des Kindes als defizitäres Wesen zum Ausdruck kommt, rekurriert ein großer Teil des gegenwärtigen Erziehungsdiskurses auf ein entgegengesetztes Bild, das genealogisch u.a. an das *creative-parenting*-Konzept des amerikanischen Kinderarztes William Sears anschließt. Dieser lehrt anstelle rationalisierter Erziehung eine intuitionsgeleitete, situative ad-hoc-Pädagogik (vgl. Sears 1987). Seinen Überlegungen liegt eine biologistisch-essenzialistische Konzeption der Mutter-Kind-Beziehung und eine anthropologisierende Konzeption von Kreativität als intuitiv-affektivem Denken und Handeln sowie ein romantisiertes Bild des Kindes zugrunde, bei dem eben dieses intuitiv-kreative Potenzial eines unvoreingenommenen, fantasievollen Weltverhältnisses noch nicht zivilisiert und deformiert ist. Analog dazu wird das Kind in *Lille Nord* und *Nido* zum Modell und Operator, indem es auch den überarbeiteten, tendenziell abgestumpften Erwachsenen einen kreativen Wahrnehmungsmodus eröffnet. Diesem Aspekt widmet *Nido* im März 2017 das Feature „33 Dinge, die mit Kindern erst so richtig Spaß machen“, das im Editorial wie folgt angekündigt wird:

„Als Eltern glauben wir ja immer, wir würden unseren Kindern etwas beibringen [...] bis wir beim nächsten Waldspaziergang feststellen, dass unsere Kinder so viel mehr hören, riechen, sehen als wir. Sie helfen uns, die Welt im ganz Großen und ganz Kleinen noch einmal neu zu entdecken – was für eine Chance! In dieser Ausgabe feiern wir die Lust am Neuen, die Lust auf Familie trotz oder gerade wegen all des Irrsinns, der mit ihr verbunden ist.“ (*Nido* 4/2017: 1)

Auch visuell wird das Kind mit kreativem Eigensinn, ver- und bezauberndem Spieltrieb bis hin zu romantisierter Entrückung attribuiert. Einen reterritorialisie-

renden Effekt hat hier die Tatsache, dass solche bildlichen Repräsentationen vor allem in *Lille Nord* dominant innerhalb von Modestrecken oder Einrichtungsfeatures positioniert oder kotextuell von solchen umgeben sind, was den kreativen kindlichen ‚Irrsinn‘ nur in ganz bestimmten Sphären und Praktiken verortet. In der Erstausgabe von *Lille Nord* z.B. wird eine Modestrecke mit dem sich großzügig über eine Doppelseite erstreckenden Schriftzug „A Tribute to Sally Mann“ (*Lille Nord* 1/2014: 50–51) betitelt. Die amerikanische Fotografin Sally Mann wurde vor allem durch ihre Arbeit *Immediate Family* bekannt, in der sie das Aufwachsen ihrer Kinder fotografisch dokumentierte. Der Werbetext des Bildbandes auf der Verlags-homepage attestiert den Schwarz-Weiß-Fotografien Intimität und universale Geltung hinsichtlich des „eternal struggle between the child’s simultaneous dependence and quest for autonomy – the holding on and the breaking away“ („Immediate Family“). Die Ästhetik der Fotos evoziert entsprechend – durch Komposition, Hell-Dunkel-Kontrast, Posen und Mimik der abgebildeten Kinder – die Atmosphäre einer den Erwachsenen fremden, kindlichen Welt. *Lille Nord*s Fotostrecke greift, abgesehen von der Farbgebung, diese formal-ästhetischen Charakteristika auf, jedoch mit einem wichtigen Unterschied: Die Kinder der *Lille-Nord*-Fotostrecke sind durchweg bekleidet – und zwar mit hochpreisiger Kleidung, deren Marken unter den Bildern aufgelistet werden. Konsum wird so als die vorrangige Praxis suggeriert, die kindliche Kreativität und Ursprünglichkeit pragmatisch zu applizieren erlaubt.

Hartnäckige essenzialistische und/oder organizistische Residuen prägen auch die As-Sociationsmodelle, die *Nido* und *Lille Nord* visuell und textuell präsentieren: Die bürgerliche Kleinfamilie als natürlicher Zusammenschluss ist omnipräsent und wird auf jedem *Nido*-Cover in Szene gesetzt. Dabei wird deutlich auf Anschlussfähigkeit beim Lesepublikum gezielt, da ebenfalls jedes Heft mit der Rubrik „Ihr seid Nido“ beginnt. Hier beantworten vier fotografisch abgebildete Leser\*innenfamilien fünf (immer gleiche) Fragen, die in ihrer Modellhaftigkeit zugleich die Familie als Objekt und Subjektivierungsmodus diskursiv mithervorbringen. Visuell repräsentieren Vater, Mutter und zwei bis drei Kinder die normale Kleinfamilie, das Höchstmaß an Abweichung oder Hybridität stellen gelegentlich auftauchende Alleinerziehende oder Patchwork-Familien dar. Homogenität durchzieht die Bildgestaltung der Zeitschriften auch bezüglich *race* und *class*: Die abgebildeten Personen entstammen der weißen Mehrheitsgesellschaft sowie der Mittelschicht, sind beruflich häufig in der Kreativwirtschaft angesiedelt und folglich repräsentativ für die „neue Mittelklasse“ (Reckwitz 2017: 24) als wichtigste Träger\*innengruppe „eines singularistischen Lebensstils“ (ebd.).

## Schluss

Die skizzierten Befunde weisen darauf hin, dass Kreativität im Lifestyle-Diskurs vertikal stratifiziert ist (vgl. ähnlich Lazzarato 2016: 378f.). Fragen nach dem Verhältnis von Kreativität, transversaler Prekarisierung und dem kritischen Potenzial von Kreativität müssten diese Machtachse unbedingt mitbedenken. Strataübergreifende Prekarisierung zu identifizieren, genügt als kritischer Ansatzpunkt nicht; vielmehr müssten in einem ersten Schritt strataspezifische Prekarisierungs- und Flexibilisierungsphänomene differenziert (vgl. Link 2013: 100) und in ihren Relationen und funktionalen Zusammenhängen analysiert werden.

Meines Erachtens überbetont die gegenwärtige neoliberalismuskritische Formation – dabei durchaus an Bröcklings unternehmerisches Selbst anknüpfend – die Subjektivierung der ‚*overemployed*‘ (vgl. Tam 2010), wodurch minoritäre und subalterne Subjektivitäten, unterschiedliche Formen der Prekarisierung und residuale vertikale Macht- und Herrschaftsverhältnisse (wie etwa diejenigen zwischen Erwachsenen und Kindern, Geschlechtern, Nationalitäten etc.) vernachlässigt werden. Hartmut Rosa beispielsweise schreibt im Suhrkamp-Sammelband *Was ist Kritik?*:

„Wenn sich ein totalitäres Regime etwa dadurch auszeichnet, dass seine Untertanen nachts schweißgebadet, mit rasendem Puls und dem Gefühl einer unerträglichen Last auf der Brust, ja: mit existentieller Angst, aufwachen, dann leben wir unter einem totalitären Steigerungsregime: Vermutlich kennen die Bürger spätmoderner, liberalkapitalistischer Gesellschaften dieses Gefühl in weit höherer Zahl und in größerem Maße als die Untertanen fast aller politischer Diktaturen.“ (2009: 40)

Nicht nur wird in dieser Art der auf Sozialpathologien fokussierten Neoliberalismuskritik die Differenz zwischen Herrschaftsformen eingegebenet, sondern auch die westlichen Sozialpathologien und Überforderungsphänomene zum drängendsten Problem ‚geadelt‘. Überblickt man den Großteil der gegenwärtigen Lifestylemagazine, kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass hier, ähnlich wie im Rosa-Zitat, eine Nabelschau der Privilegierten betrieben wird. Kreativität erscheint in diesem Kontext als ebenso privilegierte Ressource des trickreichen Überlebens in allerdings recht starren Rahmen, betrachtet man etwa den Familialismus und die Genderstrukturierung des Kreativitätsdispositivs. Mit Rancière gesprochen perpetuiert das Problematisierungsfeld der Kreativität auf diese Weise herrschende Aufteilungen des Sinnlichen (vgl. Rancière 2008) mit ihren Zuteilungen von Zeiten, Orten und Praktiken. Eine Kreativitätskritik, die davon ausgeht, dass sich das „Verhältnis von Norm und Abweichung“ (von Osten 2003: 7) unter den Bedingungen einer „deregulierten Ökonomie“ (ebd., 8) verkehrt habe, dass die gegenwärtigen

kreativen Subjekte „einfach die Verbreitung immaterieller Arbeit spiegeln“ (Tsianos/Papadopoulos 2016: 298) und dass der gegenwärtige Lifestyle-Diskurs seinerseits Repräsentationen dieser Subjektivitäten zirkulieren lässt, erscheint vor diesem Hintergrund zu einfach. Vielmehr ist mit Tsianos und Papadopoulos die Aufmerksamkeit auf das „*Zusammenspiel* zwischen der Wertschöpfung in und mit der immateriellen Arbeit und dem Ergebnis der Inkonsistenzen, der Formen der Unterdrückung und Herrschaft, die sie betreffen“ (ebd., 299, Herv. S.M.) zu richten – mithin auf die friktionsreiche, aber gerade dadurch produktive Kombination von vielfältigen, de- und reterritorialisierenden Kräftelinien im Problematisierungsfeld der Kreativität.

## LITERATUR

- Baecker, Dirk (2017): „Die Welt will gestaltet werden“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 23.04.2017, S. 4.
- Banz, Claudia (2016): *Social Design. Gestalten für die Transformation der Gesellschaft*, Bielefeld: transcript.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2003): *Der neue Geist des Kapitalismus*, (frz. 1999), Konstanz: UVK.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève/Moulier Boutang, Yann (2016): „Für eine Erneuerung der Sozialkritik“, in: Wuggenig/Raunig (Hg.), *Kritik der Kreativität*, S. 333–356.
- von Borries, Friedrich (2016): *Weltentwerfen. Eine politische Designtheorie*, Berlin: Suhrkamp.
- Bröckling, Ulrich (2016): *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Lebensform* [2007], Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Ders. (2013): „Kreativität“, in: Ders./Susanne Krasmann/Thomas Lemke (Hg.), *Glossar der Gegenwart* [2007], Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 139–144.
- Deleuze, Gilles/Parnet, Claire (1980): *Dialoge*, (frz. 1977), Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- „Design Thinking“, <https://hpi.de/school-of-design-thinking/design-thinking.html>
- „Design Thinking Macromedia“, <http://www.macromedia-fachhochschule.de/master/design-thinking-en-ma.html>
- Diederichsen, Diedrich (2011): „Kreative Arbeit und Selbstverwirklichung“, in: Christoph Menke/Juliane Rebentisch (Hg.), *Kreation und Depression*, Berlin: Kadmos.
- „easy hack“, <https://easyhack.de/>
- Flusser, Vilém (1993): *Lob der Oberflächlichkeit. Für eine Phänomenologie der Medien*, Bensheim/Düsseldorf: Bollmann.

- Foucault, Michel (1983): *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit 1*, (frz. 1976), Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Ders. (1989): *Der Gebrauch der Lüste. Sexualität und Wahrheit 2*, (frz. 1984), Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Ders. (2004): *Geschichte der Gouvernementalität II. Die Geburt der Biopolitik. Vorlesung am Collège de France 1978/1979*, (frz. 2004), Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- „Funny parenting tips“, <https://www.boredpanda.com/funny-parenting-tips-and-life-hacks/>
- Gans, Joshua (2012): „The Rise Of The Creative Parent“, <https://www.forbes.com/sites/joshuagans/2012/03/09/the-rise-of-the-creative-parent/> vom 09.03.2012.
- Glinoyer, Anthony/Hülk, Walburga/Zimmermann, Bénédicte (2014): „Kulturen des Kreativen – Historische Bohème und zeitgenössisches Prekariat“, in: *Trivium* [Online] 18, <http://trivium.revues.org/4997> vom 22.12.2014.
- Hassan, Zaib (2014): *The Social Labs Revolution: A New Approach to Solving Our Most Complex Challenges*, San Francisco: Berrett-Koehler.
- „Immediate Family“, <https://aperture.org/shop/books/sally-mann-immediate-family-book>
- Knauß, Ferdinand (2012): „Wenn die Arbeit die Liebe frisst“, <https://www.wiwo.de/erfolg/beruf/familie-und-beruf-wenn-die-arbeit-die-liebe-frisst/7185014.html> vom 27.09.2012.
- Kobuss, Joachim/Bretz, Alexander (2017): *Erfolgreich als Designer – Designbusiness gründen und entwickeln* [2010], Barcelona/Basel/New York: Birkhäuser.
- „Kreativität trifft Klugheit“, <https://www.fazquarterly.de/f-a-z-quarterly-2-2/>
- Kurianowicz, Tomasz (2011): „Schöne neue Arbeitswelt“, <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/rezensionen/sachbuch/c-menke-und-j-rebentisch-hrsg-kektion-und-depression-schoene-neue-arbeitswelt-1642989.html> vom 23.05.2011.
- Lazzarato, Maurizio (2016): „Die Missgeschicke der ‚Künstlerkritik‘ und der kulturellen Beschäftigung“, in: Wuggenig/Raunig (Hg.), *Kritik der Kreativität*, S. 373–396.
- Link, Jürgen (2006): *Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird* [1996], Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Ders. (2005): „Warum Diskurse nicht von personalen Subjekten ‚ausgehandelt‘ werden. Von der Diskurs- zur Interdiskurstheorie“, in: Reiner Keller et al. (Hg.), *Die diskursive Konstruktion von Wirklichkeit*, Konstanz: UVK, S. 77–100.
- Ders. (2013): „Flexibilisierung minus Normalität gleich Prekarität. Überlegungen über Prekarisierung als Denormalisierung“, in: Oliver Marchart (Hg.), *Facetten der Prekarisierungsgesellschaft: Prekäre Verhältnisse. Sozialwissenschaftliche Perspektiven auf die Prekarisierung von Arbeit und Leben*, Bielefeld: transcript, S. 91–106.

- Ders. (2016): „Normalismus und Antagonismus in der Postmoderne. Auch ein Beitrag zur Diagnose der Krise“, in: *kultuRRevolution* 70, H. 1, S. 7–56.
- Maaß, Sarah (2017): „Wer hat Angst vorm schwarzen Loch? (Re)Normalisierung und Lebenskunst in aktuellen Lifestylmagazinen“, in: Corinna Schlicht/Christian Steltz (Hg.), *Narrative der Entgrenzung und Angst. Das globalisierte Subjekt im Spiegel der Medien*, Duisburg: Universitätsverlag Rhein-Ruhr, S. 55–77.
- Matheis, Katharina (2017): „Unheimlich unabhängig“, in: *Wirtschaftswoche* 39 vom 15.09.2017, S. 20–26.
- Müller-Brockmann, Joseph (1981): *Rastersysteme für die visuelle Gestaltung*, Stuttgart: Gerd Hatje.
- von Osten, Marion (2003): „Einleitung“, in: Dies. (Hg.), *Norm der Abweichung*, Zürich: Edition Voldemeer, S. 7–18.
- „Parenting hacks“, <https://www.boredpanda.com/parenting-hacks-tricks-tips/>
- Preisinger, Alexander (2015): *Neoliberale Ökonomie erzählen. Eine narratologisch-diskursanalytische Untersuchung der Kapitalismuskritik in der deutschsprachigen Literatur der 2000er Jahre*, Heidelberg: Synchron.
- Rancière, Jacques (2008): *Die Aufteilung des Sinnlichen. Die Politik der Kunst und ihre Paradoxien*, (frz. 2000), Berlin: b\_books.
- Ders. (2016): *Der Hass der Demokratie*, (frz. 2005), Köln: Walther König.
- Reckwitz, Andreas (2012): *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*, Berlin: Suhrkamp.
- Ders. (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Berlin: Suhrkamp.
- Rosa, Hartmut (2009): „Kritik der Zeitverhältnisse. Beschleunigung und Entfremdung als Schlüsselbegriffe einer erneuerten Sozialkritik“, in: Rahel Jaeggi/Tilo Wesche (Hg.), *Was ist Kritik?*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 23–54.
- Schmidt, Petra (2015): *Total Quality Mama. Mutterschaft aus der Perspektive Arbeit*, München: Herbert Utz.
- Schnaas, Dieter/Schwarz, Christopher (2014): „Die eingesparte Zeit ist im Eimer“. Interview mit Hartmut Rosa“, <https://www.wiwo.de/erfolg/beruf/hartmut-rosa-die-ingesparte-zeit-ist-im-eimer/9229108.html> vom 01.01.2014.
- Schüle, Christian (2017): „Urlaub für immer“, in: *Cicero* 8, S. 17–27.
- Sears, William (1987): *Creative Parenting. How to Use the Attachment Parenting Concept to Raise Children Successfully from Birth Through Adolescence* [1982], New York: Dogg Mead.
- Soegaard, Mads (2019): „The Grid System: Building a Solid Design Layout“, <https://www.interaction-design.org/literature/article/the-grid-system-building-a-solid-design-layout>

- Strunk, Judith (2016): „12 kreative Erziehungsmaßnahmen“, [https://www.netmoms.de/magazin/kinder/erziehung/12-kreative-erziehungs-massnahmen/vom 25.03.2016](https://www.netmoms.de/magazin/kinder/erziehung/12-kreative-erziehungs-massnahmen/vom-25.03.2016).
- Tam, Helen (2010): „Characteristics of the underemployed and the overemployed in the UK“, in: *Economic & Labour Market Review* 7, H. 4, S. 8–20, <https://doi.org/10.1057/elmr.2010.92>.
- Trapani, Gina (2005): „Interview: father of ‚life hacks‘ Danny O’Brien“, <https://lifehacker.com/036370/interview-father-of-life-hacks-danny-obrien> vom 17.03.2005.
- „Trick 17 – 365 geniale Alltagstricks“, <https://www.trick17-dasbuch.de/buch/trick-17-365-geniale-alltagstipps/>
- Tsianos, Vassilis/Papadopoulos, Dimitris (2016): „Prekarität: eine wilde Reise ins Herz des verkörperten Kapitalismus, oder: Wer hat Angst vor der immateriellen Arbeit?“, in: Wuggenig/Raunig (Hg.), *Kritik der Kreativität*, S. 297–232.
- Ueberrnickel, Falk/Brenner, Walter/ Pukall, Britta/Naef, Therese/Schindlholzer, Bernhard (2015): *Design Thinking. Das Handbuch*, Frankfurt a.M.: Frankfurter Allgemeine BUCH.
- Wuggenig, Ulf/Raunig, Gerald (Hg.) (2016): *Kritik der Kreativität* [2007], Wien u.a.: transversal texts.
- Yelavich, Susan/Adams, Barbara (2014): *Design as Future-Making*, London: Bloomsbury.
- Zanoni, Sarah (2012): *Kreativ erziehen. Kinder gezielt fördern und stärken*, Zürich: Beobachter.

