

Bibliographie

- Abel, Günther (Hg.) (2005): Kreativität. XX. Deutscher Kongress für Philosophie, 26.-30. September 2005 in Berlin. Berlin: Universitätsverlag TU-Berlin.
- Adam, Barbara (1990): Time and Social Theory. Cambridge: Polity Press.
- adslogans.co.uk (2012): Advertising Slogan Hall of Fame. Online: <http://www.adslogans.co.uk/site/pages/gallery/think-small.8462.php> [Letzter Zugriff: 31.03.2012].
- Althans, Birgit et al. (Hg.) (2008): Kreativität. Eine Rückrufaktion. Zeitschrift für Kulturwissenschaften 3(1). Bielefeld: transcript.
- Alvesson, Mats (1994): Talking in Organizations: Managing Identity and Impressions in an Advertising Agency. In: Organization Studies 15(4): 535-563.
- Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft (1991): Dynamik der Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen im Vergleich. 1. Kulturwirtschaftsbericht 1991/1992. ARCuLT-Report für das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- Atkinson, Paul et al. (Hg.) (2001): Handbook of Ethnography. Los Angeles u.a.: Sage.
- Bachmann-Medick, Doris (2007): Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- Baethge, Martin (1991): Arbeit, Vergesellschaftung, Identität - Zur zunehmenden normativen Subjektivierung der Arbeit. In: Soziale Welt 42(1): 6-19.
- Bambach, Elmar/Marquardt, Julia/Vogel, Birgit (2008): Magazin über Orte (4): Schreibtisch. Berlin.
- Banks, Mark et al. (2002): Where the Art is: Defining and Managing Creativity in New Media SMEs. In: Creativity and Innovation Management 11(4): 255-264.
- Barthes, Roland (1990): Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Baudrillard, Jean (2007): Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Beck, Andrew (2003): Cultural Work: Understanding the Cultural Industries. London, New York: Routledge.

- Becker, Howard S. (1974): Art as Collective Action. In: *American Sociological Review* 39(6): 767-776.
- Becker, Thomas A. (2007): *Kreativität - Letzte Hoffnung der blockierten Gesellschaft?* Konstanz: UVK.
- Bell, Daniel (1976): *Die nachindustrielle Gesellschaft*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Belliger, Andréa /Krieger, David J. (2006): Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. In: Dies. (Hg.): *ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld: transcript, 13-50.
- Benedikt-Jansen, Stephanie (2001): *Kreatives Problemlösen in der Werbebranche: Empirische Studie*. Frankfurt/M.: Peter Lang.
- Berg, Eberhard/Fuchs, Martin (Hg.) (1993): *Kultur, soziale Praxis, Text: Die Krise der ethnographischen Repräsentation*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bergbaur, Andreas (1998): Der Anzug - das ›Karriere Outfit‹. In: Lachmayer, Herbert/Louis, Eleonora (Hg.): *Work & Culture. Büro. Inszenierung von Arbeit*. Klagenfurt: Ritter, 267-274.
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (2003): *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt/M.: Fischer.
- Bergmann, Jörg R. (2000): Konversationsanalyse. In: Flick, Uwe/Kardorff, Ernst von/Steinke, Ines (Hg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 524-537.
- Bergmann, Jörg R. (2006): Studies of Work. In: Rauner, Felix (Hg.): *Handbuch der Berufsbildungsforschung*. Bielefeld: Bertelsmann, 640-646.
- Betz, Fritz/Riegler, Johanna (2003): *Bilder der Arbeit im Spätkapitalismus. Zum strategischen Machtverhältnis von Arbeit, Selbst und Technologien*. Wien: Löcker.
- Beunza, Daniel/Stark, David (2005): How to Recognize Opportunities: Heterarchical Search in a Wall Street Trading Room. In: Knorr-Cetina, Karin/Preda, Axel (Hg.): *The Sociology of Financial Markets*. Oxford: Oxford University Press, 84-101.
- Bilton, Chris (2008): *Management and Creativity. From Creative Industries to Creative Management. With a Foreword by Lord Puttnam*. Malden, USA u.a.: Blackwell.
- Bilton, Chris (2009): Relocating Creativity in Advertising. From Aesthetic Specialisation to Strategic Integration. In: Pratt, Andy C./Jeffcut, Paul (Hg.): *Creativity and Innovation in the Cultural Economy*. London u.a.: Routledge, 23-40.
- Birkigt, Klaus/Stadler, Marinus M./Funck, Hans Joachim (Hg.) (2002): *Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele*. München: verlag moderne industrie.
- Birkner, Martin/Foltin, Robert (2006): *(Post-)Operaismus. Von der Arbeiterautonomie zur Multitude. Geschichte & Gegenwart, Theorie & Praxis. Eine Einführung*. Stuttgart: Schmetterling Verlag.

- Blättel-Mink, Birgit/Hellmann, Kai-Uwe (Hg.) (2010): *Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Böhle, Fritz (2009): Weder rationale Reflexion noch präreflexive Praktik - erfahrungsgeleitet-subjektivierendes Handeln. In: Böhle, Fritz/Wehrich, Margit (Hg.): *Handeln unter Unsicherheit*. Wiesbaden: VS Verlag, 203-228.
- Böhle, Fritz (2010): Arbeit als Handeln. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hg.): *Handbuch Arbeitssoziologie*. Wiesbaden: VS Verlag, 151-176.
- Böhle, Fritz/Bolte, Annegret (2002): *Die Entdeckung des Informellen: Der schwierige Umgang mit Kooperation im Arbeitsalltag*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Böhle, Fritz/Orle, Karin/Wagner, Jost (2012): Innovationsarbeit - künstlerisch, erfahrungsgeleitet, spielerisch. In: Böhle, Fritz/Porschen, Stephanie/Neumer, Judith (Hg.): *Innovation durch Management des Informellen. Künstlerisch, erfahrungsgeleitet, spielerisch*. Berlin u.a.: Springer, 25-44.
- Böhle, Fritz/Porschen, Stephanie/Neumer, Judith (Hg.) (2012): *Innovation durch Management des Informellen. Künstlerisch, erfahrungsgeleitet, spielerisch*. Berlin u.a.: Springer.
- Böhle, Fritz/Wehrich, Margit (Hg.) (2010): *Die Körperlichkeit des Handelns. Soziale Ordnung jenseits von Normen und Institutionen*. Bielefeld: transcript.
- Böhme, Gernot (1995): Atmosphäre als Grundbegriff einer neuen Ästhetik. In: Ders.: *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 21-48.
- Böhme, Hartmut (1998): Das Büro als Welt - die Welt im Büro. In: Lachmayer, Herbert/Louis, Eleonora (Hg.): *Work & Culture. Büro. Inszenierung von Arbeit*. Klagenfurt: Ritter, 95-103.
- Böhringer, Daniela/Wolff, Stephan (2010): Der PC als »Partner« im institutionellen Gespräch. In: *Zeitschrift für Soziologie* 39(3): 233-251.
- Bollig, Sabine (2010): »Ja, ist das jetzt mehr ein Praktikum, oder was?« Feldzugang als situatives Management von Differenzen. In: Heinzl, Friederike et al. (Hg.): *»Auf unsicherem Terrain.« Ethnographische Forschung im Kontext des Bildungs- und Sozialwesens*. Wiesbaden: VS Verlag, 107-116.
- Boltanski, Luc (2010): *Soziologie und Sozialkritik. Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2008*. Berlin: Suhrkamp.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève (2006): *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz: UVK.
- Boltanski, Luc/Thévenot, Laurent (2007): *Über die Rechtfertigung: Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Bolte, Annegret/Neumer, Judith/Porschen, Stephanie (2008): *Die alltägliche Last der Kooperation. Abstimmung als Arbeit und das Ende der Meeting-Euphorie*. Berlin: Edition Sigma.
- Bolte, Annegret/Porschen, Stephanie (2006): *Organisation des Informellen: Modelle zur Organisation von Kooperation im Arbeitsalltag*. Wiesbaden: VS Verlag.

- Bolte, Karl Martin (1983): Subjektorientierte Soziologie - Plädoyer für eine Forschungsperspektive. In: Bolte, Karl Martin/ Treutner, Erhard (Hg.): Subjektorientierte Arbeits- und Berufssoziologie. Frankfurt/M., New York: Campus, 12-36.
- Bolte, Michael (2008): Informalisiertes Zeithandeln. Wechselwirkungen zwischen betrieblichen Normen und individuellen Selbstverständlichkeiten (Dissertation). München: Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, TU München.
- Bongaerts, Gregor (2007): Soziale Praxis und Verhalten - Überlegungen zum Practice Turn in Social Theory. In: Zeitschrift für Soziologie 36(4): 246-260.
- Bongaerts, Gregor (2012): Sinn. Bielefeld: transcript.
- Bourdieu, Pierre (1976): Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyliischen Gesellschaft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1987a): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1987b): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (1998): Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre (2011): Die Produktion des Glaubens. Beitrag zu einer Ökonomie der symbolischen Güter. In: Ders.: Kunst und Kultur. Zur Ökonomie symbolischer Güter. Schriften zur Kultursoziologie 4. Herausgegeben von Franz Schultheis und Stephan Egger. Konstanz: UVK, 97-186.
- Braem, Harald (1986): Brainfloating: neue Methoden der Problemlösung und Ideenfindung. München: Wirtschaftsverlag Langen-Müller/Herbig.
- brandeins (2007): Achtung! Sie betreten den kreativen Sektor. Schwerpunktheft Ideenwirtschaft. 05/2007.
- Brandes, Uta/Erlhoff, Michael (1998): Die süße Rache der Empirie. In: Lachmayer, Herbert/Eleonora, Louis (Hg.): Work & Culture. Büro. Inszenierung von Arbeit. Klagenfurt: Ritter, 367-373.
- Braun-Thürmann, Holger (2006): Ethnografische Perspektiven: Technische Artefakte in ihrer symbolisch-kommunikativen und praktisch-materiellen Dimension. In: Rammert, Werner/Schubert, Cornelius (Hg.): Technografie. Zur Mikrosoziologie der Technik. Frankfurt/M., New York: Campus, 199-221.
- Braverman, Harry (1974): Labor and Monopoly Capital. The Degradation of Work in the Twentieth Century. New York u.a.: Monthly Review Press.
- Bröckling, Ulrich (2004): Über Kreativität. Ein Brainstorming. In: Bröckling, Ulrich/Paul, Axel/Kaufmann, Stefan (Hg.): Vernunft – Entwicklung – Leben. Schlüsselbegriffe der Moderne. München: Fink, 235-243.
- Bröckling, Ulrich (2006): Und...wie war ich? Über Feedback. In: Mittelweg 36 15(2): 27-44.
- Bröckling, Ulrich (2007a): Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

- Bröckling, Ulrich (2007b): Regime des Selbst - Ein Forschungsprogramm. In: Bonacker, Thorsten/Reckwitz, Andreas (Hg.): Kulturen der Moderne. Soziologische Perspektiven der Gegenwart. Frankfurt/M., New York: Campus, 119-139.
- Bröckling, Ulrich/Krassmann, Susanne/Lemke, Thomas (2000): Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Bruhn, Manfred (2004): Internes Marketing. In: Gabler Lexikon Marketing. Wiesbaden: Gabler, 355-358.
- Buchli, Hanns (1970): Geschichte der Werbung. In: Behrens, Karl-Christian (Hg.): Handbuch der Werbung. Mit programmierten Fragen und praktischen Beispielen von Werbefeldzügen. Wiesbaden: Gabler, 11-24.
- Burawoy, Michael (1979): Manufacturing Consent. Changes in the Labor Process under Monopoly Capitalism. Chicago u.a.: University of Chicago Press.
- Burri, Regula Valerie (2008): Bilder als soziale Praxis: Grundlegungen einer Soziologie des Visuellen. In: Zeitschrift für Soziologie 37(4): 342-358.
- Callon, Michel (2006): Einige Elemente einer Soziologie der Übersetzung: Die Domestikation der Kammuscheln und der Fischer der St. Brieuc-Bucht. In: Belliger, Andréa/Krieger, David J. (Hg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld: transcript, 135-174.
- Castel, Robert (2000): Die Metamorphosen der sozialen Frage. Eine Chronik der Lohnarbeit. Konstanz: UVK.
- Castells, Manuel (2001): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Bd.1: Das Informationszeitalter. Opladen: Leske+Budrich.
- Caves, Richard E. (2000): Creative Industries. Contracts between Art and Commerce. Cambridge (MA, USA), London: Harvard University Press.
- Celikates, Robin (2009): Gesellschaftliche Selbstverständigung und kritische Theorie. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Clifford, James/Marcus, George E. (Hg.) (1986): Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography. Berkley: University of California Press.
- Cox, Geoff/McLean, Alex (2013): Speaking Code. Code as Aesthetic and Political Expression. Cambridge (MA, USA), London: MIT Press.
- Crang, Mike/Cook, Ian (2007): Doing Ethnographies. Los Angeles u.a.: Sage.
- Csikszentmihalyi, Mihalyi (1997): Kreativität: Wie Sie das Unmögliche schaffen und Ihre Grenzen überwinden. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Culyba, Rebecca J./Heimer, Carol A./Petty, JuLeigh Coleman (2004): The Ethnographic Turn: Fact, Fashion, or Fiction? In: Qualitative Sociology 27(4): 365-389.
- DeFillippi, Robert/Grabher, Gernot/Jones, Candace (2007): Paradoxes of Creativity: Managerial and Organizational Challenges in the Cultural Economy. Special Issue Journal of Organizational Behavior 28(5).

- Drucker, Peter F. (1993): Die postkapitalistische Gesellschaft. Düsseldorf u.a.: Econ.
- Drügh, Heinz (2011): Einleitung: Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst. In: Ders./Metz, Christian/Weyand, Björn (Hg.): Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst. Berlin: Suhrkamp: 9-44.
- Drügh, Heinz/Metz, Christian/Weyand, Björn (Hg.) (2011): Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst. Berlin: Suhrkamp.
- Du Gay, Paul (2000): Enterprise and its Futures: A Response to Fournier and Grey. In: *Organization* 7(1): 165-183.
- Du Gay, Paul/Salaman, Graeme (1992): The Cult(ure) of the Customer. In: *Journal of Management Studies* 29(5): 615-633.
- Eberle, Thomas S. (1997): Ethnomethodologische Konversationsanalyse. In: Hitzler, Ronald/Honer, Anne (Hg.): Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Oppladen: Leske + Budrich, 245-279.
- Eggebrecht, Arne et al. (1980): Geschichte der Arbeit. Vom Alten Ägypten zur Gegenwart. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Ehrenberg, Alain (2008): Das erschöpfte Selbst. Depression und Gesellschaft in der Gegenwart. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Eikhof, Doris Ruth/Haunschild, Axel (2007): For Art's Sake! Artistic and Economic Logics in Creative Production. In: *Journal of Organizational Behavior* 28(5): 523-538.
- Elias, Norbert (1988): Über die Zeit. Studien zur Wissenssoziologie II. Herausgegeben von Michael Schröter. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Endreß, Martin (2002): Vertrauen. Bielefeld: transcript.
- Engert, Kornelia/Krey, Björn (2013): Das schreibende Lesen und das lesende Schreiben. Zur epistemischen Arbeit an und mit wissenschaftlichen Texten. In: *Zeitschrift für Soziologie* 42(5): 366-384.
- Europäisches Parlament und Rat der Europäischen Union (2008): Entscheidung Nr. 1350/2008/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2008 zum Europäischen Jahr der Kreativität und Innovation (2009). Brüssel, Europäisches Parlament und Rat der Europäischen Union.
- Farias, Ignacio (2013): Heteronomie und Notwendigkeit. Wie Architekt/innen Wettbewerbsbeiträge entwickeln. In: Tauschek, Markus (Hg.): Kulturen des Wettbewerbs. Formationen kompetitiver Logiken. Münster u.a.: Waxmann, 173-193.
- Featherstone, Mike (1991): Consumer Culture and Postmodernism. London u.a.: Sage.
- Fischer-Lichte, Erika (1998): Inszenierung und Theatralität. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 82-90.
- Flick, Uwe (2007): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.

- Florida, Richard (2002): *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, Richard (2005): *Cities and the Creative Class*. New York, Oxford: Routledge.
- Foucault, Michel (1977): *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (2006a): *Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Geschichte der Gouvernementalität I. Vorlesung am Collège de France 1977-78*. Herausgegeben von Michel Sennelart. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (2006b): *Die Geburt der Biopolitik. Geschichte der Gouvernementalität II. Vorlesung am Collège de France 1978-79*. Herausgegeben von Michel Sennelart. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Fournier, Valérie/Grey, Christopher (1999): Too Much, Too Little and Too Often: A Critique of du Gay's Analysis of Enterprise. In: *Organization* 6(1): 107-128.
- Fox, Stephen (1984): *The Mirror Makers. A History of American Advertising and its Creators*. New York: William Morrow and Company.
- Frank, Thomas (1997): *The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*. London, Chicago: University of Chicago Press.
- Frenkel, Steve et al. (1995): Re-constituting Work: Trends Towards Knowledge Work and Info-normative Control. In: *Work, Employment and Society* 9(4): 773-796.
- Freundt, Andreas (2003): *Entwicklungspotenziale der Kulturwirtschaft in altindustrialisierten Regionen. Chancen der Förderung von Clustern im Ruhrgebiet und in Merseyside (Dissertation)*. Dortmund: TU Dortmund.
- Frey, Michaela (2004): Ist der ›Arbeitskraftunternehmer‹ weiblich? ›Subjektivierter‹ Erwerbsarbeit von Frauen in Prozessen betrieblicher Diskontinuität. In: *Arbeit. Zeitschrift für Arbeitsforschung, Arbeitsgestaltung und Arbeitspolitik* 13(1): 61-77.
- Frey, Oliver (2009): *Die amalgame Stadt. Orte. Netze. Milieus*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Fritz, Hans-Joachim (1982): *Menschen in Büroarbeitsräumen. Über langfristige Strukturwandlungen büroräumlicher Arbeitsbedingungen mit einem Vergleich von Klein- und Großraumbüros*. München: Moos.
- Fröhlich, Romy (2008): Werbung in Deutschland - Auf dem Weg zu einem Frauenberuf? In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.): *Stereotype? Frauen und Männer in der Werbung*. Wiesbaden: VS Verlag, 14-39.
- Fuchs-Henritz, Werner et al. (Hg.) (2007): *Lexikon zur Soziologie*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Gagliardi, Pasquale (2006): Exploring the Aesthetic Side of Organizational Life. In: Clegg, Stewart R. et al. (Hg.): *The Sage Handbook of Organization Studies*. London: Sage, 701-723.

- Garfinkel, Harold (1984): *Studies in Ethnomethodology*. Cambridge, Polity Press.
- Garfinkel, Harold (Hg.) (1986): *Ethnomethodological Studies of Work*. London, New York: Routledge.
- Garfinkel, Harold/Sacks, Harvey (1976): Über formale Strukturen praktischer Handlungen. In: Weingarten, Elmar/Sack, Fritz/Schenkein, Jim (Hg.): *Ethnomethodologie. Beiträge zu einer Soziologie des Alltagshandelns*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 130-176.
- Gerst, Detlef (2005): ›Arbeitskraftunternehmer‹ - Leitbild der neoliberalen Arbeitsgesellschaft? Theorie und Empirie eines prognostizierten Wandels. In: *Forum Wissenschaft*. Online: <http://www.bdwi.de/forum/archiv/index.html> [Letzter Zugriff: 17.07.2011].
- Gethmann, Daniel/Hauser, Susanne (Hg.) (2009): *Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte und Medien in Architektur und Design Science*. Bielefeld: transcript.
- Giddens, Anthony (1990): *Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Glaveanu, Vlad Petre (2011): Creating Creativity: Reflections from Fieldwork. In: *Integrative Psychological and Behavioral Science* 45(1): 100-115.
- Göbel, Hanna (2014): *The Re-Use of Urban Ruins. Atmospheric Inquiries of the City*. London: Routledge.
- Gobo, Giampietro (2008): *Doing Ethnography*. Los Angeles u.a.: Sage.
- Goffman, Erving (1973): *Interaktion: Spaß am Spiel, Rollendistanz*. München: Piper.
- Goffman, Erving (1986): *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (2007): *Asyle: Über die soziale Situation psychiatrischer Patienten und anderer Insassen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (2008): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München, Zürich: Piper.
- Goodman, Richard Alan/Goodman, Lawrence Peter (1976): Some Management Issues in Temporal Systems: A Study of Professional Development and Manpower - The Theater Case. In: *Administrative Science Quarterly* 21: 494-501.
- Goodwin, Charles (1994): Professional Vision. In: *American Anthropologist* 96(3): 606-633.
- Goodwin, Charles (2003): Pointing as Situated Practice. In: Kita, Sotaro (Hg.): *Pointing: Where Language, Culture and Cognition Meet*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 217-241.
- Göttlich, Udo/Kurt, Ronald (Hg.) (2012): *Kreativität und Improvisation. Soziologische Positionen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Gottschall, Karin/Betzelt, Sigrid (2001): *Alleindienstleister im Berufsfeld Kultur - Versuch einer erwerbssoziologischen Konzeptualisierung*, Forschungsbericht: Zentrum für Sozialpolitik.

- Götz, Irene/Wittel, Andreas (2000): *Arbeitskulturen im Umbruch. Zur Ethnographie von Arbeit und Organisation*. München: Waxmann.
- Grabher, Gernot (2001): *Ecologies of Creativity: the Village, the Group, and the Heterarchic Organisation of the British Advertising Industry*. In: *Environment and Planning* 33(A): 351-374.
- Grabher, Gernot (2002): *The Project Ecology of Advertising: Tasks, Talents and Teams*. In: *Regional Studies* 36(3): 245-262.
- Grabher, Gernot (2004): *Learning in Projects, Remembering in Networks?: Communality, Sociality, and Connectivity in Project Ecologies*. In: *European Urban and Regional Studies* 11(2): 103-123.
- Greule, Albrecht/Janich, Nina (1997): *Sprache in der Werbung*. Heidelberg: Julius Groos.
- Gugutzer, Robert (Hg.) (2006): *Body Turn: Perspektiven der Soziologie des Körpers und des Sports*. Bielefeld: transcript.
- Guilford, Joy Paul (1950): *Creativity*. In: *The American Psychologist* 5(9): 444-454.
- Haag, Klaus (1997): *zeichnen/ästhetisches/zeichnen. Ein kritischer Beitrag zur Semiotik, Ästhetik und Interpretationstheorie*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Haak, Carroll/Schmid, Günther (1999): *Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten - Modelle einer künftigen Arbeitswelt? WZB-Arbeitspapier (Querschnittsgruppe Arbeit und Ökologie)*.
- Hägele, Ulrich (2007): *Foto-Ethnographie. Die visuelle Methode in der volkswissenschaftlichen Kulturwissenschaft. Mit einer Bibliographie zur visuellen Ethnographie 1839 - 2007*. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde.
- Hall, Stuart (2006): *Encoding/Decoding*. In: Durham, Meenakshi Gigi /Kellner, Douglas M. (Hg.): *Media and Cultural Studies: Keyworks*. Malden: Blackwell, 163-173.
- Hall, Stuart (2003): *The Work of Representation*. In: Ders. (Hg.): *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London u.a.: Sage, 13-74.
- Hammersley, Martyn/Atkinson, Paul (1995): *Ethnography. Principles in Practice*. London u.a.: Tavistock Publ.
- Hardt, Michael (2002): *Affektive Arbeit. Immaterielle Produktion, Biomacht und Potenziale der Befreiung. Jungle World (2) vom 2.1.2002*, <http://jungle-world.com/artikel/2002/01/24688.html>, [Letzter Zugriff: 31.03.2012].
- Hardt, Michael/Negri, Antonio (2003): *Empire. Die neue Weltordnung*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Härten, Ingo/Vierboom, Carl (2003): *Überlegungen zur Psychologie des Briefings*. In: *planung und analyse. Zeitschrift für Marktforschung und Marketing* 6: 36-40.
- Harney, Stefano (2010): *Creative Industries Debate. Unfinished Business: Labour, Management, and the Creative Industries*. In: *Cultural Studies* 24(3): 431-444.

- Hartley, John (2007a): Creative Industries. In: Hartley, John (Hg.): Creative Industries. Malden (MA) u.a.: Blackwell, 1-40.
- Hartley, John (Hg.) (2007b): Creative Industries. Malden (MA) u.a.: Blackwell.
- Hasenhütl, Gert (2009): Zeichnerisches Wissen. In: Gethmann, Daniel/Hauser, Susanne (Hg.): Kulturtechnik Entwerfen. Praktiken, Konzepte und Medien in Architektur und Design Science. Bielefeld: transcript, 341-358.
- Hattemer, Klaus (1995): Die Werbeagentur: Kompetenz und Kreativität - Werbung als Profession. Düsseldorf: Econ.
- Haug, Wolfgang Fritz (1971): Kritik der Warenästhetik. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Heindl, Gabu (Hg.) (2008): Bilder und Bauten der Arbeit im Postfordismus. Wien: Turia+Kant.
- Hellmann, Kai-Uwe (2004): Werbung und Konsum. Was ist die Henne, was ist das Ei? In: Hellmann, Kai-Uwe/Schrage, Dominik (Hg.): Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur. Wiesbaden: VS Verlag, 33-46.
- Hentig, Hartmut von (2000): Kreativität: hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff. Weinheim, Basel: Beltz.
- Hermanns, Harry (2000): Interviewen als Tätigkeit. In: Flick, Uwe/Kardorff, Ernst von/Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Hamburg: Rowohlt, 360-368.
- Hess, Sabine (2005): Globalisierte Hausarbeit. Au-pair als Migrationsstrategie von Frauen aus Osteuropa. VS Verlag.
- Hess, Sabine/Moser, Johannes (2003): Kultur der Arbeit – Kultur der neuen Ökonomie. Kulturwissenschaftliche Beiträge zu neoliberalen Arbeits- und Lebenswelten. Graz: Kuckuck.
- Heubel, Fabian (2002): Das Dispositiv der Kreativität. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Hildebrandt, Eckhart/Seltz, Rüdiger (Hg.) (1987): Managementstrategien und Kontrolle. Eine Einführung in die Labour Process Debate. Berlin: edition sigma.
- Hillebrandt, Frank (2009): Praktiken des Tauschens. Zur Soziologie symbolischer Formen der Reziprozität. Wiesbaden: VS Verlag.
- Hirschauer, Stefan (1993): Die soziale Konstruktion der Transsexualität. Über die Medizin und den Geschlechtswechsel. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hirschauer, Stefan (1999): Die Praxis der Fremdheit und die Minimierung von Anwesenheit. Eine Fahrstuhlfahrt. In: Soziale Welt 50(3): 221-146.
- Hirschauer, Stefan (2001): Ethnografisches Schreiben und die Schweigsamkeit des Sozialen. Zu einer Methodologie der Beschreibung. In: Zeitschrift für Soziologie 30(6): 429-451.
- Hirschauer, Stefan (2004): Praktiken und ihre Körper. Über materielle Partizipanden des Tuns. In: Hörning, Karl H./Reuter, Julia (Hg.): Doing Culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis. Bielefeld: transcript, 73-91.

- Hirschauer, Stefan (2010): Editorial Judgments. A Praxeology of ›Voting‹ in Peer Review. In: *Social Studies of Science* 40(1): 71-103.
- Hirschauer, Stefan/Amann, Klaus (1997a): Die Befremdung der eigenen Kultur. Ein Programm. In: Ders./Amann, Klaus (Hg.): *Die Befremdung der eigenen Kultur. Zur ethnographischen Herausforderung soziologischer Empirie*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 7-52.
- Hirschauer, Stefan/Amann, Klaus (1997b): *Die Befremdung der eigenen Kultur. Zur ethnographischen Herausforderung soziologischer Empirie*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hirschfelder, Gunther/Huber, Birgit (2004): *Die Virtualisierung der Arbeit: Zur Ethnographie neuer Arbeits- und Organisationsformen*. Frankfurt/M., New York: Campus Verlag.
- Hochschild, Arlie Russel (1990): *Das gekaufte Herz. Zur Kommerzialisierung der Gefühle*. Mit einem Vorwort von Elisabeth Beck-Gernsheim. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Hofbauer, Johanna (1998): Raum als geronnenes Denken. Büroorganisation vom Fabrikmodell zur Kulturlandschaft. In: Lachmayer, Herbert/Louis, Eleonora (Hg.): *Work & Culture. Büro. Inszenierung von Arbeit*. Klagenfurt: Ritter, 303-309.
- Hölscher, Barbara (1998): *Lebensstile durch Werbung? Zur Soziologie der Life-Style-Werbung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hölscher, Barbara (2002a): Das Denken in Zielgruppen. Über die Beziehungen zwischen Marketing, Werbung und Lebensstilforschung. In: Willems, Herbert (Hg.): *Die Gesellschaft der Werbung: Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 481-496.
- Hölscher, Barbara (2002b): Werbung heißt: Kreativität, Idealismus, Gestaltung. Zum schillernden Weltbild von Werbern. In: Willems, Herbert (Hg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 465-480.
- Holtgrewe, Ursula (2006): *Flexible Menschen in flexiblen Organisationen. Bedingungen und Möglichkeiten kreativen Handelns*. Berlin: edition sigma.
- Hopkins, Claude (2007): *Scientific Advertising*. New York: Cosimo.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (2002): *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt/M.: Fischer.
- Hörning, Karl H. (2001): *Experten des Alltags. Die Wiederentdeckung des praktischen Wissens*. Weilerswist: Velbrück.
- Howkins, John (2001): *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane.
- Hradil, Stefan (2000): Lebensstil. In: Schäfers, Bernhard (Hg.): *Grundbegriffe der Soziologie*. Opladen: Leske+Budrich, 206-209.

- Huber, Birgit (2013): *Arbeiten in der Kreativindustrie. Eine multilokale Ethnografie der Entgrenzung von Arbeits- und Lebenswelt*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Hutter, Michael (2011): *Infinite Surprises: On the Stabilization of Value in the Creative Industries*. In: Beckert, Jens/Aspers, Patrik (Hg.): *The Worth of Goods. Valuation and Pricing in the Economy*. Oxford: Oxford University Press, 201-220.
- Illouz, Eva (2003): *Der Konsum der Romantik. Liebe und kulturelle Widersprüche des Kapitalismus*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Ingenkamp, Konstantin (1996): *Werbung und Gesellschaft. Hintergründe und Kritik der kulturwissenschaftlichen Reflexion von Werbung*. Frankfurt/M. u.a.: Lang.
- Jablin, Frederic M. (1981): *Cultivating Imagination: Factors that Enhance and Inhibit Creativity in Brainstorming Groups*. In: *Human Communication Research* 7(3): 245-258.
- Jacobson, Heike (2010): *Strukturwandel der Arbeit im Tertiärisierungsprozess*. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hg.): *Handbuch Arbeitssoziologie*. Wiesbaden: VS Verlag, 203-228.
- Jasanoff, Sheila et al. (Hg.) (1995): *Handbook of Science and Technology Studies*. Thousand Oaks u.a.: Sage.
- Joas, Hans (1996): *Die Kreativität des Handelns*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Juchem, Johann G. (1988): *Kommunikation und Vertrauen. Ein Beitrag zum Problem der Reflexivität in der Ethnomethodologie*. Aachen: Aalano.
- Julier, Guy (2008): *The Culture of Design*. Los Angeles u.a.: Sage.
- JvM (2012): *Fällt dir ein guter Titel ein? Jung von Matt Copytest*. Online: <http://www.jvm.ch/files/media/copytest.pdf> [Letzter Zugriff: 31.03.2012].
- Kalkowski, Peter/Mickler, Otfried (2002): *Zwischen Emergenz und Formalisierung - Zur Projektifizierung von Organisation und Arbeit in der Informationswirtschaft*. In: *SOFI-Mitteilungen*(30): 119-134.
- Kalthoff, Herbert (1997): *Wohlerzogenheit. Eine Ethnografie deutscher Internatschulen*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Kalthoff, Herbert (2000): *›Wunderbar, richtig.« Zur Praxis mündlichen Bewertens im Unterricht*. In: *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft* 3(3): 429-446.
- Kalthoff, Herbert (2003): *Beobachtende Differenz. Instrumente der ethnografisch-soziologischen Forschung*. In: *Zeitschrift für Soziologie* 32(1): 70-90.
- Kalthoff, Herbert (2008): *Einleitung: Zur Dialektik qualitativer Forschung und soziologischer Theoriebildung*. In: Ders./Hirschauer, Stefan/Lindemann, Gesa (Hg.): *Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 8-32.
- Kalthoff, Herbert/Hirschauer, Stefan/Lindemann, Gesa (2008): *Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Kamoche, Ken/Cunha, Miguel Pina e (2001): *Minimal Structures: From Jazz Improvisation to Product Innovation*. In: *Organizational Studies* 22(5): 733-764.

- Kamper, Dietmar (1998): Mein Schreibtisch, das Schneefeld - Ein Abschied à la longue, in dreiundzwanzig Sätzen. In: Lachmayer, Herbert/Louis, Eleonora (Hg.): *Work & Culture: Büro. Inszenierung von Arbeit*. Klagenfurt: Ritter, 91-94.
- Kautt, York (2008): *Image. Zur Genealogie eines Kommunikationsmediums der Massenmedien*. Bielefeld: transcript.
- Kelly, Aidan/Lawlor, Katrina/O'Donohoe, Stephanie (2006): Encoding Advertisements: The Creative Perspective. In: *Journal of Marketing Management* 21: 505-528.
- Kieser, Alfred (1998): Über die allmähliche Verfertigung der Organisation beim Reden. Organisieren als Kommunizieren. In: *Industrielle Beziehungen* 5(1): 45-75.
- Kieser, Alfred (2001): Management und Taylorismus. In: Ders. (Hg.): *Organisationstheorien*. Stuttgart: Kohlhammer, 65-99.
- Kleemann, Frank/Matuschek, Ingo/Voß, Günter G. (2002): Subjektivierung von Arbeit - Ein Überblick zum Stand der soziologischen Diskussion. In: Mol-daschl, Manfred/Voß, Günter G. (Hg.): *Subjektivierung von Arbeit*. München, Mering: Hampf, 53-100.
- Kleemann, Frank/Voß, G. Günter/Rieder, Kerstin (2008): Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing. In: *Science, Technology & Innovation Studies* 4(1): 5-26.
- Klopotek, Felix (2004): Projekt. In: Bröckling, Ulrich/Krasmann, Susanne/Lemke, Thomas (Hg.): *Glossar der Gegenwart*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 216-221.
- Kloss, Ingomar (2000): *Werbung*. München: Oldenbourg.
- Kloss, Ingomar (2002): *More Advertising Worldwide*. Berlin u.a.: Springer Verlag.
- Klüver, Jürgen (1988): *Die Konstruktion der sozialen Realität Wissenschaft: Alltag und System*. Braunschweig, Wiesbaden: Vieweg.
- Kneer, Georg (2008): Hybridizität, zirkulierende Referenz, Amoderne? Eine Kritik an Bruno Latours Soziologie der Assoziationen. In: Ders./Schroer, Markus/Schüttpelz, Erhard (Hg.): *Bruno Latours Kollektive. Kontroversen zur Entgrenzung des Sozialen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 261-305.
- Kneer, Georg/Schroer, Markus/Schüttpelz, Erhard (2008): *Bruno Latours Kollektive. Kontroversen zur Entgrenzung des Sozialen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Knittler, Käthe/Von Osten, Marion/Kastner, Jens (2009): ...die realen Lebensverhältnisse nicht berücksichtigt. Immaterielle Arbeit und ihr Material im Gespräch. In: *Bildpunkt*(1): 10-12.
- Knoblauch, Hubert (2001): Fokussierte Ethnographie. In: *Sozialer Sinn* 2(1): 123-141.
- Knoblauch, Hubert/Heath, Christian (1999): Technologie, Interaktion und Organisation: Die Workplace Studies. In: *Schweizer Zeitschrift für Soziologie* 25(2): 163-181.

- Knorr-Cetina, Karin (2002a): Die Fabrikation von Erkenntnis: Zur Anthropologie der Naturwissenschaft. Erweiterte Neuauflage. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Knorr-Cetina, Karin (2002b): Wissenskulturen. Ein Vergleich naturwissenschaftlicher Wissensformen. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Koch, Gertraude/Warneken, Bernd Jürgen (2012): Wissensarbeit und Arbeitswissen. Zur Ethnografie des kognitiven Kapitalismus. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Kocka, Jürgen (2001): Thesen zur Geschichte und Zukunft der Arbeit. In: Aus Politik- und Zeitgeschichte 21: 8-13.
- Kocyba, Hermann (2000): Der Preis der Anerkennung. Von der tayloristischen Missachtung zur strategischen Instrumentalisierung der Subjektivität der Arbeitenden. In: Holtgrewe, Ursula/Vosswinkel, Stephan/Wagner, Gabriele (Hg.): Anerkennung und Arbeit. Konstanz: UVK, 127-140.
- König, Gudrun M. (2011): Die Fabrikation der Sichtbarkeit: Konsum und Kultur um 1900. In: Drügh, Heinz/Metz, Christian/Weyand, Björn (Hg.): Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst. Berlin: Suhrkamp.
- Koppetsch, Cornelia (2006a): Das Ethos der Kreativen. Eine Studie zum Wandel von Arbeit und Identität am Beispiel der Werbeberufe. Konstanz: UVK.
- Koppetsch, Cornelia (2006b): Kreativsein als Subjektideal und Lebensentwurf: Ein Wandel beruflicher Integration im neuen Kapitalismus - das Beispiel der Werbeberufe. In: Rehberg, Karl-Siegbert (Hg.): Soziale Ungleichheit, Kulturelle Unterschiede. Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München 2004. Frankfurt/M., New York: Campus, 677-692.
- Koppetsch, Cornelia (2008): Der Markt der Ideen. Neue Wege der Professionalisierung am Beispiel der Kultur- und Medienberufe. In: Soziale Welt 59(4): 327-350.
- Koppetsch, Cornelia (2011): Symbolanalytiker – ein neuer Expertentypus? Einige Thesen zum Wandel akademischer Berufsfelder. In: Leviathan 39(3): 407–433.
- Krämer, Hannes (2012a): Graphic Vision. Praktiken des Sehens im Grafikdesign In: Moebius, Stephan/Prinz, Sophia (Hg.): Das Design der Gesellschaft. Zur Kulturosoziologie des Designs. Bielefeld: transcript, 205-226.
- Krämer, Hannes (2012b): Kreativarbeit in spätmodernen Ökonomien. In: Kubicek, Bettina et al. (Hg.): Arbeitswelten im Wandel. Interdisziplinäre Perspektiven der Arbeitsforschung. Wien: facultas.wuv, 167-192.
- Krämer, Hannes (2012c): Praktiken kreativen Arbeitens in den Creative Industries. In: Göttlich, Udo/Kurt, Ronald (Hg.): Kreativität und Improvisation. Soziologische Positionen. Wiesbaden: VS Verlag, 109-132.
- Krämer, Hannes (2012d): Wie stabilisieren Organisationen Wissen? Projektarbeit in den Creative Industries. In: Warneken, Bernd Jürgen/Koch, Gertraude (Hg.): Wissensarbeit und Arbeitswissen. Zur Ethnografie des kognitiven Kapitalismus. Frankfurt/M., New York: Campus, 81-99.

- Kratzer, Nick et al. (2003): Flexibilisierung und Subjektivierung von Arbeit - Zwischenbericht zur ›Berichterstattung zur Sozio-ökonomischen Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland: Arbeit und Lebensweisen‹. München: ISF-München.
- Krauthausen, Karin (2010): Vom Nutzen des Notierens. Verfahren des Entwurfs. In: Krauthausen, Karin/Nasim, Omar W. (Hg.): Notieren, Skizzieren. Schreiben und Zeichnen als Verfahren des Entwurfs. Zürich: diaphanes, 7-26.
- Kriegeskorte, Michael (1995): 100 Jahre Werbung: Eine Reise durch die technische Vergangenheit. Köln: DuMont.
- Kuckartz, Udo (2005): Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kühl, Stefan (1998): Wenn die Affen den Zoo regieren: die Tücken der flachen Hierarchien. Frankfurt/M., New York: Campus Verlag.
- Kühn, Jan Michael (2013): Focused Ethnography as Research Method: A Case Study of Techno Music Producers in Home-Recording Studios. In: *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture* 5(1). Online: <https://dj.dancecult.net/index.php/dancecult/article/view/356/361> [Letzter Zugriff: 31.11.2013].
- Kurtz, Thomas/Pfadenhauer, Michaela (Hg.) (2010): Soziologie der Kompetenz. Wiesbaden: VS Verlag.
- Lachmayer, Herbert/Louis, Eleonora (Hg.) (1998): *Work & Culture. Büro. Inszenierung von Arbeit*. Klagenfurt: Ritter.
- Lamberty, Christiane (2000): *Reklame in Deutschland 1890-1914. Wahrnehmung, Professionalisierung und Kritik der Wirtschaftswerbung*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Lamnek, Siegfried (1993): *Qualitative Sozialforschung. Band 2: Methoden und Techniken*. Weinheim: Beltz.
- Landry, Charles (2000): *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Lange, Bastian (2007): *Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin*. Bielefeld: transcript.
- Lange, Bastian et al. (2009): *Governance der Kreativwirtschaft: Diagnosen und Handlungsoptionen*. Bielefeld: transcript.
- Lash, Scott/Urry, John (1987): *The End of Organized Capitalism*. Oxford, Cambridge: Polity Press.
- Lash, Scott/Urry, John (1994): *Economies of Signs and Space*. London u.a.: Sage.
- Latour, Bruno (1996): *Der Berliner Schlüssel: Erkundungen eines Liebhabers der Wissenschaften*. Berlin: Akademie Verlag.
- Latour, Bruno (2001): Eine Soziologie ohne Objekt. Anmerkungen zur Interobjektivität. In: *Berliner Journal für Soziologie* 11(2): 237-252.
- Latour, Bruno (2006): Über den Rückruf der ANT. In: Belliger, Andréa/Krieger, David J. (Hg.): *ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld: transcript, 561-572.

- Latour, Bruno (2007): Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Latour, Bruno (2010): *The Making of Law. An Ethnography of the Conseil d'Etat*. Cambridge (UK), Malden: Polity Press.
- Latour, Bruno/Woolgar, Steve (1979): *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*. Beverly Hills: Sage.
- Lau, Thomas/Wolff, Stephan (1983): Der Einstieg in das Untersuchungsfeld als soziologischer Lernprozess. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 35(3): 417-437.
- Law, Andy (1998): *Creative Company: How St. Luke's Became ›The Ad Agency to End All Ad Agencies‹*. New York u.a.: Wiley.
- Lazzarato, Maurizio (1998a): Immaterielle Arbeit. Gesellschaftliche Tätigkeit unter den Bedingungen des Postfordismus. In: Atzert, Thomas (Hg.): *Umherschweifende Produzenten. Immaterielle Arbeit und Subversion*. Berlin: ID-Verlag, 39-52.
- Lazzarato, Maurizio (1998b): Verwertung und Kommunikation. Der Zyklus immaterieller Produktion. In: Atzert, Thomas (Hg.): *Umherschweifende Produzenten: Immaterielle Arbeit und Subversion*. Berlin: ID-Verlag, 53-65.
- Leadbeater, Charles/Oakley, Kate (1999): *The Independents: Britain's New Cultural Entrepreneurs*. London: Demos.
- Lears, Jackson (1994): *Fable of Abundance. A Cultural History of Advertising in America*. New York: Basic Books.
- Lengersdorf, Diana (2011): *Arbeitsalltag ordnen. Soziale Praktiken in einer Internetagentur*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Leon (2009): *A Totally Subjective Creative Brief Template Review*. Online: <http://theplanninglab.typepad.com/theplanninglab/2009/04/a-totally-subjective-creative-brief-template-review.html> [Letzter Zugriff: 31.03.2012].
- Leslie, Deborah (1997): Flexibly Specialized Agencies? Reflexivity, Identity and the Advertising Industry. In: *Environment and Planning A* 29(6): 1017-1038.
- Lévi-Strauss, Claude (1968): *Das wilde Denken*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Lindemann, Gesa (2008): ›Allons enfants et faits de la patrie...‹ Über Latours Sozial- und Gesellschaftstheorie und seinen Beitrag zur Rettung der Welt. In: Kneer, Georg/Schroer, Markus/Schüttelpelz, Erhard (Hg.): *Bruno Latours Kollektive. Kontroversen zur Entgrenzung des Sozialen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 339-360.
- Lindner, Stephan (2005): Die Rolle von Kreativität in der ökonomischen Theorie - das nächste Humankapital? In: Abel, Günther (Hg.): *Kreativität. XX. Deutscher Kongress für Philosophie, 26.-30. September 2005 in Berlin, Sektionsbeiträge*. Berlin: Universitätsverlag der TU Berlin, 531-538.
- Littek, Wolfgang/Rammert, Werner/Wachtler, Günther (1982): *Einführung in die Arbeits- und Industriosozilogie*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Llewellyn, Nick/Hindmarsh, Jon (2010): *Work and Organisation in Real Time: An Introduction*. In: Llewellyn, Nick/Hindmarsh, Jon (Hg.): *Organisation, Interac-*

- tion and Practice. Studies in Ethnomethodology and Conversation Analysis. Cambridge u.a.: Cambridge University Press, 3-24.
- Loacker, Bernadette (2010): kreativ prekär. Künstlerische Arbeit und Subjektivität im Postfordismus. Bielefeld: transcript.
- Lorey, Isabell (2007): Vom immanenten Widerspruch zur hegemonialen Funktion. Biopolitische Gouvernementalität und Selbst-Prekarisierung von KulturproduzentInnen. In: Raunig, Gerald/Wuggenig, Ulf (Hg.): Kritik der Kreativität. Wien: Turia+Kant, 121-136.
- Lüders, Christian (2000): Bebobachten im Feld und Ethnografie. In: Flick, Uwe/Kardorff, Ernst von/Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 384-401.
- Luff, Paul/Hindmarsh, Jon/Heath, Christian (Hg.) (2000): Workplace Studies: Recovering Work Practice and Informing System Design. Cambridge: Cambridge University Press.
- Luhmann, Niklas (1984): Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1988): Über ›Kreativität‹. In: Gumbrecht, Hans Ulrich (Hg.): Kreativität - Ein verbrauchter Begriff. München: Wilhelm Fink Verlag, 13-19.
- Luhmann, Niklas (1992): Die Wissenschaft der Gesellschaft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Leske + Budrich.
- Luhmann, Niklas (1998): Die Gesellschaft der Gesellschaft. 2 Bd. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2000): Vertrauen. Ein Mechanismus zur Reduktion von Komplexität Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Luhmann, Niklas (2001): Vertrautheit, Zuversicht, Vertrauen: Probleme und Alternativen. In: Hartmann, Martin/Offe, Claus (Hg.): Vertrauen. Die Grundlage des sozialen Zusammenhalts. Frankfurt/M., New York: Campus, 143-160.
- Luhmann, Niklas (2009): Erleben und Handeln. In: Luhmann, Niklas (Hg.): Soziologische Aufklärung 3. Wiesbaden: VS Verlag, 77-92.
- Lynch, Michael (1988): The Externalized Retina: Selection and Mathematization in the Visual Documentation of Objects in the Life Sciences. In: Human Studies 11(2-3): 201-234.
- Lynch, Michael/Woolgar, Steve (1988): Introduction: Sociological Orientations to Representational Practice in Science. In: Human Studies 11(2-3): 99-116.
- MacKinnon, Donald W./Edwards, J. M. B./Faris, Robert E. L. (1968): Creativity. In: Sills, David L. (Hg.): International Encyclopedia of the Social Sciences. New York: The Macmillan Company & the Free Press, 434-461.
- Mannheim, Karl (1964): Wissenssoziologie. Auswahl aus dem Werk. Eingeleitet und herausgegeben von Kurt H. Wolff. Neuwied: Luchterhand.

- Manske, Alexandra (2007): Prekarisierung auf hohem Niveau. Eine Feldstudie über Alleinunternehmer in der IT-Branche. München, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Manske, Alexandra/Merkel, Janet (2008): Kreative in Berlin. Eine Untersuchung zum Thema ›GeisteswissenschaftlerInnen in der Kultur-und Kreativwirtschaft‹, Discussion Paper SP III 2008-401. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Berlin.
- Manske, Alexandra/Schnell, Christiane (2010): Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In: Böhle, Fritz/Voß, Günter G./Wachtler, Günther (Hg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, 699-727.
- Marcuse, Herbert (1994): Der eindimensionale Mensch: Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft. München: dtv.
- Marrs, Kira (2007): Zwischen Leidenschaft und Lohnarbeit: Ein arbeitssoziologischer Blick hinter die Kulissen von Film und Fernsehen. Berlin: Edition Sigma.
- Marss, Kira (2010): Herrschaft und Kontrolle in der Arbeit. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, 331-356.
- Martin, Joanne/Frost, Peter J./O'Neill, Olivia A. (2006): Organizational Culture: Beyond Struggles for Intellectual Dominance. In: Clegg, Stewart et al. (Hg.): Handbook of Organization Studies. London: Sage Publications, 725-753.
- Marx, Karl (2008): Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. Band 1. Berlin: Dietz.
- Matthews, Ben (2009): Intersections of Brainstorming Rules and Social Order. In: CoDesign 5(1): 65-76.
- McFall, Liz (2002): What about the Old Cultural Intermediaries? An Historical Review of Advertising Producers. In: Cultural Studies 16(4): 532-552.
- McRobbie, Angela (2002): Club to Company: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded Up Creative Worlds. In: Cultural Studies 16(4): 516-531.
- McRobbie, Angela (2007): Die Los-Angelesisierung Londons. Drei kurze Wellen in den Kreativitäts- und Kultur-Mikroökonomien von jungen Menschen in Großbritannien. In: Raunig, Gerald/Wuggenig, Ulf (Hg.): Kritik der Kreativität. Wien: Turia + Kant, 79-91.
- McRobbie, Angela (2009): Reflections on Precarious Work in the Cultural Sector. In: Lange, Bastian et al. (Hg.): Governance der Kreativwirtschaft. Diagnosen und Handlungsoptionen. Bielefeld: transcript, 123-137.
- Meffert, Sylvia (2001): Werbung und Kunst. Über ihre phasenweise Konvergenz in Deutschland von 1895 bis zur Gegenwart. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Menger, Pierre-Michel (2006): Kunst und Brot. Die Metamorphosen des Arbeitnehmers. Konstanz: UVK.
- Miettinen, Reijo/Samra-Fredericks, Dalvir /Yanow, Dvora (2009): Re-Turn to Practice: An Introductory Essay. In: Organization Studies 30(12): 1309-1327.

- Mikl-Horke, Gertraude (2007): *Industrie- und Arbeitssoziologie*. München, Wien: Oldenbourg Verlag.
- Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (2007): *5. Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalen. Kultur- und Kreativwirtschaft: Wettbewerb – Märkte – Innovationen*. Düsseldorf: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Mintzberg, Henry/McHugh, Alexandra (1985): Strategic Formation in an Adhocracy. In: *Administrative Science Quarterly* 30(2): 160-197.
- Mitchell, Clyde J. (1983): Case and Situation Analysis. In: *American Sociological Review* 31(2), 187-211.
- Moeran, Brian (1996): *A Japanese Advertising Agency: An Anthropology of Media and Markets*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Moeran, Brian (2001): *Advertising an Advertising Agency: Tales from Japan*. Copenhagen Business School. Copenhagen: CBS Open Archive.
- Moeran, Brian (2003): Imagining and Imaging the Other: Japanese Advertising International. In: Moeran, Brian/Malefyt, Timothy Dewaal (Hg.): *Advertising Cultures*. Oxford, New York: Berg, 91-112.
- Moeran, Brian (2005): Tricks of the Trade: The Performance and Interpretation of Authenticity. In: *Journal of Management Studies* 42(5): 901-922.
- Moeran, Brian/Malefyt, Timothy Dewaal (2003a): *Advertising Cultures*. Oxford, New York: Berg.
- Moeran, Brian/Malefyt, Timothy Dewaal (2003b): Introduction: Advertising Cultures - Advertising, Ethnography and Anthropology. In: Ders./Malefyt, Timothy Dewaal (Hg.): *Advertising Cultures*. Oxford, New York: Berg, 1-33.
- Mokre, Monika (2007): Gouvernekkreativität, oder: Die Creative Industries in Österreich. In: Raunig, Gerald/Wuggenig, Ulf (Hg.): *Kritik der Kreativität*. Wien: Turia + Kant, 95-102.
- Mol, Annemarie (2010): Replik: A Letter to Georg Kneer. In: Albert, Gert/Sigmund, Steffen (Hg.): *Soziologische Theorie kontrovers*. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie Sonderheft (50). Wiesbaden: VS Verlag, 279-282.
- Moldaschl, Manfred (2002): Foucaults Brille. Eine Möglichkeit, die Subjektivierung von Arbeit zu verstehen? In: Moldaschl, Manfred/Voß, G. Günter (Hg.): *Subjektivierung von Arbeit*. München, Mering: Hampp, 135-176.
- Moldaschl, Manfred (2007): Innovationsarbeit. In: Ludwig, Joachim et al. (Hg.): *Arbeitsforschung und Innovationsfähigkeit in Deutschland*. München, Mering: Hampp, 135-146.
- Moldaschl, Manfred/Voß, G. Günter (Hg.) (2002): *Subjektivierung von Arbeit*. München und Mering: Hampp.
- Moulier-Boutang, Yann (1998): Vorwort. In: Negri, Antonio et al.: *Umherschweifende Produzenten: Immaterielle Arbeit und Subversion*. Herausgegeben von Thomas Atzert. Berlin: ID-Verlag, 5-23.

- Müller, Anna-Lisa (2012): *Green Creative Cities*. Konstanz: UVK.
- Negri, Antonio et al. (1998): *Umherschweifende Produzenten: Immaterielle Arbeit und Subversion*. Herausgegeben von Thomas Atzert. Berlin: ID Verlag.
- Nerdinger, Friedemann W. (1991): *Die Welt der Werbung. Werbung aus Sicht der Werber*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Neumann, Eckhard (1986): *Künstlermythen: Eine psycho-historische Studie über Kreativität*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Nicolini, Davide (2013): *Practice Theory, Work & Organization. An Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Nixon, Sean (2003): *Advertising Cultures: Gender, Commerce, Creativity*. London u.a.: Sage.
- Nixon, Sean (2009): *Provincial Parvenu. The Subaltern Sensibility of London Advertising Creatives*. In: Pratt, Andy C./Jeffcut, Paul (Hg.): *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*. London u.a.: Routledge, 41-53.
- O'Barr, William M. (2007): *Creativity in Advertising*. In: *Advertising & Society Review* 8(4): Online.
- Orr, Julian Edgerton (1996): *Talking about Machines. An Ethnography of a Modern Job*. Ithaca u.a.: ILR Press.
- Osborn, Alex F. (1963): *Applied Imagination. Principles and Procedures of Creative Problem-Solving*. New York: Scribner.
- Osterhammel, Jürgen (2009): *Die Verwandlung der Welt. Eine Geschichte des 19. Jahrhunderts*. München: C.H.Beck.
- Packard, Vance (1992): *Die geheimen Verführer: Der Griff nach dem Unbewußten in jedermann*. Düsseldorf: Econ.
- Pahl, Hanno (2007): *Kognitiver Kapitalismus revisited. Arbeit, Wissen und Wert in der Kritik der politischen Ökonomie*. In: Ders./Meyer, Lars (Hg.): *Kognitiver Kapitalismus. Soziologische Beiträge zur Theorie der Wissensökonomie*. Marburg: Metropolis-Verlag, 223-248.
- Pfadenhauer, Michaela (2003): *Professionalität. Eine wissenssoziologische Rekonstruktion institutionalisierter Kompetenzdarstellungskompetenz*. Opladen: Leske + Budrich.
- Plessner, Helmuth (2002): *Grenzen der Gemeinschaft. Eine Kritik des sozialen Radikalismus*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Polke, Sigmar (1976): *Frühe Einflüsse, späte Folgen oder: Wie kamen die Affen in mein Schaffen? Und andere ikono-biographische Fragen*. In: Adriani, Götz/Harten, Jürgen/Fuchs, Rudi H. (Hg.): *Katalog zur Ausstellung: Bilder, Tücher, Objekte. Werkauswahl 1962-1971*. Tübingen, Düsseldorf, Eindhoven: Eigenverlag, 127-134.
- Popitz, Heinrich (1997): *Wege der Kreativität*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Pöppel, Ernst/Hoffman, Ruth (2008): ›...und schon ist man drin im kreativen Prozess. Ernst Pöppel im Interview.« *Die Zeit Online*, <http://www.zeit.de/zeit->

- wissen/2008/06/Kreativitaet-Interview/komplettansicht [Letzter Zugriff: 12.12.2012].
- Potthast, Jörg (2008): *Ethnography of a Paper Strip: The Production of Air Safety*. In: *Science, Technology & Innovation Studies* 4(1): 47-68.
- Pratt, Andy C. (2006): *Advertising and Creativity, a Governance Approach: A Case Study of Creative Agencies in London*. In: *Environment and Planning A* 38(10): 1883-1899.
- Pratt, Andy C./Jeffcut, Paul (2009a): *Conclusion*. In: Dies. (Hg.): *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*. London u.a.: Routledge, 265-276.
- Pratt, Andy C./Jeffcut, Paul (2009b): *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*. London u.a.: Routledge.
- Pricken, Mario (2001): *Kribbeln im Kopf. Kreativitätstechniken und Brain-Tools für Werbung und Design*. Mainz: Hermann Schmidt.
- Prinz, Sophia (2012): *Büros zwischen Disziplin und Design. Postfordistische Ästhetisierungen der Arbeitswelt*. In: Moebius, Stephan/Prinz, Sophia (Hg.): *Das Design der Gesellschaft. Zur Kulturosoziologie des Designs*. Bielefeld: transcript, 245-271.
- Purkhart, Markus/Mungenast, Barbara (1998): *Drunter und Drüber. Dress Codes im Geschäftsleben*. In: Lachmayer, Herbert/Eleonora, Louis (Hg.): *Work & Culture. Büro. Inszenierung von Arbeit*. Klagenfurt: Ritter, 403-413.
- Raab, Jürgen (2008): *Visuelle Wissenssoziologie. Theoretische Konzeption und materiale Analysen*. Konstanz: UVK.
- Rammert, Werner/Schubert, Cornelius (Hg.) (2006): *Technografie. Zur Mikrosoziologie der Gesellschaft*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Raunig, Gerald/Wuggenig, Ulf (2007): *Kritik der Kreativität*. Wien: Turia + Kant.
- Reckwitz, Andreas (2003): *Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken: Eine sozialtheoretische Perspektive*. In: *Zeitschrift für Soziologie* 32(4): 282-301.
- Reckwitz, Andreas (2006): *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Weilerswist: Velbrück.
- Reckwitz, Andreas (2008a): *Die Erfindung des Kreativsubjekts. Zur kulturellen Konstruktion von Kreativität*. In: Ders.: *Unschärfe Grenzen. Perspektiven der Kulturosoziologie*. Bielefeld: transcript, 235-257.
- Reckwitz, Andreas (2008b): *Latours Plädoyer für eine poststrukturalistische Heuristik des Sozialen*. In: *Soziologische Revue* 31: 337-343.
- Reckwitz, Andreas (2008c): *Praktiken und Diskurse. Eine sozialtheoretische und methodologische Relation*. In: Kalthoff, Herbert/Hirschauer, Stefan/Lindemann, Gesa (Hg.): *Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 188-209.
- Reckwitz, Andreas (2008d): *Subjekt*. Bielefeld: transcript.
- Reckwitz, Andreas (2012): *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp.

- Regnery, Claudia (2003): Die Deutsche Werbeforschung 1900 bis 1945. Münster: Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat.
- Reich, Robert R. (1993): Die neue Weltwirtschaft. Das Ende der nationalen Ökonomie. Frankfurt/M., Wien: Büchergilde Gutenberg.
- Renn, Joachim (2010): Koordination durch Übersetzung. Das Problem gesellschaftlicher Steuerung aus der Sicht einer pragmatistischen Differenzierungstheorie. In: Albert, Gert/Sigmund, Steffen (Hg.): Soziologische Theorie kontrovers. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft (50). Wiesbaden: VS Verlag, 311-327.
- Rheinberger, Hans-Jörg/Krauthausen, Karin/Nasim, Omar W. (2010): Papierpraktiken im Labor. Ein Interview. In: Krauthausen, Karin/Nasim, Omar W. (Hg.): Notieren, Skizzieren. Schreiben und Zeichnen als Verfahren des Entwurfs. Zürich: diaphanes, 139-158.
- Richardson, Peter (2001): When Work Was Fun. In: The Emory Center for Myth and Ritual in American Life. Working Paper 9: 1-18.
- Riesman, David (1965): Die einsame Masse: Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters. Mit einer Einführung in die deutsche Ausgabe von Helmut Schelsky. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- Rifkin, Jeremy (2004): Das Ende der Arbeit und ihre Zukunft. Neue Konzepte für das 21. Jahrhundert. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Rodenstock, Rolf (1956): Geleitwort zur BDW-Tagung 1956. In: Bund deutscher Werbeberater und Werbeleiter e.V. (Hg.): Zur geistigen Orientierung der Werbeberufe unsere Zeit. Bundestagung BDW Berchtesgaden 1956. Karlsruhe: Eigenverlag.
- Rohrscheidt, Joachim von (1970): Werbeagenturen. In: Behrens, Karl-Christian (Hg.): Handbuch der Werbung. Mit programmierten Fragen und praktischen Beispielen von Werbefeldzügen. Wiesbaden: Gabler, 347-358.
- Rose, Nikolas (1998): Governing Enterprising Individuals. In: Rose, Nikolas (Hg.): Inventing our Selves. Psychology, Power, and Personhood. Cambridge (UK): Cambridge University Press, 150-168.
- Rössel, Jörg (2006): Besprechung von Richard Floridas ›The Rise of the Creative Class‹ und ›Cities and the Creative Class‹. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 58(3): 544-545.
- Rothauer, Doris (2005): Kreativität & Kapital: Kunst und Wirtschaft im Umbruch. Wien: wuv.
- Rottenburg, Richard (2008): Übersetzung und ihre Dementierung. In: Kneer, Georg/Schroer, Markus/Schüttelpelz, Erhard (Hg.): Bruno Latours Kollektive. Kontroversen zur Entgrenzung des Sozialen. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 401-424.
- Ruppert, Wolfgang (1998): Der moderne Künstler: Zur Sozial- und Kulturgeschichte der kreativen Individualität in der kulturellen Moderne im 19. und frühen 20. Jahrhundert. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Ryle, Gilbert (2002): Der Begriff des Geistes. Stuttgart: Reclam.

- Sauer, Dieter (Hg.) (2002): Dienst - Leistung(s) - Arbeit: Kundenorientierung und Leistung in tertiären Organisationen. München: ISF.
- Schäfer, Hilmar (2013): Die Instabilität der Praxis. Reproduktion und Transformation des Sozialen in der Praxistheorie. Weilerswist: Velbrück.
- Schatzki, Theodore R. (1996): Social Practices. A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social. Cambridge (MA) u.a.: Cambridge University Press.
- Schatzki, Theodore R. (2001): Introduction: Practice Theory. In: Schatzki, Theodore R./Knorr-Cetina, Karin/Savigny, Eike von (Hg.): The Practice Turn in Contemporary Theory. London, New York: Routledge.
- Schatzki, Theodore R./Knorr-Cetina, Karin/Savigny, Eike von (Hg.) (2001): The Practice Turn in Contemporary Theory. London, New York: Routledge.
- Scheffer, Thomas (2001): Asylgewährung. Eine ethnographische Analyse des deutschen Asylverfahrens. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Schegloff, Emanuel A./Sacks, Harvey (1973): Opening up Closings. In: *Semiotica* 8(4): 289-327.
- Schindelbeck, Dirk (2000): Die erste deutsche Werbeagentur. In: Trödler & Sammeln. Deutschlands große Sammlerzeitschrift 5: 168-173.
- Schindler, Larissa (2012): Visuelle Kommunikation und die Ethnomethoden der Ethnographie. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie 37(2): 165-183.
- Schmidt, Gert (2010): Arbeit und Gesellschaft. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag, 127-147.
- Schmidt, Robert (2007): Die Verheißungen eines sauberen Kragens. Zur materiellen und symbolischen Ordnung des Büros. In: Heisler, Evamaria/Koch, Elke/Scheffer, Thomas (Hg.): Drohung und Verheißung. Mikroprozesse in Verhältnissen von Macht und Subjekt. Freiburg u.a.: Rombach, 111-135.
- Schmidt, Robert (2008a): Praktiken des Programmierens. Zur Morphologie von Wissensarbeit in der Software-Entwicklung. In: *Zeitschrift für Soziologie* 37(4): 282-300.
- Schmidt, Robert (2008b): Stumme Weitergabe. Zur Praxeologie sozialisatorischer Vermittlungsprozesse. In: *Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und der Sozialisation* 28(2): 121-136.
- Schmidt, Robert (2012): Soziologie der Praktiken. Konzeptionelle Studien und empirische Analysen. Berlin: Suhrkamp.
- Schmidt, Robert/Volbers, Jörg (2011): Öffentlichkeit als methodologisches Prinzip. Zur Tragweite einer praxistheoretischen Grundannahme. In: *Zeitschrift für Soziologie* 40(1): 24-41.
- Schmidt, Siegfried J. (2002): Werbung oder die ersehnte Verführung. In: Willems, Herbert (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 101-119.

- Schmidt, Siegfried J./Spieß, Brigitte (1994): Die Geburt der schönen Bilder. Fernsehwerbung aus Sicht der Kreativen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schmidt, Werner (1972): Kreativität und Organisation. Eine Analyse des Wesens von Kreativität und der Problematik der Erzeugung kreativer Leistungen in Unternehmen, dargestellt am Beispiel der Werbung (Dissertation). München: Ludwig-Maximilians-Universität München
- Schmitz, H. Walter (2001): ›Verstehen‹, ›Verständigung‹ und andere Schwierigkeiten. Zur Rezeption der Einleitung in die Kommunikationstheoretischen Schriften G. Ungeheuers. Die Konstruktion der Bedeutung. Symposium anlässlich des 60. Geburtstags von Johann G. Juchem. Institut für Kommunikationsforschung und Phonetik, Universität Bonn.
- Schneider, Norbert (2004): Ästhetische Geltungsansprüche. In: Jaeger, Friedrich/Liebsch, Burkhard (Hg.): Handbuch der Kulturwissenschaften. Stuttgart, Weimar: Metzler, 266-276.
- Schneider, Wolfgang Ludwig (2002): Grundlagen der soziologischer Theorie. Band 2: Garfinkel - RC - Habermas - Luhmann. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schön, Donald A. (1991): Designing as Reflective Conversation with the Materials of a Design Situation. Vortragsmanuskript: Edinburgh Conference on Artificial Intelligence in Design, Edinburgh, online verfügbar: <http://www.cs.uml.edu/ecg/pub/uploads/DesignThinking/schon-reflective-conversation-talk-design-games.pdf> [Letzter Zugriff: 18.5.2013].
- Schönberger, Klaus (2004): ›Ab Montag wird nicht mehr gearbeitet!‹ Selbstverwertung und Selbstkontrolle im Prozess der Subjektivierung von Arbeit. In: Hirschfelder, Gunther/Huber, Birgit (Hg.): Die Virtualisierung der Arbeit. Zur Ethnografie neuer Arbeits- und Organisationsformen. Frankfurt/M., New York: Campus, 239-266.
- Schönberger, Klaus/Springer, Stefanie (2003): Subjektivierte Arbeit. Mensch, Organisation und Technik in einer entgrenzten Arbeitswelt. Frankfurt/M.: Campus.
- Schrage, Dominik (2008): Zur Soziologie der kommerziellen Konsumforschung. In: Schrage, Dominik/Friederici, Markus R. (Hg.): Zwischen Methodenpluralismus und Datenhandel. Zur Soziologie der kommerziellen Konsumforschung. Wiesbaden: VS Verlag, 11-27.
- Schrage, Dominik (2009): Die Verfügbarkeit der Dinge. Eine historische Soziologie des Konsums. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Schröder, Hartmut (1998): ›Ich sage das einmal ganz ungeschützt‹ – Hedging und wissenschaftlicher Diskurs In: Danneberg, Lutz/Niederhauser, Jürg (Hg.): Darstellungsformen der Wissenschaften im Kontrast. Aspekte der Methodik, Theorie und Empirie. Tübingen: Narr, 263-276.
- Schröder, Marion (2006): Heureka, ich hab's gefunden! Kreativitätstechniken, Problemlösung & Ideenfindung. Witten: W31.

- Schug, Alexander (2004): Vom Newspaper space salesman zur integrierten Kommunikationsagentur. Die 120-jährige Entwicklungsgeschichte der Werbeagentur Dorland. In: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte(1): 5-25.
- Schultz, Susanne (2009): Neue (affektive) Arbeit, alte Dualismen. Zur feministischen Kritik am Begriff der ›immateriellen Arbeit‹ In: Bildpunkt (1): 7-9.
- Schulz-Schaeffer, Ingo (2010): Praxis, handlungstheoretisch betrachtet. In: Zeitschrift für Soziologie 39(4): 319-336.
- Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Schulze, Sabine/Grätz, Ina (Hg.) (2011): Apple Design. Katalog zur Ausstellung ›Stylelectrical. Von Elektrodesign, das Geschichte schreibt im Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg. Ostfildern: Hatje Cantz.
- Schumacher, Christina/Glaser, Marie Antoinette (2008): Kreativität in der Architekturausbildung. Erkundungen zu einem disziplinären Mythos. In: Althans, Birgit et al. (Hg.): Kreativität. Eine Rückrufaktion. Zeitschrift für Kulturwissenschaften 3(1). Bielefeld: transcript, 13-30.
- Schumpeter, Joseph A. (1928): Art. Unternehmer. In: Elster, Ludwig/Weber, Adolf/Wieser, Friedrich (Hg.): Handwörterbuch der Staatswissenschaften. Jena: Gustav Fischer, 476-487.
- Schumpeter, Joseph A. (1946): Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie. Bern: A. Francke.
- Schütz, Alfred (2003): Theorie der Lebenswelt I. Die pragmatische Schichtung der Lebenswelt. Konstanz: UVK.
- Schütz, Alfred/Luckmann, Thomas (2003): Strukturen der Lebenswelt. UVK.
- Schweizer, Thomas (1999): Wie versteht und erklärt man eine fremde Kultur? Zum Methodenproblem der Ethnographie. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 51(1): 1-33.
- Scott, Alan (2006): Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions. In: Journal of Urban Affairs 28(1): 1-17.
- Sennett, Richard (2008a): Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: Berlin Verlag.
- Sennett, Richard (2008b): Handwerk. Berlin: Berlin Verlag.
- Simmel, Georg (1992): Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Smart, Barry (2005): The Sport Star. Sport and the Cultural Economy of Sporting Celebrity. London u.a.: Sage.
- Smith, Dorothy E. (1990): Texts, Facts, and Femininity: Exploring the Relations of Ruling. London u.a.: Routledge.
- Söndermann, Michael (2012): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. Köln: Büro für Kulturwirtschaftsforschung.

- Söndermann, Michael et al. (2009): Endbericht Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionselemente der heterogenen Teilbereiche der »Kulturwirtschaft« zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Köln u.a.: CBC, KWF, prognos.
- Spradley, James P. (1979): *The Ethnographic Interview*. New York u.a.: Holt, Rinehart & Winston.
- Spradley, James P. (1980): *Participant Observation*. New York u.a.: Holt, Rinehart & Winston.
- Stanitzek, Georg (2011): Etwas das Frieda Grafe gesagt hat. In: Drügh, Heinz/Metz, Christian/Weyand, Björn (Hg.): *Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst*. Berlin: Suhrkamp, 175-195.
- Statistisches Bundesamt (2008): *Atypische Beschäftigung auf dem deutschen Arbeitsmarkt*. Wiesbaden.
- Steinbicker, Jochen (2011): *Zur Theorie der Informationsgesellschaft. Ein Vergleich der Ansätze von Peter Drucker, Daniel Bell und Manuel Castells*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Sternberg, R. J. (2006): The Nature of Creativity. In: *Creativity Research Journal* 18(1): 87-98.
- Sternberg, Robert J. (1988): *The Nature of Creativity: Contemporary psychological perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Strasser, Susan (2009): The Alien Past. *Consumer Culture in Historical Perspective*. In: Turow, Joseph/McAllister, Matthew P. (Hg.): *The Advertising and Consumer Culture Reader*. New York, London: Routledge, 25-37.
- Strauss, Anselm L./Corbin, Juliet M. (1990): Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria. In: *Zeitschrift für Soziologie* 19(6): 418-427.
- Strauss, Anselm L./Corbin, Juliet M. (2008): *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks u.a.: Sage.
- Stroebe, Wolfgang/Nijstad, Bernard A. (2004): Warum Brainstorming in Gruppen Kreativität vermindert: Eine kognitive Theorie der Leistungsverluste beim Brainstorming. In: *Psychologische Rundschau* 54(1): 2-10.
- Stuhr, Matthias (2010): *Mythos New Economy. Die Arbeit an der Geschichte der Informationsgesellschaft*. Bielefeld: transcript.
- Suchman, Lucy (2000): Making a Case: »Knowledge« and »Routine« Work in Document Production. In: Hindmarsh, Jon/Luff, Paul/Heath, Christian (Hg.): *Workplace Studies: Recovering Work Practice and Informing System Design*. Cambridge: Cambridge University Press, 29-45.
- Suchman, Lucy A. (1987): *Plans and Situated Actions: The Problem of Human-Machine Communication*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Süßmann, Johannes/Scholz, Susanne/Engel, Gisela (Hg.) (2007): *Fallstudien: Theorie - Geschichte - Methode*. Berlin: trafo-Verlag.

- SW-PS, Verband Schweizer Werbung (2012): stopp werbeverbote! Wieso Werbeverbote kein taugliches Mittel gegen gesellschaftliche Probleme sind. Zürich: SW-PS.
- Sydow, Jörg/Lindkvist, Lars/DeFillippi, Robert (2004): Project-based Organizations, Embeddedness and Repositories of Knowledge: Editorial. In: *Organization Studies* 25(9): 1475-1489.
- Taylor, Charles (1996): *Quellen des Selbst. Die Entstehung der neuzeitlichen Identität*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Taylor, Frederick W. (1919): *Grundsätze wissenschaftlicher Betriebsführung*. München, Berlin.
- Thiel, Joachim (2005): *Creativity and Space: Labour and the Restructuring of the German Advertising Industry*. Aldershot: Ashgate.
- Thinnes, Petra (1996): *Arbeitszeitmuster in Dienstleistungsbetrieben. Eine zeit- und organisationssoziologische Untersuchung am Beispiel der Werbebranche*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Thornton, Sarah (2010): *Sieben Tage in der Kunstwelt*. Frankfurt/M.: Fischer.
- Throsby, David (2001): *Economics and Culture*. Cambridge (UK): Cambridge University Press.
- Toynbee, Jason (2002): Fingers to the Bone or Spaced Out on Creativity? Labour Process and Ideology in the Production of Pop. In: Beck, Andrew (Hg.): *Cultural Work. Understanding the Cultural Industries*. London, New York: Routledge, 39-55.
- Türk, Klaus (2000): *Bilder der Arbeit. Eine ikonografische Anthologie*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Türk, Klaus/Lemke, Thomas/Bruch, Michael (2006): *Organisation in der modernen Gesellschaft. Eine historische Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Turow, Joseph/McAllister, Matthew P. (Hg.) (2009): *The Advertising and Consumer Culture Reader*. New York, London: Routledge.
- Twedt, Dirk Warren (1969): How to Plan New Products, Improve Old Ones, and Create Better Advertising. In: *The Journal of Marketing* 33(1): 53-57.
- Van der Ven, Frans (1972): *Sozialgeschichte der Arbeit. Band 3: 19. und 20. Jahrhundert*. München: DTV.
- Van Maanen, John (1991): The Smile Factory: Work at Disneyland. In: Frost, Peter J. et al. (Hg.): *Reframing Organizational Culture*. Newbury Park (CA): Sage, 58-76.
- Von Osten, Marion (2007a): Figur des Künstlers dient als Vorbild für innovative Arbeits- und Lebensstile – der kreative Imperativ. Online: <http://www.goethe.de/ges/soz/dos/arb/alw/de2355609.htm> [Letzter Zugriff: 18.05.2012].
- Von Osten, Marion (2007b): Unberechenbare Ausgänge. In: Raunig, Gerald/Wuggenig, Ulf (Hg.): *Kritik der Kreativität*. Wien: Turia + Kant, 103-116.

- Voß, G. Günter/Moldaschl, Manfred (2002): Zur Einführung. In: Voß, G. Günter/Moldaschl, Manfred (Hg.): Subjektivierung von Arbeit. Arbeit, Innovation und Nachhaltigkeit. München, Mering: Hampp, 13-21.
- Voß, Günter G. (1998): Die Entgrenzung von Arbeit und Arbeitskraft. In: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung 31(3): 473-487.
- Voß, Günter G./Pongratz, Hans J. (1998): Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der Ware Arbeitskraft? In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 50(1): 131-158.
- Voswinkel, Stephan (2004): Kundenorientierung. In: Bröckling, Ulrich/Krasmann, Susanne/Lemke, Thomas (Hg.): Glossar der Gegenwart. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 145-151.
- Warning, Rainer (Hg.) (1975): Rezeptionsästhetik: Theorie und Praxis. München: Fink.
- Hermann, Lena (2010): Springer & Jacoby - die Chronik eines Niedergangs. In: W&V. Online: http://www.wuv.de/agenturen/springer_jacoby_die_chronik_eines_niedergangs [Letzter Zugriff: 17.7.2011]
- Weber, Max (2005): Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie. Frankfurt/M.: Zweitausendeins.
- Weber, Max (2006): Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus. Herausgegeben und eingeleitet von Dirk Kaesler. München: C.H. Beck.
- Weckerle, Christoph/Theiler, Hubert (2010): Dritter Kreativwirtschaftsbericht Zürich. Die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für den Standort Zürich. Zürich: Stadt und Kanton Zürich.
- Weeser-Krell, Lothar M./Ploetz, Manfred (1987): Das Arbeitsfeld Werbung. Berufe - Ausbildung - Einsatz. Frankfurt/M.: Lang.
- Weiner, Matthew (2007 ff.): Mad Men (DVD), Lionsgate, USA.
- Weingarten, Elmar/Sack, Fritz (1976): Ethnomethodologie. Die methodische Konstruktion der Realität. In: Weingarten, Elmar/Sack, Fritz/Schenkein, Jim (Hg.): Ethnomethodologie: Beiträge zu einer Soziologie des Alltagshandelns. Frankfurt/M.: Suhrkamp, 7-26.
- Welsch, Wolfgang (1996): Aestheticization Processes: Phenomena, Distinctions and Prospects. In: Theory, Culture & Society 13(1): 1-24.
- Welskopp, Thomas (2004): Der Wandel der Arbeitsgesellschaft als Thema der Kulturwissenschaften - Klassen, Professionen und Eliten. In: Jaeger, Friedrich/Rüsen, Jörn (Hg.): Handbuch der Kulturwissenschaften. Themen und Tendenzen. Stuttgart: Metzler, 225-246.
- Whyte, William H. (1956): The Organization Man. New York: Simon & Schuster.
- Wiesand, Andreas J. (2006): Kultur- und Kreativwirtschaft. Was ist das eigentlich? In: Aus Politik- und Zeitgeschichte (34/35): 8-16.
- Willems, Herbert (1998): Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Modell, zur Theatralität von Praxis. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hg.): Inszenie-

- rungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Willems, Herbert (Hg.) (2002a): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Willems, Herbert (2002b): Vom Handlungstypus zur Weltkultur. Ein Blick auf Formen und Entwicklungen der Werbung. In: Willems, Herbert (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 55-99.
- Willke, Helmut (1998): Organisierte Wissensarbeit. In: Zeitschrift für Soziologie 27(3): 161-177.
- Winter, Rainer (2009): Cultural Studies. In: Kneer, Georg/Schroer, Markus (Hg.): Handbuch Soziologische Theorien. Wiesbaden: VS Verlag, 67-85.
- Wittgenstein, Ludwig (2006): Tractatus logico-philosophicus, Tagebücher 1914-1916, Philosophische Untersuchungen. Ludwig Wittgenstein Werkausgabe Band 1. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Wolff, Stephan (2000a): Dokumenten- und Aktenanalyse. In: Flick, Uwe/Kardorff, Ernst von/Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 502-513.
- Wolff, Stephan (2000b): Wege ins Feld und ihre Varianten. In: Flick, Uwe/Kardorff, Ernst von/Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 335-349.
- Woolgar, Steve (2004): Marketing Ideas. In: Economy and Society 33(4): 448-462.
- Yaneva, Albena (2005): Scaling Up and Down: Extraction Trials in Architectural Design. In: Social Studies of Science 35(6): 867-894.
- Yaneva, Albena (2009): The Making of a Building: A Pragmatist Approach to Architecture. Bern: Peter Lang.
- Yanow, Dvora (2006): Studying Physical Artifacts: An Interpretive Approach. In: Rafaeli, Anat/Pratt, Michael G. (Hg.): Artifacts and Organizations: Beyond Mere Symbolism: Lawrence Erlbaum Assoc., 41-60.
- ZAW online (2014): Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft. Online: <http://www.zaw.de> [Letzter Zugriff: 31.1.2014]
- Zinkhan, George M. (1993): Creativity in Advertising: Creativity in the Journal of Advertising. In: Journal of Advertising 22(3): 1-3.
- Zurstiege, Guido (2002): Die Gesellschaft der Werbung - Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. In: Willems, Herbert (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte, Produktionen und Rezeptionen, Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 121-138.
- Zurstiege, Guido (2007): Werbeforschung. Konstanz: UVK.