

# Inhalt

---

## Vorwort | 9

## EINLEITUNG

- 1. Künstlerisch-kreative Arbeit als Untersuchungsgegenstand | 13**
  - 1.1 Problemaufriss | 13
  - 1.2 Untersuchungsanlage und Aufbau | 25

## UNTERSUCHUNGSRAHMEN

- 2. Künstlerisch-kreative Arbeit**  
**Im arbeitsgesellschaftlichen Strukturwandel | 35**
  - 2.1 Was ist künstlerisch-kreative Arbeit? | 37
  - 2.2 Künstlerisch-kreative Arbeit  
im sozialstrukturellen Zwischenraum | 52
  - 2.3 Künstlerisch-kreative Arbeit als Effekt  
sozialstruktureller Umstellungen | 65
  - 2.4 Künstlerisch-kreative Arbeit als Zone  
arbeitsgesellschaftlicher Prekarisierung | 93
  - 2.5 Künstler und Kreative im Dienst eines neuen  
kapitalistischen Geistes | 113

- 3. Konzeptioneller Zugang:**  
**Soziale Felder als Reglerungsverhältnisse | 137**
  - 3.1 Das Konzept sozialer Felder | 137
  - 3.2 Feldverhältnisse und Machtbeziehungen | 142
  - 3.3 Entunterwerfung als soziale Praxis | 151
  - 3.4 Untersuchungsebenen | 156

# **EMPIRISCHE EINSICHTEN UND FELDZOIOLOGISCHE BEFUNDE**

## **4. Methodische Anlage | 163**

- 4.1 Feldorientierte Untersuchungsstrategie | 165
- 4.2 Datenerhebung | 167
- 4.3 Auswertungsstrategie und Darstellung der Befunde | 170
- 4.4 Soziologische Porträts als methodische Darstellungsform | 173

## **5. Regierungsverhältnisse**

### **von künstlerisch-kreativer Arbeit | 179**

- 5.1 Kultur- und Kreativwirtschaft – ein erwerbswirtschaftlicher Regierungsmodus | 180
- 5.2 Arbeits- und Beschäftigungsverhältnisse | 192
- 5.3 Wohlfahrtsstaatliche Regierung | 204
- 5.4 Zwischenfazit: Erwerbsstruktureller Wandel von künstlerisch-kreativer Arbeit | 214

## **6. Berlin als Ort für künstlerisch-kreative Arbeit**

### **Ein Rückblick in die Gegenwart | 221**

- 6.1 Berlin als Untersuchungsort oder: Besonderheiten im allgemein Möglichen | 222
- 6.2 Die 1970er und 1980er Jahre – Kreuzung von Sozial- und Künstlerkritik | 228
- 6.3 Die 1990er bis 2000er Jahre – Der Glaube an »arm aber sexy« | 243
- 6.4 Künstlerkritik nach 2010 – Formierung neuer interessenpolitischer Koalitionen | 258

## **7. Arbeits- und Produktionsbedingungen in**

### **der Designbranche | 267**

- 7.1 Soziodemografische Merkmale im Überblick | 268
- 7.2 Kommunikationsdesign | 270
- 7.3 Modedesign | 283

## **8. Die Designbranche als ein Ort von Status-Arbeit | 301**

- 8.1 Strategische Feldverortungen im Überblick | 302
- 8.2 »Cooles Zeug für Hinz und Kunz.« (Michael, Kommunikationsdesigner) | 304
- 8.3 »Ich mach keine Werbung – ich mach Kunst!« (Ines, Kommunikationsdesignerin) | 312
- 8.4 »Ich mag die Freiheit.« (Katharina, Modedesignerin) | 318
- 8.5 »Wäre schön, wenn ich mehr bewegen könnte.« (Doris, Modedesignerin) | 324

- 9. Möglichkeitsräume der Designbranche | 333**
  - 9.1 Eine Zwitterbranche zwischen Warenproduktion und Symbolökonomie | 334
  - 9.2 Erwerbsstrategien zwischen wirtschaftlicher und künstlerischer Selbstbestimmung | 342
  - 9.3 Arbeits-Lebens-Arrangements als Strukturierungszusammenhang | 351

## **FAZIT & AUSBLICK**

- 10. Hybride Status-Arbeit | 359**
  - 10.1 Gebrochene Teilhabeverversprechen und habituelle Irritationen | 362
  - 10.2 Kritik an einseitig überspitzten Leitbildannahmen | 368
  - 10.3 Hybride Konstellationen im Feld gesellschaftlicher Arbeit | 376
  - 10.4 Ausblick: Herausforderungen für Arbeits- und Ungleichheitssozialologie | 392

**Literatur | 401**

**Internetquellen | 449**

**Abbildungsverzeichnis | 451**