

# Inhalt

---

## **Vorwort | 7**

## **1 Einführung | 9**

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

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

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

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

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

## **4 Methodologie | 73**

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

## **5 Kreative und nicht-kreative Arbeitspraktiken | 95**

- 5.1 Ideengenerierung | 96
- 5.2 Gestaltung | 102
- 5.3 Frei sein, Mitbestimmen und Entscheiden | 104
- 5.4 Analyse & Interpretation | 107
- 5.5 Das Nicht-Kreative | 109

## **6 Von sozialen Feldern und Wertewelten | 115**

- 6.1 Soziale Felder und idealtypische Figuren als Bezugspunkte | 117
- 6.2 Kreativität in verschiedenen Wertewelten | 126
- 6.3 Kreativität als ein Chamäleon | 147
- 6.4 Soziale Felder versus kreative Wertewelten | 149

## **7 Sichtbares und Unsichtbares – Exklusives und Alltägliches | 157**

- 7.1 Schillernde Kreativität | 157
- 7.2 Profane Kreativität | 161
- 7.3 Außen- und Innenperspektive – Andere und das Selbst | 164
- 7.4 Von Dichotomien und subversiven Praktiken | 167

## **8 Das Künstlerische im Kommerziellen | 173**

- 8.1 Umgang mit Reibungspunkten | 174
- 8.2 Selbständigkeit als Befreiungsschlag? | 191
- 8.3 Von kleinen und großen Spielräumen | 200

## **9 Qualitätsansprüche an kreatives Schaffen | 203**

- 9.1 Formung durch wissenschaftliche Gütekriterien | 204
- 9.2 Gestaltungsregeln | 206
- 9.3 Handwerkliche Qualitätsansprüche als Rahmen des kreativen Schaffens | 208

## **10 Kreativität und der Neue Geist des Kapitalismus | 211**

- 10.1 Kreativität im Dienste verschiedener Welten | 213
- 10.2 Die Frage nach der guten Arbeit | 221
- 10.3 Kreative Arbeitsformen im Kontext einer Kreativen Wirtschaft | 233

## **11 Fazit – Alternative Lesarten | 239**

## **Bibliographie | 249**