

# Inhalt

1	Einführung .....	21
1.1	Kreativität als die Ressource der Zukunft ?.....	22
1.2	Ausgangssituation, Fragestellungen und Zielsetzung der Arbeit.....	24
1.3	Methodische Vorgehensweise .....	29
1.4	Aufbau der Untersuchung .....	32
2	Kreativität als räumliches Phänomen.....	35
2.1	Pfade zu einem differenzierten Kreativitätsverständnis .....	35
2.1.1	Mythos Kreativität – der lange Weg vom Genie bis zur alltäglichen Fähigkeit .....	36
2.1.2	Ursprung und Eigenschaften der Kreativität .....	38
2.1.3	Definitionen von Kreativität .....	44
2.1.4	Formen von Kreativität.....	48
2.2	Eigenschaften des Kreativitätsprozesses .....	59
2.2.1	Bisheriger Stand der Forschung – im Hinblick auf Kreativitätsprozesse .....	59
2.2.2	Vorbereitende und zusammenführende Überlegungen zum Kreativitätsprozess .....	63
2.2.3	Phasenmodell und Stufen des Kreativitätsprozesses .....	65
2.2.4	Perspektivenvielfalt und Gegensätze innerhalb des Kreativitätsprozesses.....	74
2.3	Systemisches Verständnis des Kreativitätsprozesses.....	79
2.3.1	Der Weg zu einem systemischen Verständnis des Kreativitätsprozesses.....	79
2.3.2	Bestandteile des systemischen Modells des Kreativitätsprozesses .....	83
2.3.3	Funktionsweise des systemischen Modells des Kreativitätsprozesses.....	108
2.4	Kreativität und Raum .....	111
2.4.1	Auf dem beschwerlichen Weg zu einer räumlichen Perspektive von Kreativität .....	113

2.4.2	Raumkonzepte und Kreativität .....	117
2.4.3	Gegenüberstellung der Raumkonzepte .....	130
2.4.4	Raumbasierte Externalitäten und Kreativität .....	133
2.5	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen zum Kreativitätsprozess .....	144
3	Kulturelle Kreativität als räumliches Phänomen .....	149
3.1	Das Wesen der kulturellen Kreativität .....	151
3.1.1	Verständnis und Differenzierung von Kultur im Rahmen 'kultureller Kreativität' .....	155
3.1.2	Komponenten kultureller Kreativität .....	162
3.1.3	Sphären kultureller Kreativität .....	166
3.1.4	Eine erste Zusammenfassung – ein kulturell kreativer Sektor? .....	187
3.2	Entstehung von kultureller Kreativität.....	192
3.2.1	Kultur und der idealtypische Kreativitätsprozess .....	192
3.2.2	Die Ursprünge kultureller Kreativität.....	196
3.2.3	Phasenmodelle- und Stufen des kulturellen Kreativitätsprozesses ...	204
3.3	Bedeutungszuweisung und Wertgenerierung bei kultureller Kreativität.....	207
3.3.1	Der Zeichenwert kultureller Kreativität.....	212
3.3.2	Der öffentliche Wert kultureller Kreativität .....	214
3.3.3	Der ökonomische Wert kultureller Kreativität .....	218
3.3.4	Der resultierende kreative Wert kultureller Kreativität.....	224
3.3.5	Schwierigkeiten bei der Wertermittlung und Evaluation kultureller Kreativität.....	227
3.4	Kulturelle Kreativität und Raum.....	238
3.4.1	Individuenzentrierte Ansätze.....	240
3.4.2	Communitybasierte Ansätze.....	243
3.4.3	Marktbasierte Ansätze .....	250
3.4.4	Raumbasierte Ansätze .....	262
3.5	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen zum kulturellen Kreativitätsprozess.....	268
4	Das kreative Feld – Versuch einer Synthese des kulturellen Kreativitätsprozesses aus räumlicher Perspektive.....	275
4.1	Die Konzeption des kreativen Feldes .....	276
4.1.1	Personale Sphäre des kulturell kreativen Feldes .....	282
4.1.2	Gesellschaftliche Sphäre des kulturell kreativen Feldes.....	285
4.1.3	Wirtschaftliche Sphäre des kulturell kreativen Feldes.....	288

---

4.2	Raumkonzepte und das kulturell kreative Feld.....	294
4.3	Die Überlagerung räumlich bedingter Externalitäten und die Logik des kulturell kreativen Feldes .....	306
4.4	Kritik und Erweiterung des kulturell kreativen Feldes .....	317
4.5	Erkenntnisse und Schlussfolgerungen zum kulturell kreativen Feld ...	321
5	Fazit.....	323
5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	323
5.2	Forschungsperspektiven und politische Implikationen .....	331
6	Literaturverzeichnis.....	345
7	Anhänge .....	393