

Katharina Bingel

DRITTE ORTE KREATIV- URBANER MILIEUS

Eine gendersensible Betrachtung
am Beispiel Braunschweig

[transcript] urban studies

Aus:

Katharina Bingel

Dritte Orte kreativ-urbaner Milieus

Eine gendersensible Betrachtung am Beispiel Braunschweig

April 2019, 332 S., kart., Klebebindung, 75 SW-Abbildungen

34,99 € (DE), 978-3-8376-4819-5

E-Book:

PDF: 34,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4819-9

Kreativität ist ein Produkt sozialer Austauschprozesse, die auch im digitalen Zeitalter noch an konkreten, physischen Orten stattfinden. Für eine erfolgreiche Stadtentwicklung ist es daher erforderlich, die Produktionsorte der Kreativität zu identifizieren und zu stärken. Mithilfe qualitativer Methoden deckt Katharina Bingel die Mechanismen von Entstehung, Aneignung und Bedeutungszunahme von Dritten Orten kreativ-urbaner Milieus unter Berücksichtigung sozialer In- und Exklusionslinien auf. Dabei fragt sie nach der sozialen Produktion Dritter Orte im Zusammenspiel mit dem physischen Raum und leitet daraus Implikationen für eine nachhaltige Stadtentwicklung ab.

Katharina Bingel (Dr. rer. nat.), geb. 1985, ist Lehrbeauftragte und Dekanatsreferentin an der Ostfalia Hochschule in Salzgitter und lehrt dort in den Studiengängen Stadt- und Regionalmanagement sowie Führung in Dienstleistungsunternehmen. Sie ist diplomierte Geographin (Justus-Liebig-Universität Gießen), promovierte an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel und lebt in Braunschweig. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Stadtentwicklung und Kreativität sowie soziale In- und Exklusion.

Weiteren Informationen und Bestellung unter:
www.transcript-verlag.de/978-3-8376-4819-5

Inhalt

Danksagung | 9

Zusammenfassung/Summary | 11

1 Einleitung | 13

- 1.1 Problemaufriss und Forschungsbedarf | 13
- 1.2 Forschungsleitende Fragenkomplexe | 19
- 1.3 Aufbau der Arbeit und Forschungsdesign | 20

2 Raum, Ort und Gender | 25

- 2.1 Soziale Konstruktion von Raum und Ort | 26
 - 2.1.1 Der Containerraum und seine (vermeintliche) Überwindung | 27
 - 2.1.2 Von der Physik zum Sozialen | 29
 - 2.1.3 Über relativistische zu relationalen Raumvorstellungen | 34
 - 2.1.4 Vom Raum zum Ort | 40
 - 2.1.5 Atmosphärische Qualitäten von Raum und Ort | 43
 - 2.1.6 Angewandtes Begriffsverständnis von Atmosphären | 49
- 2.2 Geschlecht, Gender, Intersektionalität und Raum | 50
 - 2.2.1 Vom natürlichen Geschlecht zum sozialen Gender | 52
 - 2.2.2 Gender und Intersektionalität als Ausdruck des Verhältnisses von sozialen und räumlichen Strukturen | 55
- 2.3 Die Aneignung von Raum und Ort | 66
- 2.4 Öffentliche, teilöffentliche und private Räume | 70
 - 2.4.1 Die Privatisierung des öffentlichen Raums im Neoliberalismus | 76
 - 2.4.2 Die Wiederinwertsetzung des Öffentlichen Raums in Zeiten der Digitalisierung | 80
 - 2.4.3 Urbane Freiräume als Räume des Kompensatorischen, Komplementären und Korrespondierenden | 85
 - 2.4.4 (Un-)Sicherheiten im öffentlichen Raum | 89
 - 2.4.5 Angewandtes Begriffsverständnis des öffentlichen Raums | 95

3 Kreativität und die neue Attraktivität der Städte | 99

- 3.1 Gesellschaftliche Wandlungstendenzen | 100
- 3.1.1 Flexibilisierung und Entgrenzung als Zeichen
von (vermeintlicher) Freiheit | 102
- 3.1.2 Von individueller zu kollektiver Kreativität | 110
- 3.2 Kreativität als Zauberwort in der Stadtentwicklung | 117
- 3.3 Kreativitätsorientierte Ansätze
für den urbanen Raum | 121

4 Das kreativ-urbane Milieu und seine Dritten Orte | 129

- 4.1 Relevante Milieukonzepte | 130
- 4.2 Das Konzept der kreativ-urbanen Milieus | 132
- 4.3 Die Ressourcen kreativ-urbaner Milieus | 135
- 4.4 Dritte Orte als Orts-Ressource
kreativ-urbaner Milieus | 138

5 Empirischer Teil | 145

- 5.1 Untersuchungsraum | 146
- 5.2 Darstellung und Begründung
der gewählten Methodik | 147
- 5.2.1 Soziale Netzwerkanalyse und Vorstudie | 147
- 5.2.2 Autofotografie und episodisch-narrative Interviews | 149
- 5.3 Empirische Ergebnisse | 165
- 5.3.1 Geografische Lage der Dritten Orte
des kreativ-urbanen Milieus | 166
- 5.3.2 Privatheit im Öffentlichen | 167
- 5.3.3 Architektonische und städtebauliche Attraktivität | 171
- 5.3.4 Modi der Aneignung Dritter Orte | 174
- 5.3.5 Entdeckungen von und an Dritten Orten | 178
- 5.3.6 Anziehende und abstoßende Sinneseindrücke
an Dritten Orten | 182
- 5.3.7 Konsumverhalten und qualitativer Anspruch an
Dritte Orte | 183
- 5.3.8 Temporäre vs. institutionalisierte Dritte Orte | 186
- 5.3.9 Nostalgische Empfindungen an und durch
Dritte Orte | 189
- 5.3.10 Freunde ohne Freundschaft | 192

- 5.3.11 Engagement im kreativ-urbanen Milieu | 194
- 5.3.12 Authentizität als Qualitätsmerkmal Dritter Orte | 199
- 5.3.13 Brüche und Kontraste im Raum und am Dritten Ort | 205
- 5.3.14 Hybridität und funktionale Unbestimmtheit
Dritter Orte | 217
- 5.3.15 Ungeplante, aber planbare Begegnungen
an Dritten Orten | 223
- 5.3.16 Entzug vom kreativ-urbanen Milieu | 230
- 5.3.17 Inklusion und Exklusion an Dritten Orten
unter Gender- und Intersektionalitätsaspekten | 235
- 5.4 Neun Thesen zu Dritten Orten
des kreativ-urbanen Milieus | 252

6 Fazit | 255

- 6.1 Bedeutung Dritter Orte kreativ-urbaner Milieus | 255
- 6.2 Genese Dritter Orte kreativ-urbaner Milieus | 261
- 6.3 Soziale In- und Exklusionslinien Dritter Orte
kreativ-urbaner Milieus | 264
- 6.4 Implikationen für die Stadtentwicklung | 268

7 Quellenverzeichnis | 273

- 7.1 Literaturverzeichnis | 273
- 7.2 Abbildungsquellen | 325

Proband_innen der Untersuchung | 327

Danksagung

Ich danke herzlich Michael Wachs sowie Christine und Jürgen Bingel für die vielfältige und immer geduldige Unterstützung. Ihr habt immer einen Schirm für mich!

Zudem danke ich folgenden Personen, die mich während der letzten Jahre (oft auf kreative Weise) unterstützt haben: Veronika Wachs und Christian Gerling, Monika und Gunter Wachs, Christiane Lischka, Jens Nußbaum, meinen lieben Kolleginnen und Kollegen vom IfTR sowie den Glückshasen!

Weiterhin gilt mein Dank den BetreuerInnen der vorliegenden Arbeit, Prof. Dr. Brigitte Wotha und Prof. Dr. Florian Dünckmann von der Universität Kiel, allen Probandinnen und Probanden, sowie Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack und Prof. Dr. Grit Leßmann von der Ostfalia Hochschule.

Das Forschungsprojekt „Kreative und ‚ihre‘ Stadt“, innerhalb dessen die vorliegende Dissertationsschrift entstehen konnte, wurde gefördert mit Forschungsmitteln des Landes Niedersachsen.

Zusammenfassung/Summary

Kreative und kreative Orte gelten als Attraktivitätsgenerator für Städte in der Wissensgesellschaft, in der der Konkurrenzdruck zwischen Städten und Regionen um Einwohner_innen und Besucher_innen zunimmt. Um diesem Druck standhalten zu können, sind Städte auf das ihnen innewohnende Potenzial angewiesen, das sich nur mithilfe der kreativen und innovativen Bewohner_innen erschließen lässt. Kreative haben zum einen ein inhärentes Interesse an der Entwicklung ihrer Stadt und fordern eine entsprechende Teilhabe ein. Zum anderen gestaltet sich die Aktivierung und Beteiligung dieser Akteursgruppe als besonders anspruchsvoll. Da Kreativität als ein Produkt sozialer Austauschprozesse verstanden wird, die auch im digitalen Zeitalter noch an konkreten, physischen Orten stattfinden, ist es für eine nachhaltige und gendersensitive Stadtentwicklung erforderlich, die Produktionsorte der Kreativität zu identifizieren und zu stärken.

In diesem Zusammenhang beschäftigt sich die vorliegende Arbeit mit der Entstehung, Entwicklung und der Bedeutung von Dritten Orten kreativ-urbaner Milieus, einerseits für Mitglieder kreativ-urbaner Milieus selbst, andererseits für eine zukunftsgerichtete, gendersensible Stadtentwicklung. Dabei werden insbesondere Fragen nach der sozialen Produktion und Aneignung Dritter Orte im Zusammenspiel mit dem physischen Raum behandelt. Soziale In- und Exklusionslinien werden aus genderspezifischer und intersektionaler Sicht eruiert, sodass Aussagen über integrierende bzw. exkludierende Merkmale Dritter Orte gemacht werden können. Darüber hinaus werden Erkenntnisse über Atmosphären, Aneignungsformen, Charakteristika und Funktionen von einzelnen Dritten Orten nachgezeichnet. Aus gesamtstädtischer Sicht lassen sich die Dritten Orte eines kreativ-urbanen Milieus modellhaft als untereinander verwobene Netzwerke auf vier Ebenen verstehen: räumlich, sozial, idealistisch und ökonomisch. Je mehr dieser Netzebenen einem Dritten Ort zugeschrieben werden, umso attraktiver beziehungsweise relevanter wird er für Mitglieder des kreativ-urbanen Milieus.

Aus den über die Methoden der Autofotografie und episodisch-narrativen Interviews gewonnenen Erkenntnissen können Implikationen für eine nachhaltige und gendersensitive Stadtentwicklung abgeleitet werden.

Creatives and creative places are seen as a significant factor contributing to the attractiveness of cities in the knowledge society, in which the competitive pressure between cities and regions for inhabitants and visitors increases. To cope with this pressure, cities rely on their inherent potential, which can only be unlocked with the help of creative and innovative residents. Creatives have an inherent interest in the development of ‚their‘ city and demand appropriate participation. However, the activation and participation of this group of actors is particularly challenging. Since creativity is understood as a product of social exchange processes that still take place in concrete, physical places even in the digital age, it is necessary for sustainable and gender-sensitive urban development to identify and strengthen the places of production of creativity.

In this context, this thesis deals with the genesis, development and significance of third places of creative-urban milieus, on the one hand for members of creative-urban milieus themselves, on the other hand for a forward-looking, gender-sensitive urban development. In particular, questions about the social production and appropriation of third places are dealt with in interaction with physical space. Social inclusion and exclusion lines are explored from gender-specific and intersectional perspectives so that statements can be made about integrating or excluding features of third places. In addition, findings on atmospheres, forms of appropriation, characteristics and functions of individual third places are traced. From a city-wide perspective, the third places of a creative-urban milieu can be modeled as interwoven networks on four levels: spatial, social, idealistic and economic. The more these levels are attributed to a third place, the more attractive or relevant it becomes for members of the creative-urban milieu.

Implications for sustainable and gender-sensitive urban development can be deduced from the findings gained through the methods of auto-photography and episodic-narrative interviews.

1 Einleitung

„Die Menschen, nicht die Häuser
machen die Stadt.“
*Perikles*¹

Im Spannungsfeld aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen ist der Konkurrenzkampf der Städte und Regionen um die sogenannten *High Potentials* voll entbrannt. Nur die Städte und Regionen, die ihre vielfältige Kreativ- und Wissenselite an sich binden können, werden im globalen Wettbewerb bestehen können. So lässt sich die aktuelle Rahmung der Stadtentwicklungspolitik zugespitzt zusammenfassen. In diesem Zusammenhang ist die Einbindung *Kreativer* als Impulsgeber für eine nachhaltige Stadtentwicklung eine maßgebliche Voraussetzung, um neue und innovative Wege zu denken und Perspektivwechsel auf verschiedensten Ebenen einzuleiten. Doch gerade kreativ Tätige und sogenannte Wissensarbeiter_innen sind aufgrund oftmals prekärer und projektbezogener Arbeitsverhältnisse sowie unter Umständen multilokaler Lebensführung nur schwer mit klassischen Partizipationsinstrumenten einzubinden. Die Stadt kann jedoch auch nicht an ihnen vorbei entwickelt werden. Zum einen wäre dies eine fahrlässige Nichtberücksichtigung des kreativen Kapitals, zum anderen haben Mitglieder kreativ-urbaner Milieus ein besonders starkes Bedürfnis an Mitsprache und Mitgestaltung ihrer räumlichen Umgebung.

1.1 PROBLEMAUFRISS UND FORSCHUNGSBEDARF

Städte und Regionen stehen in Zeiten der Globalisierung und des fortschreitenden demographischen Wandels zunehmend unter Konkurrenzdruck. Um sich in diesem Wettbewerb behaupten zu können, bedarf es neben relativ kurzfristig zu realisierenden Leuchtturmprojekten vor allem einer nachhaltigen Strategie in der Stadtentwicklung, die es ermöglicht, dass Städte (auch) zukünftig attraktive

1 Athenischer Staatsmann (500 v. Chr.-429 v. Chr.).

Standorte für die verschiedenen Anspruchsgruppen, für Frauen und Männer gleichermaßen, darstellen. Medienwirksame Proteste wie beispielsweise im Zuge der geplanten Umbaumaßnahmen des Hamburger Gängeviertels oder in Bezug auf das für Deutschland in diesem Zusammenhang prominenteste Beispiel ‚Stuttgart 21‘ zeigen, dass eine klassische Top-Down-Planung nicht mehr dem Zeitgeist entspricht und zu Widerstand in einer mündigen Bürgergesellschaft führt. Stattdessen werden vermehrt Bottom-Up-Ansätze initiiert, aufgegriffen, ausprobiert, wieder abgelegt oder befördert, im Sinne eines gesteigerten Bedürfnisses nach zivilgesellschaftlichen Governanceformen. Vor diesem Hintergrund müssen die in der heutigen Stadtgesellschaft bestehende Vielfalt und die in ihr virulente Kreativität als entscheidende Impulsgeber für eine nachhaltige und gendersensible Stadtentwicklungspolitik und -planung begriffen werden.

Stadtentwicklung, die zugleich die Vielfalt einer Stadtgesellschaft anerkennt und die aktuellen und gleichsam langfristigen Problemlagen wie den demografischen Wandel, parallele Wachstums- und Schrumpfungstendenzen, den Wandel von einer Industrie- zu einer Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft, die damit verbundenen arbeitsmarktpolitischen Wandlungstendenzen und Veränderungen im Mobilitätsverhalten der Bevölkerung etc. berücksichtigen soll, ist dabei auf innovative (Problemlösungs-)Ideen angewiesen. Diese innovativen Ideen müssen einem entsprechenden kreativen Potenzial entspringen, welches sich nur mit Hilfe der kreativen Bewohner_innen einer Stadt erschließen lässt. Die so genannten Kreativen sind dabei nicht nur als Impulsgeber bestens geeignet, sondern haben auch eine intrinsische Motivation, an der Entwicklung ‚ihrer‘ Stadt aktiv mitzuwirken und Wandel zu gestalten. Dies betrifft nicht nur die ökonomische Ebene im Sinne der Kultur- und Kreativwirtschaft und die physisch-materielle Ebene im Sinne von Künstler_innen im engeren Sinne, sondern auch die gesamte gesellschaftlich-räumliche kreative Ebene, im Sinne kreativ-urbaner Milieus. Es stellt sich die Frage, wie die Kreativen mit ‚ihrer‘ Stadt umgehen wollen und wie die Stadt mit ‚ihren‘ Kreativen umgehen will.

Spätestens seit der Diskussion um die Konzepte der Creative Class (Florida 2002) und der Creative City (Landry 2000; Florida 2005) ist insbesondere die Kultur- und Kreativwirtschaft Gegenstand zahlreicher Untersuchungen der aktuellen Stadtforschung bezüglich ihrer politischen, wirtschaftlichen und räumlichen Wirkungen geworden (vgl. Söndermann et al. 2009; vgl. Zimmermann/Schulz 2009; vgl. Lange/von Streit/Hesse 2011; vgl. Reich 2013). Dabei wird sie bislang vor allem als ökonomischer Faktor der Stadtentwicklung und insbesondere der Wirtschaftsförderung betrachtet. So wurde die Kultur- und Kreativwirtschaft vielfach als neues Wachstumsfeld für städtische Ökonomien identifiziert (vgl. Kunzmann 2009; Hafner/von Streit 2010; vgl. Nelkert 2011;

vgl. Gornig/Mundelius 2012), auch wenn wirtschaftspolitische Einflussmöglichkeiten sowie signifikante stadt- und regionalökonomische Effekte zum Teil nicht eindeutig belegt werden konnten oder zumindest angezweifelt werden (vgl. Peck 2005; vgl. Fritsch/Stützer 2012). Aus Sicht vieler Autor_innen ist ein regelrechter Wettbewerb um die kreative und wissensintensive Elite auszumachen, den die Städte für sich entscheiden müssen. Eine Erweiterung der Perspektive auf einen von der reinen urbanen Ökonomie abweichenden Nutzen findet bislang nur rudimentär statt.

Die Attraktivität einer Stadtentwicklungspolitik à la Florida, Landry und Co. geht einher mit einem veränderten Verständnis von Stadtentwicklungsplanung. Während bis in die späten 90er Jahre vor allem das Paradigma der Perspektivplanung vorherrschte, findet derzeit ein Übergang zu strategischen Planungsstrategien statt (vgl. Ritter 2006). Teilhabe, Kooperation, Aktivierung und Aushandlung (vgl. Albers 2005) der Bürgerschaft werden unter dem Stichwort Governance vermehrt als Bereicherung und weniger als Störfaktor anerkannt und zu prominenten Aspekten planerischen Handelns. Dabei wird es zur zentralen Herausforderung, die Wissens- und Erfahrungsbestände der Akteur_innen mit vielfältigen differierenden sozialen und professionalen Hintergründen zusammenzubringen.

Auch vor dem Hintergrund einer postulierten neuen Attraktivität der Städte (vgl. Adam/Sturm 2012) im Zuge diversifizierter Reurbanisierungstendenzen gewinnen kreativ-urbane Milieus als potenzielle Impulsgeber für Stadtentwicklungsprozesse größere Bedeutung (vgl. Ebert et al. 2008; vgl. Overmeyer 2010; vgl. Heider 2011; vgl. Zierold 2012). Dabei muss die Betrachtung der Kreativen als sozial-räumliches Milieu von gesteigertem Interesse sein, da neben den Akteur_innen selbst vor allem deren Netzwerkbeziehungen und Ortsbindungen als relevante Faktoren für die Stadtentwicklung identifiziert wurden (vgl. Merkel 2008; vgl. Frey 2009; vgl. Heider 2011/2012). Es wächst die Erkenntnis, dass Kreative zum einen ein inhärentes Interesse an der Entwicklung ‚ihrer‘ Stadt haben sowie eine entsprechende Teilhabe einfordern (vgl. Höpner 2012) und sich zum anderen die Aktivierung beziehungsweise Beteiligung dieser Akteursgruppe aufgrund ihrer oftmals prekären Arbeits- und teils multilokalen Lebensverhältnisse als besonders anspruchsvoll darstellt (vgl. Hilti 2009; vgl. Lange et al. 2009; vgl. Petzold 2011).

Da Kreativität, wenigstens im sozialwissenschaftlichen Kontext, aber auch zunehmend darüber hinaus, als ein Produkt sozialer Austauschprozesse verstanden wird, die auch im digitalen Zeitalter noch an konkreten, physischen Orten stattfinden, ist es für eine nachhaltige und gendersensitive Stadtentwicklung erforderlich, die Produktionsorte der Kreativität zu identifizieren und zu stärken.

Dazu sind zunächst tiefergehende Informationen über das Wesen und die Struktur kreativ-urbaner Milieus notwendig. Einerseits, um diese Milieus in einer forschungsadäquaten Weise greifbar und damit analysierbar zu machen und damit verknüpft, um die Interaktionsorte der Akteur_innen zu verstehen, ihre Entwicklung nachvollziehbar zu machen und letztlich den Erhalt und die Förderung solcher Kreativitätszentren zu ermöglichen und damit zur Attraktivität der Städte für kreative Männer und Frauen beizutragen. Diesbezüglich ist es notwendig, dass auch und gerade die Sphäre zwischen Wohnen und Arbeiten im engeren Sinne, die Sphäre der so genannten Dritten Orte, betrachtet wird. Letztlich können über den Raum mithilfe dieser Kreativitätszentren gezielte Initialzündungen in die Netzwerke der Kreativen gegeben werden, um das Potenzial dieser kreativ-urbanen Milieus an die Städte zu binden. Denn gerade die oftmals prekäre, multilokale und projektorientierte Lebens- und Arbeitsrealität der Kreativen steht im Gegensatz zur gewünschten Identifikation mit der jeweiligen Stadt und der Teilhabe an Stadtentwicklungsprozessen.

In der aktuellen Diskussion um Kreative beziehungsweise kreativ-urbane Milieus wird von verschiedenen Autor_innen darauf eingegangen, dass sie hinsichtlich dreierlei Ressourcenbündel untersucht werden können. Bei Janet Merkel (2008) handelt es sich um Akteurs-, Netzwerk- und Ortsressourcen, bei Oliver Frey (2009) um Ich-, Wir- und Ortsressourcen. Frey (2009) geht in seiner umfassenden eher planungstheoretischen Arbeit auf die Lebens- und Arbeitswelten der Kreativen ein und identifiziert kreative Arbeitsorte (insbesondere Orte des Loft-Workings) als Voraussetzung urbaner Kreativität. Er beschreibt die veränderten Strategien der Steuerung in der Stadtplanung, um diese Arbeitsorte zu fördern und zu unterstützen. Eine Perspektive, die explizit die Orte des Dazwischen, die Orte der ‚Freizeit‘ als Netz von Räumen der Kreativitätsgenese in den Blick nimmt, fehlt allerdings bislang. Hinsichtlich der Orts-Ressource ist es, wie auch Silke Steets (2011: 101) anregt, jedoch notwendig, Orte zu untersuchen, die „die [kreativ-urbanen] Akteure in ihrer alltäglichen Auseinandersetzungen mit der sie umgebenden gebauten Materialität und den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ihrer Praxis hervorbringen“. Die Sphäre außerhalb der (in Bezug auf Kreative unter Umständen in Teilen identischen) räumlichen Wohn- und Arbeitsverhältnisse wird dabei in der bisherigen Forschung aber weitestgehend ausgeblendet. Eine tiefergehende Analyse der sogenannten „Third Places“ (Oldenburg 1989) als soziale Interaktions- und Kommunikationsräume abseits von Wohnung und Arbeit im engeren Sinne unter der Beachtung der veränderten Lebens- und Arbeitsbedingungen im Zuge der strukturellen Wandlungsprozesse findet nicht oder lediglich in Ansätzen statt. „A concept of creative milieus should include the notion of creativity as a communicative process, and should

take in account that people's social, cultural and physical environment are integrative parts of the creative process.“ (Metzger 2008: 384f.) Auch vor diesem Hintergrund stellen jene Dritten Orte Zwischen- und Möglichkeitsräume für informelle und formelle Kommunikation und die Weitergabe von implizitem Wissen dar, was für Kreativtätige aufgrund entgrenzter Arbeitswelten von besonderer Bedeutung ist. Sie können als „gesellschaftliches Rückgrat“ (Neff/Wissinger/Zukin 2005: 135) kreativ-urbaner Milieus angesehen werden, in ihnen wird städtisches Zusammenleben verhandelt (vgl. Steets 2011: 101). In dieser Weise finden „Netzwerke und Gemeinschaften [...] ihre gemeinsamen Werthaltungen über den Raum“ (Frey 2009: 117). Nach Merkel (vgl. 2012a: 696) können an konkreten Orten zudem Beziehungsstrukturen sichtbar gemacht werden, die innerhalb kreativ-urbaner Milieus bestehen.

Vor dem Hintergrund des höchst aktuellen Diskurses, ob und in welcher Art und Weise öffentliche und teilöffentliche Räume zu einer sozialen Integration und sozialer Kohäsion in einer vielfältigen, multioptionalen und globalisierten Gesellschaft beitragen können, ist es notwendig, als öffentlich empfundene Räume und Orte, wie sie Dritte Orte in der Regel darstellen, „unter Einbeziehung derjenigen, die es alltäglich angeht, nämlich der Nutzerinnen und Nutzer“ (Klamt 2012: 800) zu betrachten. Es muss der Frage nachgegangen werden, ob öffentliche Räume, trotz der Möglichkeiten, die die digitalisierte Welt bietet, weiterhin als soziale Integrationsmomente für in diesem Fall kreativ-urbane Milieus verstanden werden können, oder „ob die in der Theorie anklingende Idealisierung einer sozialen Integration im und durch den öffentlichen Raum nicht eine zwar gut gemeinte, aber letztlich irreführende und weithin fiktive ‚Grundannahme‘ der Forschung darstellt“ (ebd.) und öffentliche Räume vielmehr als von Exklusionslinien durchzogen anzunehmen sind. Damit in Verbindung steht die Frage danach, ob urbane Räume und die sich in ihnen befindlichen konkreten Orte in der Wissensgesellschaft „ihre (positiven) Qualitäten entwickeln oder zumindest bewahren können“ (Frey 2009: 32) und inwiefern und in welcher Weise kreativ-urbane Milieus dazu beitragen können.

Ebenso wie es sich bei der wissenschaftlichen Rezeption der Kultur- und Kreativwirtschaft verhält, werden auch Dritte Orte bisher vor allem in der betriebswirtschaftlich ausgerichteten Forschung thematisiert. Dabei werden sie eher aus Marketing- und Konsummaximierungs-, denn aus sozial-kulturellen Aspekten heraus thematisiert. Damit steht auch in Verbindung, dass Gender- und Diversitätsaspekten bei ihrer Betrachtung bislang keine Aufmerksamkeit zu teil geworden ist. In seiner Abhandlung über Dritte Orte geht Ray Oldenburg als prominentester Vertreter der Thematik zwar implizit auf intersektionale Aspekte ein, indem er von einer ihnen inhärenten „social equality“ (1989: 42) spricht.

Studien zu Orten insbesondere des Nachtlebens belegen jedoch, dass sie genderspezifisch konnotiert sind und zumindest in Bezug darauf kaum von einer Inklusivität und sozialen Integrationskraft gesprochen werden kann. Zudem finden Genderaspekte sowohl in bisherigen Veröffentlichungen zur Bedeutung der kreativ-urbanen Milieus für die Stadtentwicklung als auch in Arbeiten, die die Orts-Ressource der kreativ-urbanen Milieus in Bezug auf Arbeitsorte behandeln, wenig Beachtung. Zwar existieren aktuelle Untersuchungen zur generellen politischen Teilhabe aus der Geschlechterperspektive (vgl. Friedrich 2013) sowie zu Governance-Fragen aus Genderperspektive in der Stadtentwicklung (vgl. Wotha 2013), jedoch nicht auf raumbezogener milieuspezifischer Ebene. Aufgrund der genderspezifischen Konnotation von (teil-)öffentlichen Räumen (vgl. Dörhöfer 2000; vgl. Grüger 2000; vgl. Bauriedl et al. 2010; vgl. Wastl-Walter 2010) und damit auch von Dritten Orten scheint dies jedoch dringend erforderlich. Neben den zu untersuchenden Aspekten in Bezug auf sozial konstruierte Geschlechter müssen in diesem Zusammenhang auch intersektionale Aspekte Beachtung finden (vgl. Scambor/Zimmer 2012). Denn wie neuere Publikationen nahelegen, muss Gender als interdependente Kategorie gedacht werden, um in analytisch produktiver Weise Ungleichheitsaspekte wahrnehmen zu können (vgl. Dietze et al. 2007). An dieser Stelle zeigt sich, dass der Bedarf an Untersuchungen, die eine gendersensible Perspektive einnehmen, gegeben ist.

Bislang existieren keine umfassenden Studien zu den Handlungsfeldern von Stadtentwicklungspolitik im Spannungsfeld zwischen dem Bedürfnis nach Bottom-Up-Ansätzen und strategischer Stadtentwicklung, die dem Umgang mit kreativ-urbanen Milieus gerecht werden. Dabei sind im Fall der vorliegenden Arbeit nicht dezidiert die Einflussmöglichkeiten der Stadtentwicklungsplanung auf das Milieu von Interesse, es geht also nicht darum, ob und wie Kreativität in der Stadt planbar ist (vgl. bspw. Klotz 2014). Es geht vielmehr darum, insbesondere die Steuerungsperspektiven der kreativ-urbanen Milieus auf die Entwicklung von Städten herauszustellen, in denen ihre Orte als materielle Vergegenständlichungen ihres „kreativen Kapitals“ (Dangschat 2006; Frey 2009: 113) sichtbar werden. Raum und Ort sind dabei als soziale Gebilde anzusehen, die durch Bedeutungszuschreibungen ‚geschaffen‘ werden, ohne die Existenz des physischen Raumes außer Acht zu lassen. Dies wird mittlerweile in der sozial- und raumwissenschaftlichen Forschung als akzeptiert angesehen (vgl. Christmann 2016). Zu der Entstehung und Aneignung von Dritten Orten der kreativ-urbanen Milieus, deren spezifischen Merkmalen und nicht zuletzt zu deren Bedeutung, sowohl für Stadtentwicklung, für Governanceprozesse als auch für die kreativ-urbanen Milieus selbst, existieren derzeit jedoch weder Untersuchungen noch theoretische Erklärungsansätze.

Zudem fehlt es bei der Betrachtung der Kreativen bislang an der Anerkennung dafür, dass nicht nur die üblichen, prosperierenden Großstädte wie Berlin, Zürich oder London versuchen, sie als Wirtschaftssubjekte und Impulsgeber zu binden, sondern auch kleinere, im großen Kreativzirkus eher unbekannte Städte ein deutlich wahrnehmbares Interesse daran haben. Gleichsam fehlt es an der Aufmerksamkeit dafür, dass auch in jenen Städten kreatives Potenzial verborgen zu sein scheint, die nicht eben als Kreativmetropolen gelten, in denen Kreative aber zur Stadtentwicklung auf vielfältige Weise beitragen, ohne dass dies von der breiten Öffentlichkeit wahrgenommen werden würde. In diesem Zusammenhang ist die für diese Arbeit als Fallbeispiel gewählte Stadt Braunschweig anzuführen. Braunschweig verfügt u.a. aufgrund der Technischen Universität und der Hochschule für Bildende Künste über eine ausgeprägte Kreativszene und weist erste Hinweise auf eine institutionalisierte Netzwerkbildung auf. Auf der anderen Seite ist die Stadt aufgrund ihrer Größe mit rund 250.000 Einwohner_innen und ihrer Lage zu konkurrierenden Großstädten wie Berlin und Hamburg ein typisches Beispiel für die Herausforderungen, vor denen mittelgroße Großstädte stehen.

1.2 FORSCHUNGSLEITENDE FRAGENKOMPLEXE

Aus dem im vorangegangenen Kapitel dargestellten Problemaufriss ergeben sich für die vorliegende Arbeit folgende forschungsleitende Fragekomplexe, die im Laufe der Darstellung beantwortet werden sollen.

Bedeutung Dritter Orte kreativ-urbaner Milieus

Welche Bedeutung haben die Dritten Orte der kreativ-urbanen Milieus für die Stadtentwicklung einerseits und die kreativ-urbanen Milieus andererseits?

Genese Dritter Orte kreativ-urbaner Milieus

Wie lassen sich relevante Dritte Orte eines kreativ-urbanen Milieus identifizieren? Wie entstehen die Dritten Orte der kreativ-urbanen Milieus, wie werden sie sozial produziert und angeeignet? Welche Merkmale kennzeichnen die Dritten Orte? Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang der physische Raum?

Soziale In- und Exklusionslinien Dritte Orte kreativ-urbaner Milieus

Welche genderspezifischen Aspekte sind mit Dritten Orten verbunden? Welche intersektionalen Aspekte sind in diesem Zusammenhang beobachtbar? Sind die Dritten Orte integrierende Gebilde und zeigen einen egalitären Charakter oder weisen sie Exklusionstendenzen auf und wenn ja, in Bezug auf wen?

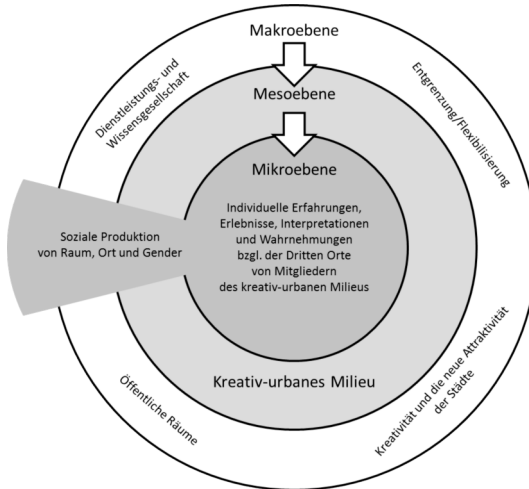
Implikationen für die Stadtentwicklung

Welche Implikationen sind aus den vorangestellten forschungsleitenden Fragen für eine nachhaltige und gendersensitive Stadtentwicklung abzuleiten? Wo besteht weiterer Forschungsbedarf?

1.3 AUFBAU DER ARBEIT UND FORSCHUNGSDESIGN

In der vorliegenden Arbeit findet eine Verknüpfung von die Kreativen betreffenden gesamtgesellschaftlichen Lagen und Wandlungstendenzen der Makroebene mit der Mesoebene des lokal verankerten kreativ-urbanen Milieus und der Mikroebene der diesem Milieu zugehörigen Individuen und ihren Handlungs-, Wahrnehmungs- und Interpretationsstrukturen statt. Dabei wird in Bezug auf das in Abbildung 1-1 dargestellte Schaubild von außen nach innen vorgegangen, indem in den vorderen Kapiteln zunächst gesamtgesellschaftliche Thematiken der Makroebene in theoretischer Weise erläutert werden (Kapitel 2 und 2.4.5), um in einem zweiten Schritt auf die Mesoebene in Form des Konzepts des kreativ-urbanen Milieus einzugehen sowie auf die Dritten Orte als Untersuchungsgegenstand hinzuleiten (Kapitel 4). In den darauf folgenden Kapiteln werden die individuellen Erfahrungen, Erlebnisse, Interpretationen und Wahrnehmungen von Mitgliedern des kreativ-urbanen Milieus der Stadt Braunschweig in Bezug auf ihre relevanten Dritten Orte dargestellt (Kapitel 5), es findet also eine Analyse der Mikroebene statt.

Abbildung 1-1: Forschungsdesign der vorliegenden Arbeit



Quelle: eigene Darstellung

Die Annahme der sozialen Produktion von Raum, Ort und Gender liegt in Bezug auf das Schaubild quer zu den Ebenen, durchzieht also die gesamte Arbeit.

Innerhalb des ersten auf diese Einleitung folgenden Hauptkapitels des theoretischen Teils der Arbeit (Kapitel 2) werden folglich die als gesamtgesellschaftlich anzusehenden Aspekte der Themenbereiche Raum, Ort und Gender dargestellt. Dabei wird in Kapitel 2.1 zunächst darauf hingeleitet, welche Verständnisse von Raum und Ort der Arbeit zugrunde liegen (Kapitel 2.1.1 bis 2.1.3), wie der Begriff Ort im Verhältnis zum Begriff Raum gesetzt wird (Kapitel 2.1.4), warum Räume und Orte als von atmosphärischen Qualitäten durchsetzte, sozial hergestellte Gebilde anzunehmen sind (Kapitel 2.1.5) und mit welchem Verständnis von Atmosphäre die vorliegende Arbeit operiert (Kapitel 2.1.6). In Kapitel 2.2 wird darauf eingegangen, inwiefern Räume und Orte als genderspezifisch und intersektional konnotiert angesehen werden müssen. Dies geschieht, indem in einem ersten Schritt eine Darstellung des Verständnisses der Begriffe Geschlecht, Gender und Intersektionalität gegeben wird (Kapitel 2.2.1). In einem zweiten Schritt werden diese Begriffe in ihrer Verschränkung zu urbanen Räumen und Orten erläutert (Kapitel 2.2.2). In Kapitel 2.3 wird auf die Aneignung von Räumen und Orten abgestellt, indem der Aneignungsbegriff mit dem in den Kapiteln 2.1.3 und 2.1.4 dargestellten angewandten Raum- und Ortsverständnis verknüpft wird und so eine Operationalisierung des Begriffs für die vorliegende Untersuchung erarbeitet wird. In Kapitel 2.4 werden die in den vorangestellten

Kapiteln dargestellten Thematiken mit der derzeitigen Verfassung des öffentlichen urbanen Raums ins Verhältnis gesetzt. Dabei werden derzeitige Entwicklungen bezüglich öffentlicher Räume skizziert (Kapitel 2.4.1 bis 2.4.4) und es wird herausgearbeitet, wie sie mit den in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten Thematiken in Verbindung stehen. Darüber hinaus wird begründet beschrieben, wie öffentliche Räume für diese Arbeit gefasst werden (Kapitel 2.4.5).

Kapitel 3 befasst sich mit der in jüngerer Zeit postulierten neuen Attraktivität der Städte und dem damit zusammenhängenden Bedeutungsgewinn von Kreativität in Wirtschaft und Gesellschaft. Dabei werden in Kapitel 3.1 zunächst die für Kreative bedeutsamen Implikationen der Transformation zu einer Dienstleistungs- und Wissensökonomie in den Fokus genommen, indem relevante gesellschaftliche, insbesondere den Arbeitsmarkt betreffende Wandlungstendenzen, die mit den Begriffen Flexibilisierung und Entgrenzung fassbar werden, dargestellt werden (Kapitel 3.1.1). Kapitel 3.1.2 geht darauf ein, inwiefern diese Veränderungen mit einem gewandelten Verständnis des Begriffs Kreativität in Verbindung stehen und stellt die theoretische Überleitung zur Bedeutung, die Kreativität für die Stadtentwicklung (Kapitel 3.2) eingenommen hat, dar. In Kapitel 3.3 werden relevante kreativitätsorientierte Ansätze der aktuellen Stadtentwicklungspolitik erläutert und eine Rückverbindung zu den allgemeinen gesellschaftlichen Wandlungsprozessen gezogen.

Kapitel 4 befasst sich schließlich in theoretischer Weise mit der Mesoebene, dem kreativ-urbanen Milieu und seinen Dritten Orten. Dafür werden zunächst relevante Milieukonzepte vorgestellt und zu dem Konzept der kreativ-urbanen Milieus abgegrenzt (Kapitel 4.1), bevor das angewandte Konzept erläutert wird (Kapitel 4.2). In Kapitel 4.3 wird auf die Ressourcen eingegangen, die für kreativ-urbane Milieus als konstituierend und gleichsam analysierbar angenommen werden, wobei die sogenannte Orts-Ressource in Gestalt der Dritten Orte des Milieus besondere Aufmerksamkeit erfährt (Kapitel 4.4).

In Kapitel 5 wird dann in den empirischen Teil der Arbeit übergegangen, der sich mit der Mikroebene, also einzelnen Mitgliedern des betrachteten kreativ-urbanen Milieus befasst. Der empirische Teil der Arbeit gliedert sich in die Darstellung und Begründung des gewählten Untersuchungsraums in Gestalt der Stadt Braunschweig (Kapitel 5.1), die Beschreibung und Begründung der angewandten Methodik (Kapitel 5.2 bis 5.2.2.2) und die Darstellung der empirischen Ergebnisse auf (Kapitel 5.3 bis 5.3.17). Kapitel 5.4 fasst die Erkenntnisse aus dem empirischen Teil der Arbeit thesenförmig aggregiert zusammen. Im sich anschließenden Fazit werden schließlich die wichtigsten Ergebnisse aus theoretischem und empirischem Teil der vorliegenden Arbeit synthetisierend zusam-

mengebracht (Kapitel 6). Dies geschieht, indem die eingangs formulierten forschungsleitenden Fragen beantwortet (Kapitel 6.1 bis Kapitel 6.3) und unter der Darstellung der Implikationen für eine zukunftsgerichtete und gendersensible Stadtentwicklung Ansatzpunkte für potentielle Folgeforschungen eröffnet (Kapitel 6.4) werden.

2 Raum, Ort und Gender

„Ich wollte soweit Mann sein, dass ich in Bereiche und Milieus eindringen konnte, die mir als Frau verschlossen waren.“

George Sand,¹ 1855

Raum, Ort und Geschlecht beziehungsweise Gender als allgegenwärtige Kategorien der Differenz sind einerseits Produkt und andererseits zugleich Voraussetzung ihrer eigenen Produktion durch Perzeption und Kommunikation. Beide Kategorien beeinflussen die Konstruktion der Realität über Wertvorstellungen, Deutungsmuster und damit verbundene Machtverhältnisse und soziale Positionierungen.

Um zu begründen, warum der Raum als eine allgegenwärtige Differenzkategorie angenommen werden kann und um zu einer begründeten eigenen Positionierung zu gelangen, werden im Folgenden zunächst die verschiedenen Verständnisse und Sichtweisen dessen, was Raum ist, dargestellt und die Bedeutung der Annahme eines sozial produzierten Raums verdeutlicht (vgl. Kapitel 2.1 bis Kapitel 2.1.3). Darauf aufbauend erfolgt eine Bestimmung des Verhältnisses von Räumen und Orten zueinander (vgl. Kapitel 2.1.4) sowie eine theoretische Annäherung an diejenigen Faktoren, die Räume und Orte atmosphärisch ausmachen (vgl. Kapitel 2.1.5). Dies dient dazu, auf das in Kapitel 2.1.6 erläuterte Begriffsverständnis für die vorliegende Arbeit hinzuleiten.

Über das Verständnis des Aneignungsbegriffs für Räume und Orte (vgl. Kapitel 2.3) wird die derzeitige Lage des öffentlichen Raums (vgl. Kapitel 2.4.1) unter der Beachtung von Geschlechts-, Gender- und Intersektionalitätsaspekten als weitere angenommene Kategorie der Differenz (vgl. Kapitel 2.2 bis Kapitel 2.2.2) unter der Begründung des angewandten Begriffsverständnisses des öffentlichen Raums (vgl. Kapitel 2.4.5) als Untersuchungsgegenstand definiert.

1 George Sand ist der Künstlernamen der französischen Schriftstellerin Amandine-Aurore-Lucile Dudevant (1804-1876) (vgl. Wehinger 2006: 189).

Die aktuellen Entwicklungen und Problemlagen, die mit dem Verhältnis von (öffentlichem) Raum, Ort und Gender in Verbindung stehen, werden darauffolgend in theoretischer Betrachtungsweise thematisiert (vgl. Kapitel 2.4.2 bis Kapitel 2.4.4) und leiten zu dem in Kapitel 2.4.5 dargestellten Begriffsverständnis für die vorliegende Arbeit hin.

2.1 SOZIALE KONSTRUKTION VON RAUM UND ORT

„Ein (Ding)Wort ist der Name eines Dinges und sagt uns, was für eine Art von Ding dieses Ding ist. Deshalb neigt man leicht zu dem Aberglauben, ‚Raum‘ sei der Name eines Dinges namens ‚Raum‘ und sage, was der Raum für ein Ding ist. Das hat man uns schon als Kindern einprogrammiert: Wir fragten, was das sei – und man nannte uns einen Namen; daraufhin glaubten wir erfahren zu haben, was das für ein Ding ist.“

Gerhard Hard/Dietrich Bartels 1977

In jeder Gesellschaft ist der Begriff *Raum* ebenso wie der Begriff *Ort* durch vielfältige Bedeutungszuschreibungen und Vorstellungen geprägt. Diese unterscheiden sich in Abhängigkeit von Fachdisziplin und Forschungsthematik (vgl. bspw. Günzel 2010) sowie nach Konstitution der Gesellschaft (vgl. Herlyn 1990). Konzeptionen von Raum sind immer mit der Konzeption von Gesellschaft verbunden und bedingen sich gegenseitig (vgl. Schmid 2005: 29). Aufgrund dessen sind Begriffsannäherungen und letztlich Definitionsversuche über den Raum mit der Zeit einer Veränderung unterworfen, sodass sich eine feststehende, allgemeingültige Beschreibung des Begriffs bislang nicht durchsetzen konnte, zumal nicht über verschiedene Fachdisziplinen hinweg.

Obwohl sich die Geografie als Raumwissenschaft² versteht, ist auch diese Disziplin geprägt durch unterschiedliche Raumvorstellungen. So sind gleichermaßen konkrete physisch gebundene Räume³, wie beispielsweise ein bestimmtes

2 Zur detaillierten Beschreibung des geografischen Selbstverständnisses im Zeitverlauf siehe Lippuner, Roland (2005).

3 Bruno Fritzsche (2000: 19) weist zurecht darauf hin, dass die Bezeichnungen „konkreter, physischer oder objektiver Raum [...] Kurzformeln [sind], um den über Objekte definierten vom abstrakten Raum abzugrenzen“.

Stadtquartier, als Untersuchungsgegenstand in der Geografie existent, aber auch Räume ohne materielle und dreidimensionale Struktur, die sich ausschließlich durch soziale Interaktionen ergeben, wie beispielsweise der Arbeitsmarkt (vgl. Wastl-Walter 2010: 28). Unabhängig davon, welche Art von Räumen betrachtet wird, ist „die Erarbeitung geographischen Wissens [...] immer an eine spezifische Raumkonzeption gebunden. So ist dieses Wissen im weitesten Sinne Produkt der Verwendung raumbezogener Konzepte zur Darstellung fachrelevanter Wirklichkeitsbereiche“ (Werlen 2012: 142). Generalisierend kann Raum in der Geografie als „eine Metapher verstanden werden, mit dem Zweck zu ordnen und Komplexität zu reduzieren“ (Egner 2010: 97). Trotz des Mangels an eindeutiger Bedeutungszuschreibung fungieren Raum und Ort als Konstanten in Artikulation und Zustandsbeschreibungen der Gesellschaft. Kurzum: Wird Alltagssprachlich (und teilweise auch fachlich) über Raum und Ort gesprochen, wobei die Begriffe oftmals synonym verwendet werden (vgl. Kapitel 2.1.4), weiß niemand genau, wovon eigentlich gesprochen wird.

2.1.1 Der Containerraum und seine (vermeintliche) Überwindung

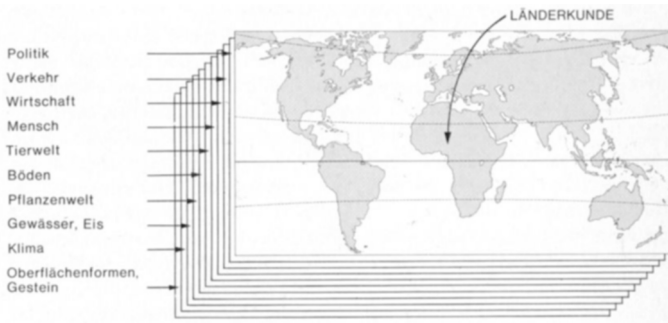
„There are various ways in which we can think about space. It is crucial to formulate a proper conception of it if we are to understand urban phenomena and society in general; yet the nature of space has remained something mysterious to social enquiry.“

(David W. Harvey 1973: 13)

Dem Alltagssprachlichen und -vorstellungsgemäßen Raumverständnis in der westlichen Welt liegt auch heute noch die Vorstellung zugrunde, dass der Raum, im Sinne Newtons Euklidischen Raums, eine dreidimensionale, gleichförmige und absolute Entität ist, die vollkommen unabhängig von den sich in ihr befindlichen Gegenständen und Personen existiert und in dem sich die Lage dieser Objekte durch die Angabe von Koordinaten in einem Koordinatensystem exakt beschreiben lässt. Der Raum ist in dieser Vorstellung ein invarianter Behälter, in dem sich ebenfalls invariante Objekte wie Gegenstände und Personen – „gesellschaftliche oder gesellschaftsrelevante ‚Rauminhalte‘“ (Läpple 1991: 191) befinden, die durch ihn um- oder eingeschlossen werden. Diese Vorstellung des Raums lässt sich mit der Metapher des Containers beschreiben und wird insbesondere in der Schulgeografie, beispielsweise in Gestalt des länderkundlichen

Schemas, weiterhin verwendet (vgl. Abbildung 2-1). Nach Martina Löw (2015: 24) geht diese Vorstellung zurück bis in die Antike, obwohl der Raum zu dieser Zeit nicht als unendlich angenommen wurde, wie dies heute der Fall ist.

Abbildung 2-1: Länderkundliches Schema nach Alfred Hettner (1932)



Quelle: www.el.rub.de/wiki/Meki/index.php/Länderkundliches_Schema

Der bis heute in der Alltagswelt und vor dem Spatial Turn auch in den Sozialwissenschaften gebräuchliche Raumbegriff (vgl. Schubert 2000: 11) zeichnet sich durch physisch-geografische Sichtweisen aus, indem der Raum als ein naturgegebenes, ein physisch real existierendes Ding mit ontologischer Struktur (vgl. Weichhart 1993: 225) verstanden wird. In diesem Verständnis ist Raum das Konstrukt,

„worin sich alle Gegenstände befinden und worin sich alle Bewegungen und Veränderungen vollziehen. Der Raum ist bestimmt durch seine Dimensionen der Höhe, Breite und Tiefe, die ins Unendliche weisen. Innerhalb dieses unendlichen Raumes hat alles Konkrete seine Begrenzung, hat es im Verhältnis zu anderen räumlichen, den Raum erfüllenden Dingen seine [...] Anordnung und Lage.“ (Thurnher 1992: 243)

Der Raum wird insofern als ein Hohlraum mit einer ihn umgebenden Hülle aufgefasst (vgl. Bollnow 1963), „dem kaum eine soziale Bedeutung zukommt, da er als vor jeder Erfahrung gegeben angenommen wird“ (Ruhne 2003: 60). Mit der Reduktion des Raums auf die reine physische Umwelt werden daraus folgend sinnliche Eindrücke und Erfahrungen bezüglich des den Menschen umgebenden Raums ausgeblendet und nur die materiellen Gegebenheiten erfasst, ohne diese in einen inneren Zusammenhang mit dem physischen Raum zu setzen. Der Raum ist in diesem Verständnis durch eine strikte Entkopplung gegenüber der Gesellschaft gekennzeichnet.

Die klassische Physik mit ihren absolutistischen Raumvorstellungen wurde von der Relativitätstheorie⁴ überholt und ist in die moderne Physik übergegangen. Damit einhergehend kam auch ein neues Raumverständnis auf, das insbesondere Albert Einstein prägte, in dem er den absoluten Raum (und die absolute Zeit) durch einen dynamischen, veränderlichen Raum ersetzt. Raum und Zeit sind sowohl vom Bezugssystem des Beobachtenden, als auch von der Verteilung und Bewegung der enthaltenen Materie abhängig, was zu einer Aufhebung des Dualismus von Raum und Materie führt. Eine statische Betrachtung des Raums ist in diesem Zusammenhang nicht mehr möglich.

Gleichzeitig ist die strikte Unterscheidung von physisch existierendem Raum und dem, was menschengemacht ist, in der heutigen Vorstellung nicht mehr aufrechtzuerhalten. Geografie als „Wissenschaft der Orte, nicht der Menschen“ (Vidal de la Blache 1913: 297, zitiert in Werlen 2008: 57) anzusehen, entspricht einerseits nicht mehr dem Zeitgeist, ist gleichzeitig aber auch nicht als gegenstandsangemessen, mindestens für prominente Teildisziplinen der Humangeografie, anzusehen. Die Grenzen eines Containerraumkonzepts liegen darin, dass

„die Mathematik bzw. die anschauliche oder die abstrakte Geometrie [...] die Erfassung der physikalischen Welt in einem für praktische Zwecke hinreichenden Maße [ermöglichen]. [...] Aber das Qualitative – so alle lebensbezogenen und lebens-,erfüllten‘ Raumphänomene im Mediokosmos – bleibt ihnen entzogen.“ (Gosztonyi 1978: 1247)

2.1.2 Von der Physik zum Sozialen

„Von der Vorstellung des Raums in panisches Entsetzen versetzt, krümmen sich die Menschen zusammen; ihnen ist kalt, sie haben Angst. Bestenfalls durchqueren sie den Raum, begrüßen sich traurig inmitten des Raums. Dabei ist dieser Raum in ihnen selbst, es handelt sich nur um etwas, das ihr eigener Geist geschaffen hat. In diesem Raum, vor dem die Menschen Angst haben, [...] lernen sie zu leben und zu sterben; in ihrem geistigen Raum entsteht Trennung, Distanz und Leiden.“

(Michel Houellebecq 2001: 341)

4 Vgl. Albert Einstein (2012): Über die spezielle und allgemeine Relativitätstheorie. 24. Auflage. Springer Spektrum.

Durch den physikalisch-naturwissenschaftlichen Raumbegriff wurden die sozialwissenschaftlichen und (sozial-)geografischen Konzeptionen von Raum einschlägig beeinflusst. Soziale Phänomene und Prozesse lassen sich jedoch mithilfe eines dynamischen, prozessualen Raumbegriffs leichter fassen, beschreiben und erklären als mit einem statischen. In diesem Zusammenhang ist die Entstehung des Begriffs des *sozialen Raums* anzusetzen. Mit Pitrim Sorokin (1927) und seiner Untersuchung zu sozialer Mobilität begann sich dieser Begriff herauszukristallisieren. Der soziale Raum unterscheidet sich gegenüber dem abstrakten, geometrisch starren Raum insofern, als dass er am selben physikalisch existierenden Ort mehrfach ausdifferenziert ist. Vielfache Überschneidungen sozialer Räume existieren an ein und demselben physisch gesetzten Ort (vgl. Freytag 2014: 14), wobei die sozialen Räume abhängig von der Gruppenzugehörigkeit oder dem gesellschaftlichen Status des Individuums sind. Dieser Raumbegriff ist vor allem der Soziologie und Pädagogik zuzuschreiben, fand aber auch Eingang in die Stadt- und Sozialgeografie. Der Begriff des Sozialraums ist ebenso wie der Raumbegriff im Allgemeinen nicht eindeutig zu fassen. Je nach Disziplin (Soziologie, Geografie, Philosophie, Sozialer Arbeit etc.), der Anwendung in der Praxis (Stadtplanung, Architektur, Sozialpolitik etc.) und Untersuchungsdesign und -gegenstand unterscheidet sich deutlich, was unter dem Begriff verstanden wird (vgl. Alisch/May 2008: 7; vgl. Schuster 2010: 33ff.). Sozialräume werden je nach Fachdisziplin als Verortungsräume von Personen, als Räume der Ausdehnung von Aktionsradien oder als Lagerungsräume (relationale Räume) verstanden (vgl. Kessel et al. 2005). All jenen Deutungen des Begriffs ist jedoch gemein, dass der Raum ein gesellschaftlich oder auch individuell hergestelltes Produkt ist.

Beeinflusst durch die Überlegungen Georg Simmels (1903), der raumbezogen die Transformationen im Seelenleben von Groß- gegenüber Kleinstadtbewohnern aufzuzeigen versucht, entwickelte sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Stadtsoziologie⁵, in der davon ausgegangen wird, dass nicht der Raum an sich relevant ist, sondern das Handeln im Raum und dessen soziale Konsequenzen. Damit wird sich gegen das Verständnis des Raums als homogenes Konstrukt gewandt. Das soziale und räumliche Umfeld ist dabei kein Behälter mehr, in dem das Individuum wie in einem Käfig eingesperrt ist, sondern es wird aktiv durch das Individuum konstruiert, sodass Raum nicht *ist*, sondern *wird* (vgl. Selle 2013: 7).

5 Hier sind insbesondere Robert E. Park, Ernest W. Burgess und William I. Thomas als Hauptvertreter der Chicagoer Schule der Stadtökologie in Bezug auf die Sozialraumanalyse hervorzuheben.

So geht Pierre Bourdieu (1991) davon aus, dass der soziale Raum zwar nicht sichtbar beziehungsweise beobachtbar, aber klassenspezifisch beschreibbar ist und seine Auswirkungen auf den physischen und somit sichtbaren und damit beobachtbaren Raum erklärbar macht. Dabei beschreibt Bourdieu den Raum als Dualität von physischem und sozialem Raum, eine Integration beider Konzepte findet bei ihm allerdings nicht statt (vgl. Löw/Steets/Stoetzer 2007: 45f.; vgl. Miggelbrink 2002a: 53).

Henri Lefebvre (1974) geht mit seiner philosophisch-geografischen Verknüpfung von Räumlichkeit über eine solche dualistische Gegenüberstellung hinaus, die vor allem in der These „(Sozialer) Raum ist ein (soziales) Produkt“ (Lefebvre 1974: 35, eigene Übersetzung) bis heute nachwirkt (vgl. Alisch 2010: 104). Er geht ebenso davon aus, dass der Raum keine unabhängige Größe, keine materielle Realität an sich ist, sondern organisch und lebendig. Nach ihm entsteht Raum erst durch die ihn Nutzenden, die zur gleichen Zeit die ihn Produzierenden sind. Die Raumbildung allein mit der Physik erklären zu wollen, ist in dieser Sichtweise nicht möglich, wobei sie sich dennoch als Leitlinie, allerdings nicht als Modell der Raumproduktion anbiete (vgl. Schmidt 2005: 206).

Für die Beschreibung seiner Theorie der Raumproduktion verwendet Lefebvre drei Ebenen beziehungsweise Dimensionen der Modalitäten der Raumproduktion: Das *Wahrgenommene* (le perçu), das *Konzipierte* (le conçu) und das *Gelebte* beziehungsweise das *Erlebte* (le vécu), denen bestimmte Räume jeweils zugeordnet werden können. Das Wahrgenommene bezieht sich dabei auf einen physisch-materiellen Raum, das Konzipierte auf einen mentalen Raum und das Erleben und Leben auf einen sozialen Raum (vgl. Meyer 2007: 314). Mit diesen Begriffen verbindet Lefebvre eine weitere Begriffstriade: die *räumliche Praxis*, die *Repräsentation des Raumes* und die *Räume der Repräsentation* (vgl. Lefebvre 1974: 48f.). Die Raumproduktion nach Lefebvre lässt sich analytisch folglich als eine Triade dialektisch miteinander verbundener Prozesse verstehen, die sich gegenseitig bedingen (vgl. Schmidt 2005: 207; vgl. Abbildung 2-2). Lefebvre stellt damit eine Trialektik der Räumlichkeit her (vgl. Soja 1990: 102), die über den Dualismus von beispielsweise Bourdieus Raumvorstellung hinaus weist.