

Inhalt

Einleitung | 11

1. Raum als soziologischer Begriff | 25

- 1.1 Raum in der Gesellschaft | 25
- 1.2 Raumverständnisse | 28
 - 1.2.1 Der absolute Raumbegriff | 29
 - 1.2.2 Relativistische Raumbildungen | 31
 - 1.2.3 Der relationale Raumbegriff | 34
- 1.3 Soziale Räume und physische Räume | 38
- 1.4 Raumdisziplinen der Soziologie | 45
- 1.5 Ein neuer räumlicher Prozess | 47
- Fazit | 51

2. Raum und Vernetzung | 53

- 2.1 Der Weg der Vernetzung | 53
- 2.2 Die Netzwerkgesellschaft | 60
- 2.3 Globalisierung und Vernetzung | 65
- 2.4 Oppositionen | 67
- Fazit | 76

3. Die architektonische Gestalt der Netzwerkgesellschaft | 79

- 3.1 Die Transformation der urbanen Form | 81
- 3.2 Spaltungen | 84
- 3.3 Angleichungen | 91
- 3.4 Planungen | 95
- 3.5 Repräsentationen | 101
- 3.6 Illusionen | 110
- 3.7 Übergänge | 117
- Fazit | 121

4. Raumkonstruktionen – Exemplarische Analysen | 123

4.1 Einleitung Projektanalyse | 123

4.2 Projektbeispiel 1 –

Die Entwicklung architektonischer Räume in einem
global agierenden Unternehmen der Automobilindustrie | 129

4.2.1 Transformationsprozesse in der Automobilindustrie | 130

4.2.2 Die architektonischen Räume der Automobilindustrie | 131

4.2.3 Das Projekt | 138

4.2.4 Zusammenführende Betrachtung des Planungsprozesses | 155

Fazit | 160

4.3 Projektbeispiel 2 –

Analyse eines Unternehmens in der Technologieindustrie | 161

4.3.1 Die neuen Technologieindustrien | 162

4.3.2 Die architektonischen Räume der Technologieindustrie | 165

4.3.3 Das Projekt | 168

4.3.4 Zusammenführende Betrachtungen | 181

Fazit | 183

5. Ein *spatial turn* in der Architektur | 185

5.1 Raumverständnisse in der Gesellschaft | 186

5.2 Ausblick | 197

Literatur | 199

Verwendete Studien und Unterlagen | 207

Erwähnte Filme | 207

Bildnachweis | 208

Für Claudia Felicitas Hilger.

Immer hier.

