

INHALT

Vorwort	7
1. Gesellschaftlicher Kontext	13
1.1 Die Theorie der Postmoderne bei Jameson	13
1.2 Die Theorie der Erlebnisgesellschaft bei Schulze	16
1.3 Debord und die Gesellschaft des Spektakels	20
2. Städtischer Kontext	23
2.1 Wachstumskoalition und Urban Political Economy	23
2.2 Neue Urbanität	28
Erlebnisräume und Festivalisierung	32
Kultur in der Stadt: Die Ökonomie der Symbole	35
Neue Urbanität am Beispiel Hamburg	38
Das Projekt „HafenCity“	41
2.3 Effekte der Neuen Urbanität	44
2.4 Öffentlichkeit und Öffentlicher Raum	49
3. Raumtheorie und städtischer Raum	53
3.1 Henri Lefebvre	54
Die Krise der Stadt	55
Raumproduktion	58
Das Recht auf die Stadt und die Intellektuellen	60
3.2 Pierre Bourdieu	63
Sozialer Raum und physischer Raum	64
Die Intellektuellen als beherrschte Herrschende	67
3.3 Die Situationistische Internationale	70
Constant und der unitäre Urbanismus	72
Situationistischer Raum	73

4. Kunst im öffentlichen Raum	77
4.1 Historischer Abriß	77
Kunst in öffentlichen Räumen	77
Kunst als öffentlicher Raum	81
Kunst im öffentlichen Interesse	84
4.2 Zum Begriff der Ortsspezifität	88
Die Entfernung von „Tilted Arc“	88
New Public Art	90
Battery Park in New York	93
New Genre Public Art	95
Die Institution als öffentlicher Raum	101
4.3 Projekte im öffentlichen Raum	104
Ayse Erkmen: „Shipped Ships“	104
Wochenklausur	108
Park Fiction	113
5. Abschließende Bemerkungen	121
6. Literatur	129