

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

