

INHALT

1.	Einführung	1
2.	Theorie	5
2.1	Thirdspace nach E. Soja	6
2.2	Gelebter Raum in der Phänomenologie	9
2.3	Atmospheric Actor Networks	14
3.	Theorietransfer und Konzept	19
4.	Methoden	21
4.1	Experteninterviews	21
4.2	Tracking	22
4.3	Passantenbefragung	23
4.4	Teilnehmende Beobachtung	23
4.5	Kartierung	24
5.	Gemeinsamkeiten/Unterschiede beider Plätze	27
5.1	Entstehungsgeschichte	27
5.2	Lage & Anschluss	29
5.3	Erscheinungsbild	31
5.4	Bedeutung für die Stadt(-bewohner)	33
6.	Wirkung von Architektur	37
6.1	Marktplatz Bremen	37
6.1.1	Materielle Wirkung	37
6.1.2	Symbolische Wirkung	52
6.1.3	Atmosphärische Wirkung	56
6.1.4	Resümee	60
6.2	MediaPark Köln	62
6.2.1	Materielle Wirkung	62
6.2.2	Symbolisch Wirkung	68
6.2.3	Atmosphärische Wirkung	73
6.2.4	Resümee	81
7.	Synthese	83
	Literatur	89