

# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	10
2. Die methodische Perspektive	
von Riege und Schubert	19
2.1. Grundlagen	20
2.1.1. Humanökologie (Social Area Analysis)	20
2.1.2. Verhaltensperspektive (Aktionsraumforschung)	21
2.1.3. Lebenswelt	23
2.1.4. Soziografie	25
2.2. Methodenorientiertes Modell des Sozialraumes	25
3. Theoretische Annäherung an den Sozialraum	30
3.1. Henri Lefebvres Theorie der Produktion des Raumes	31
3.1.1. Die „Krise der Stadt“	32
3.1.1.1. Der Raum als Grundkategorie des urbanen Denkens	32
3.1.1.2. Raumzugänge	37
3.1.1.3. Exemplarische Analysen	40
3.1.2. Die Trennung von materieller und mentaler Welt	48
3.1.3. Implikationen der Theorie von der Produktion des Raumes	53
3.1.3.1. Das Verschwinden des natürlichen Raumes	53
3.1.3.2. Gesellschaftliche Produktion des Raumes	55

3.1.3.3.	Wissen als Rekonstruktion der Raumproduktion	.....57
3.1.4.	Dimensionen des Sozialraumes	..... 59
3.1.4.1.	Der wahrgenommene Raum bzw. die räumliche Praxis	.....60
3.1.4.2.	Die Repräsentation des Raumes bzw. der konzipierte Raum	..... 62
3.1.4.3.	Die Räume der Repräsentation bzw. der gelebte Raum	..... 65
3.2.	Pierre Bourdieus Raumkonzeptionen.....	68
3.2.1.	Physischer, sozialer und angeeigneter physischer Raum	..... 68
3.2.2.	Sozialer Raum und gesellschaftliche Unterschiede	..... 70
3.2.3.	Wechselbeziehung von sozialem und realem Raum	..... 72
3.3.	David Harveys Raumkonzeptionen	..... 76
3.3.1.	Eine pragmatische Sicht	.....77
3.3.1.1.	Absoluter Raum	..... 78
3.3.1.2.	Relativer Raum	..... 79
3.3.1.3.	Relationaler Raum	.....80
3.3.2.	Anknüpfung an Lefebvres Raumdimensionen	..... 81
4.	Methodologische Annäherung an den Sozialraum.....	85
4.1.	Strategie 1: Aufdeckung der Bedingungen gesellschaftlicher Raumproduktion	..... 86
4.1.1.	Ausgangslage und strategisches Vorgehen.....	86
4.1.2.	Methoden zur Durchführung der Strategie .....	89
4.1.2.1.	Methoden zur Erfassung von Raumdaten.....	90
4.1.2.2.	Methoden zur Darstellung des Modells.....	92
4.1.2.3.	Methoden zur Interpretation von Daten .....	93
4.2.	Strategie 2: Demaskierung des Raumes.....	96
4.2.1.	Ausgangslage	..... 96
4.2.2.	Strategisches Vorgehen	..... 97

4.2.3.	Methoden zur Durchführung der Strategie .....	98
4.2.3.1.	Methoden zur Konstruktion eines metaphorischen Sozialraumes .....	98
4.2.3.2.	Methoden zur Bestimmung von Sozialkapital .....	104
4.2.3.3.	Methoden zur Bewertung von Lokalisierungsprofilen .....	106
4.3.	Strategie 3: Sozialraum als Szenarium.....	109
4.3.1.	Ausgangslage .....	109
4.3.2.	Strategisches Vorgehen .....	109
4.3.3.	Methoden zur Durchführung der Strategie ....	110
5.	Praktische Annäherung an den Sozialraum .....	111
5.1.	Modellprojekt „Sozialraumorientierte Hilfsangebote“ .....	111
5.2.	Ansätze zur Sozialraumanalyse des Modellprojektes .....	112
5.2.1.	Grundlagen .....	112
5.2.2.	Problemeinschränkung .....	113
5.3.	Demaskierung des Raumes und Hausaufgabenbetreuung .....	116
5.3.1.	Konstruktion des sozialen Raumes nach Bourdieu .....	117
5.3.2.	Konstruktion des physischen Raumes und Lokalisierungsprofite .....	122
6.	Schlussbemerkung .....	126
7.	Bibliographie .....	129