

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