

# INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort und Dank | 11

1. Einleitung | 15

- 1.1 Fragestellungen und Ziel der Studie | 17
- 1.2 Fallbeispiel Berlin | 19
- 1.3 Begriffserläuterungen | 20
- 1.4 Vorgehensweise und Methodik | 23
- 1.5 Aufbau der Arbeit | 27

## TEIL I

2. Neue Arbeitswelt und Stadt | 29

- 2.1 Der Wandel der Arbeit in der westlichen Welt | 30
  - 2.1.1 Vom Normalarbeitsverhältnis des Keynesianismus zur Projektarbeit im Monetarismus | 33
  - 2.1.2 Von der protestantischen Arbeitsethik zur Selbstbestimmung einer jungen Arbeitsgesellschaft | 38
  - 2.1.3 Die Entstehung eines neuen Arbeitsortes: Der Bürotypus Coworking Space | 43
- 2.2 Flexibles Arbeiten im globalen Kontext | 50
  - 2.2.1 Globalisierung und Glokalisierung | 52
  - 2.2.2 Migration, Mobilität und Multilokalität | 56
- 2.3 Die Rolle der Kreativen in der Stadtentwicklung | 60
  - 2.3.1 Kreative Milieus | 62
  - 2.3.2 Kreativität im Stadtmarketing | 66
  - 2.3.3 Standortfaktoren | 68
- 2.4 Erkenntnisleitende Fragen | 70

3. Raum | 73

- 3.1 Soziale Raumkonzepte in der (Stadt-)Forschung | 73
- 3.2 Exkurs: Grundlegende Raumkonzepte | 78
- 3.3 Angewandtes Raumkonzept | 82
  - 3.3.1 Henri Lefebvre und die Raumproduktion | 83
  - 3.3.2 Maßstabsebenen | 85
  - 3.3.3 Raumperspektiven und Operationalisierung der Forschungsfragen | 88

VIII |

TEIL II

- 4. Wahrgenommene Büro- und Stadträume | 95
  - 4.1 Büroräume | 95
    - 4.1.1 Bürokonzepte | 96
    - 4.1.2 Coworking-Space-Kategorien | 103
    - 4.1.3 Architektur und Bürodesign | 109
  - 4.2 Stadträume | 114
    - 4.2.1 Standorte der Kreativunternehmen | 115
    - 4.2.2 Standorte der Coworking Spaces | 120
    - 4.2.3 Stadträumliche Verankerung der Coworking Spaces | 127
  - 4.3 Zwischenfazit | 137
- 5. Konzipierte Arbeitsräume | 141
  - 5.1 Geplante Arbeitsräume der Betreiber | 142
    - 5.1.1 Beweggründe | 142
    - 5.1.2 Standortwahl | 153
  - 5.2 Gewählte Arbeitsräume der Coworker | 162
    - 5.2.1 Wahl der Arbeitsorte | 162
    - 5.2.2 Ideale Arbeitsorte | 167
    - 5.2.3 Wahl des Stadtviertels und der Stadt Berlin | 170
  - 5.3 „Gewollte“ Arbeitsräume der Stadt | 174
    - 5.3.1 Coworking Spaces als Marketing- oder Stadtplanungsideen | 175
    - 5.3.2 Coworking Spaces kommunal oder staatlich fördern? | 176
  - 5.4 Zwischenfazit | 180
- 6. Gelebte Alltagsräume | 183
  - 6.1 Weserland: Das flexible Gemeinschaftsbüro (A) | 184
  - 6.2 Co.Up: Das spezialisierte Weiterbildungsbüro (B) | 193
  - 6.3 Agora Collective: Das kulturelle Vernetzungsbüro (C) | 206
  - 6.4 Mobile Suite: Das alternative Businesscenter (D) | 219
  - 6.5 Zwischenfazit | 229

### TEIL III

- 7. Die Räume des Coworking | 233
  - 7.1 Die Bedeutung der neuen Arbeitsorte | 234
    - 7.1.1 Flexible Arbeitsorte | 235
    - 7.1.2 Identifikationsorte | 236
    - 7.1.3 Freizeitorte/ Kulturproduzenten | 238
    - 7.1.4 Orte der Gemeinschaft | 239
  - 7.2 Globalisierung der Arbeitswelten | 240
    - 7.2.1 Multilokale Arbeitsweisen | 241
    - 7.2.2 Globale Ankerplätze | 243
    - 7.2.3 Globale Vernetzungen | 244
  - 7.3 Funktionen der Arbeitsräume in der Stadt | 247
    - 7.3.1 Orte der Innovation | 248
    - 7.3.2 Stadtentwickler? | 249
- 8. Schluss | 253
  - 8.1 Fazit | 253
  - 8.2 Grenzen der Arbeit | 256
  - 8.3 Ausblick | 257
- 9. Anhang | 261
  - 9.1 Abkürzungsverzeichnis | 261
  - 9.2 Abbildungsverzeichnis | 262
  - 9.3 Tabellenverzeichnis | 264
  - 9.4 Literaturverzeichnis | 265
  - 9.5 Verzeichnis der Internetquellen | 288
  - 9.6 Verzeichnis der Interviews | 290
  - 9.7 Verzeichnis der Beobachtungen | 294