

Leben im Netz, Leben in der Stadt - Anforderungen an die Urbanität im Zeitalter der Wissensgesellschaft

Diplomarbeit an der TU Kaiserslautern
Fachbereich Raum- und Umweltplanung
SS 2006

Martin Wisniowski
Königsstraße 27
67655 Kaiserslautern
mw@node3000.de

15. Juli 2006

Fachgebiet Digitales und Methodisches Entwerfen
Jun. Prof. Dirk Bayer

Lehrgebiet für Computergestützte Planungs- und Entwurfsmethoden
Prof. Dr.-Ing. Bernd Streich

Danksagung

Mein Dank richtet sich zunächst an Jun.-Prof. Dirk Bayer und Prof. Dr.-Ing. Bernd Streich, die mir die Freiheit ermöglicht haben, eigenständig an meinem Thema zu arbeiten. Dipl.-Ing. Faraneh Farnoudi vom Lehrgebiet für Computergestützte Planungs- und Entwurfsmethoden danke ich für stets interessante und erbauliche Gespräche.

Mein besonderer Dank richtet sich an - damals noch - Dipl.-Ing. Dirk Bayer und Dipl.-Ing. Sabine Wolf, die mir in ihren Seminaren „Medienexperimentelles Entwerfen“ neue Wege aufgezeigt haben.

Prof. Dr.-Ing. Gerhard Steinebach danke ich für die Vermittlung von fachlichen und methodischen Ansätzen und Dipl.-Ing. Martin Rumberg, Dipl.-Ing. Ingo Wietzel und Dipl.-Ing. Nina Overhageböck für eine kollegiale Zusammenarbeit bei meiner Zeit am Lehrstuhl Stadtplanung.

Univ.-Prof. Dr. phil. Dipl.-Phys. Wolfgang Neuser und PD Dr. Klaus Wiegerling danke ich für die unangestrengte Vermittlung von nicht-alltäglichen Themen.

Dr.rer.nat. Stephan Baumann danke ich für Unterstützung, Engagement und Vertrauen innerhalb und außerhalb der angewandten Forschung.

Ein besonderer Dank gilt auch Moritz Sauer und Alexander Scholz, weil sie begeisterte Verfechter digitaler Kultur sind und man sich mit ihnen herrlich über das geschriebene Wort austauschen kann.

Nicht zuletzt danke ich meiner Familie. Ihre Unterstützung hat meine Studienzeit erst möglich gemacht. Anna danke ich für eine großartige und schöne Zeit.

Während der Erstellung dieser Arbeit waren mir das Buch „Deutsch für Profis“ von Wolf Schneider eine große Hilfe und das Buch „Leben im Netz“ von Sherry Turkle mit ihrem butterweichen Stil eine schöne Inspiration.

Inhaltsverzeichnis

0.1	Ausgangssituation	6
0.2	Problemstellung	6
0.3	Zielsetzung	6
0.4	Methodik	7
1	Bestandsaufnahme: Urbanität und postmoderne Stadttheorie	8
1.1	Zum Begriff der Urbanität	8
1.2	Postmoderne Stadttheorie	13
1.2.1	City of Bits (1995)	13
1.2.2	Telepolis (1995)	16
1.2.3	Zwischenstadt (1997)	18
1.3	Zwischenfazit	21
2	Bestandsaufnahme: Nutzung netzbasierter Kommunikation	23
2.1	Bestandsaufnahme: Nutzungsmuster netzbasierter Kommunikation	23
2.1.1	Early Adopters und Peer Groups	23
2.1.2	Bullentin Board Systeme, Mailboxen, frühes Internet	24
2.1.3	Bürgernetzwerke und Digitale Städte	25
2.1.4	New Economy	28
2.1.5	Post New Economy	28
2.1.6	Web 2.0 - vom Kunden zum kooperativen Partner	36
2.1.7	Onlinespiele	38
2.2	Aktuelle Entwicklungen raumrelevanter Computertechnologien	39
2.3	Zwischenfazit	40
3	Analyse: Logik Analog - Digital	42
3.1	Theorie Öffentlichkeit und Medien	42
3.1.1	Urbane Öffentlichkeit und Medienöffentlichkeit	42
3.1.2	Zum Begriff der Öffentlichkeit im Netz	46
3.1.3	Zwischenfazit	47
3.2	Theorie Web-Effekte	47
3.2.1	Inside-out Effekt	47
3.2.2	Instant Kommunikation mit Strong Ties und Weak Ties	49

3.2.3	Medienöffentlichkeit gestalten (A-, B-, C- Blogs)	50
3.2.4	Schwärme: FlashMobs und SmartMobs	53
3.2.5	Die Logik kehrt sich um: der reale Raum strahlt in das Netz	54
3.2.6	Mobilität - Das Dilemma der Kommunikation	55
3.2.7	Zwischenfazit	55
3.3	Untersuchungsgebiete	56
3.3.1	Elektronische Post und Weblogs	56
3.3.2	Lokal verortete Weblogs und bürgernahe Journalismus	57
3.3.3	Graffiti und Streetart	60
3.3.4	Zwischenfazit	63
4	Analyse: Projekte und Experimente	65
4.1	FlashMob: Invading QPark	65
4.1.1	Das Projekt	65
4.1.2	Bewertung	66
4.2	Blogs und Treffen im realen Raum	67
4.2.1	Das Projekt	67
4.2.2	Bewertung	68
4.3	Digitalcouch - Weblog für Digitale Kultur in Kaiserslautern	69
4.3.1	Das Projekt	69
4.3.2	Bewertung	70
4.4	The Great Escape	71
4.4.1	Das Projekt	71
4.4.2	Bewertung	71
4.4.3	Auswertung der Fragebögen	72
4.5	Yellowarrow Project	72
4.5.1	Das Projekt	72
4.5.2	Bewertung	73
4.6	Zwischenfazit	74
5	Fazit und Ausblick: Netzbasierte Kommunikation als Ergänzung zur Urbanität des 21. Jahrhunderts	76
5.1	Das Netz als Werkzeug	76
5.2	Relationale Wahrnehmung	77

5.3	Städte und Gemeinden netzwerken mit	77
5.4	Kreislauf städtischer Kreativität	79
5.5	Das Digitale ist ortlos, das Analoge einzigartig	79
5.6	Die Freiheit im Internet muss gewährleistet bleiben	81
6	Zusammenfassung	83
7	Anhang	85
7.1	Interview mit Steffen Büffel über Weblogs und Regionalzeitung	85
7.2	Fragebogen - Digitale Kultur in Kaiserslautern	88
7.3	Fallbeispiel Diskurs über Kulturkritik im Weblog Digitalcouch	91
8	Literaturverzeichnis	102
8.1	Quellen und Literatur	102
8.2	Websites	105
8.3	Weblogs	106
8.4	Artikel auf Websites	107
8.5	Podcast	108
8.6	Konferenzen	109
8.7	Vorträge	109
8.8	Web 2.0 Services	109

0.1 Ausgangssituation

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts ändert sich die Struktur der europäischen Stadt. Mobilität und Privateigentum führen zu einer Zersiedelung kompakter Stadtstrukturen, gleichzeitig verliert der öffentliche Raum die Bedeutung für Handel, Kommunikation und Austausch. Das Leben wird durchdrungen von Telekommunikationsmedien. Technologische, stadtstrukturelle und soziologische Umbrüche haben in der Geschichte der Stadt auch immer wieder zu einem Wandel der Urbanität geführt. Wir stehen erneut vor einem Wandel im Verständnis der Stadt, der möglicherweise ähnlich gravierende Folgen haben wird, wie die Erfindung der Eisenbahn und die Industrialisierung vor über hundert Jahren.

0.2 Problemstellung

Wo findet städtisches Leben statt? Kann man im Zeitalter der Telekommunikation überhaupt noch Raumtypologien heranziehen um etwas spezifisch *urbanes* identifizieren zu können? Während im Urbanitätsdiskurs stets die Öffentlichkeit im städtischen Raum gesucht wird, findet die öffentliche Diskussion schon längst nicht mehr auf öffentlichen Plätzen statt, sondern in den Medien. Daran lässt sich auch partizipieren, wenn man im ländlichen Raum lebt. Was also prägt das städtische Lebensgefühl im angehenden 21. Jahrhundert? In welcher Weise werden die Kommunikationsmedien die Wahrnehmung der Stadt und des Stadtgefühls verändern? Und wie sollte die Stadtplanung darauf reagieren? Was bedeutet es, online zu leben? Und welche Bedeutung hat der gebaute Raum hierbei?

0.3 Zielsetzung

Diese Arbeit setzt sich zum Ziel, die europäische Urbanität im Hinblick auf Internetkommunikation zu erweitern. Dabei werden die Rahmenbedingungen aktueller raumplanerischer Entwicklungen genauso berücksichtigt, wie der kulturelle Wandel, der durch netzbasierte Kommunikation stattgefunden hat. Es gilt herauszufinden, welcher Logik die Internetkommunikation unterliegt und welche Wirkung sie auf den einzelnen Bürger haben wird. Es gilt ebenso herauszufinden, auf welche Art und Weise die Internetkommunikation gewinnbringend für Städte und Gemeinden eingesetzt werden kann, um Stadtentwicklungsprozesse anzustoßen und eine zeitgemäße Form der Urbanität zu integrieren. Auch die Interaktion zwischen realem und virtuellem Raum soll dabei genauer untersucht werden.

0.4 Methodik

Zu Beginn der Arbeit steht eine Bestandsaufnahme des Urbanitätsbegriffs, vor allem der letzten 150 Jahre, und die genauere Betrachtung von drei postmodernen Stadttheorien, die mit digitaler Kommunikation in Verbindung zu setzen sind. Daneben erfolgt eine Bestandsaufnahme netzbasierter Kulturpraktiken im Hinblick auf die Nutzung des Internet als freiheitliches Medium im Sinne der Allgemeinheit und der Öffentlichkeit. Die Zwischenergebnisse der Bestandsaufnahme fließen in die Analyse mit ein.

Die Analyse besteht aus einem theoretischen und einem praktischen Teil. Im theoretischen Teil liegt der Fokus auf der Logik des Internets und die Art und Weise, wie Menschen mit dem Internet umgehen. Es wird betrachtet, welche Wechselwirkungen zwischen dem realen und dem virtuellen Raum bestehen. Im praktischen Teil werden Projekte und Experimente vorgestellt, die die theoretische Analyse vergegenwärtigen und die exemplarisch Anwendung gefunden haben. Die eigene praktische Erfahrung wird in Beziehung zur theoretischen Analyse gestellt und die Ergebnisse evaluiert.

Am Schluss der Arbeit stehen ein Fazit und ein Ausblick, die sich an Städte und Gemeinden, sowie den einzelnen Menschen richten. Auch der Status der Freiheit im Internet und mobilen Kommunikationsmedien wird dabei resümiert. Es werden Empfehlungen ausgesprochen, wie der gebaute Raum im Kontext mit den virtuellen Kommunikationsmedien im Sinne einer urbanen Stadt des 21. Jahrhunderts gestaltet werden sollte.

1 Bestandsaufnahme: Urbanität und postmoderne Stadttheorie

“Wenn es um die Entwicklung von Stadt geht, ist Urbanität Thema. Sie war es früher, ist es aktuell und wird es wohl auch zukünftig sein. Urbanität scheint zeitlos zeitgemäß.“ *Thomas Wüst* [Wüst, 2004, S.43]

1.1 Zum Begriff der Urbanität

Es ist nicht Ziel dieser Arbeit, Urbanität zu definieren oder den Begriff als solchen weiterzuentwickeln. Es geht vielmehr darum, die Netzkultur in den Urbanitätsdiskurs einzuordnen, um so Potenziale und Risiken der Stadtentwicklung in richtige Bahnen zu lenken. Die Urbanität ist einer der spezialisiertesten Begriffe für städtisches Leben und daher als Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit unabdingbar.

Urbanität ist ein vielfältiger Begriff der seit zwanzig Jahrhunderten diskutiert wird. Auch heute noch ist der Begriff von Relevanz. Trotzdem er oft nur als Werbebegriff und Legitimation für neue Planungen benutzt wird hat er Wert für Forschung, Planung und Stadtentwicklung. Eines der zentralen Probleme des Urbanitätsdiskurs ist allerdings, dass immer wieder darauf hingewiesen wird, dass der Begriff „eigentlich nicht definiert werden könne“ oder im allgemeinen „nicht zu greifen sei“. Nur selten kann man einen ein Konsens ausmachen, nicht zuletzt weil das Problem bestehen bleibt, dass Urbanität entweder gar nicht oder willkürlich definiert wird, wie es Thomas Wüst in seinem Buch *Urbanität* [Wüst, 2004] beschreibt. In seiner Diskursanalyse kommt er zu dem Schluss, dass sich die Urbanitätstheorien um ein imaginäres Zentrum drehen, dass Wüst selbst als Mythos bezeichnet. Seiner Ansicht nach werden Definitionen entweder gar nicht angeboten, oder willkürlich gegeben. Die Urbanitätsanalyse ist problematisch, da es im Grunde gar keinen richtigen Betrachtungsgegenstand gibt. Sicherlich ist dieser Zugang zur Urbanität ein sehr aktueller, der stark von postmoderner Philosophie und Methodik beeinflusst ist.

Es folgt eine Annäherung an den Begriff. Dabei werden die wichtigsten Definitionen, Merkmale und Argumente der Urbanität aufgeführt, die sich aus dem Urbanitätsdiskurs vor allem der letzten 150 Jahre ergeben.

Urbanität ist eine städtische Lebensform.

Selbstverständlich ist das die Grundlage jeder Urbanitätsdefinition. Jedoch ist sehr unter-

schiedlich, wie diese städtische Lebensform definiert wird. Es gibt Theorien, die die Entstehung der griechischen Polis in der Antike als städtisches Leben bis in unsere heutige Zeit hinüber retten wollen. Andere Standpunkte stellen eine Bestandsaufnahme aktueller Phänomene - seien es soziologische, städtebauliche oder politische - in den Mittelpunkt, um etwas spezifisch städtisches herauszustellen. Der Begriff der Urbanität an sich ist es, der etwas städtisches definieren möchte, jedoch wird das spezifisch städtische aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet.

Urbanität ist an Stadt gebunden.

Jahrhundertlang war die Urbanität an die Stadt gebunden. Die Stadt gilt hierbei als mehr oder weniger kompakte Siedlung, die sich klar vom ländlichen Raum unterscheidet. Von der Antike, über die Römerzeit, Renaissance, Industrialisierung und Moderne konnte man von einem Stadt - Land Gegensatz sprechen. Die Urbanität entfaltet sich in diesen städtischen Räumen und die Stadtbevölkerung weist signifikante Unterschiede zur Landbevölkerung auf. Meist ist das ein Stand, eine gewisses Maß an Zentralität, ein bestimmtes Verhalten, oder ein hohes Maß an Freiheit und Möglichkeiten. Zu Beginn der Postmoderne beginnt dieser Gedanke brüchig zu werden, weil es Anzeichen zu geben scheint, die den Stadt - Land Gegensatz im Sinne der Urbanität negieren.

Urbanität ist Emanzipation des Stadtbürgers gegenüber der Landbevölkerung.

Seit der griechischen Polis wird die Stadt als Emanzipation gegenüber der Landbevölkerung herausgestellt. Die Stadtbevölkerung ist frei von Lehnsherrschaft oder Sachzwängen der Landwirtschaft. In der Stadt herrscht funktionale Arbeitsteilung, Machtkonzentration, elitäres Denken und Fortschritt. Der Ausspruch „Stadtluft macht frei nach Jahr und Tag“ umschreibt einen Rechtsgrundsatz im Mittelalter und bezog sich darauf, dass man sich als Leibeigener freikaufen konnte oder in der Stadt vom Grundherren unauffindbar war. Die Stadtbevölkerung war also in diesem Sinne „frei“.

Urbanität hat eine demokratisch-politische Dimension.

Urbanität hat seit der Antike auch eine demokratische Bedeutung im Sinne von aktivem Bürgertum, Mitbestimmung und Teilnahme an urbanen Prozessen wie dem Handel, der funktionalen Arbeitsteilung und der Kultur. Im 20. Jahrhundert wurde dieser Sachverhalt von der politischen Soziologie erneut betrachtet. In der Moderne wurde der Wandel des Emanzipationspotenzials des Stadtbürgers deutlich in einem Vortrag von Edgar Salin zum deutschen

Städtetag 1960.

„Salin bindet Urbanität an zwei Bedingungen: Bürgertugend und Mitwirkung der Bürger am Stadtregiment. Letzteres heißt durchgesetzte Demokratie. Mit Bürgertugend meint Salin, daß die soziale Stellung des Städters nicht bestimmt wird von seiner sozialen Herkunft, also von aristokratischen Regeln, sondern durch die bürgerlichen Tugenden Bildung und Leistung. Damit bindet Salin die Kategorie der Urbanität an die Emanzipation des Bürgertums aus dem Feudalismus.“ [Siebel, 1994]

Urbanität ist Dialektik zwischen öffentlich und privat.

Dieser Gedanke wurde vor allem von dem Stadtsoziologen Hans Paul Bahrdt in den 1960er Jahren entwickelt und erschien in dem 1961 erstveröffentlichten Buch „Die moderne Großstadt“. Bahrdt war auf der Suche nach einem sozialwissenschaftlichem Ansatz für das Verständnis von Urbanität und entwickelte den Gedanken, dass die Polarisierung von öffentlicher und privater Sphäre ein tragfähiges Charakteristikum für die urbane Großstadt ist.

„Je stärker Polarität und Wechselbeziehung zwischen öffentlicher und privater Sphäre sich ausprägen, desto 'städtischer' ist, soziologisch gesehen, das Leben einer Ansiedlung. Je weniger das der Fall ist, desto geringer ist der Stadtcharakter einer Ansiedlung ausgebildet.“ [Bahrdt, zitiert nach: Neumann, 2002, S. 8]

Mit dem Beginn der Postmoderne wird dieser Ansatz relativiert, da sich Technologie und ein neues philosophisches Verständnis, sowie Projektorientierung gegenüber der Gesamtplanung im städtebaulichen Kontext durchsetzt. Diese Polarität lässt sich heute nicht mehr aufrecht erhalten. Sie weicht einer Dialektik von Ambivalenz und Widerspruch.

Urbanität ist Dialektik zwischen Bekanntem und Unbekanntem, Ambivalenz und Widerspruch.

Vor allem Hartmut Häußermann und Walter Siebel haben darauf hingewiesen. Sie stellten die Dialektik von Öffentlichkeit und Privatheit als Kategorisierung von Urbanität in Frage und setzten an ihre Stelle einen sozialpsychologischen Ansatz. [vgl. Neumann, 2002, S.23] Ihrer Ansicht nach lässt sich Urbanität nicht rein stadtstrukturell planen. Den Planungen fehlt

„das, was die Qualität von Urbanität ausmacht: die Überraschung, das Unvorgehene, das Fremde. Die urbane Qualität der europäischen Stadt liegt in

ihrer Widersprüchlichkeit und Ambivalenz, in ihrer Unübersichtlichkeit und in ihrem chaotischen Überschuß, den Dichte, Größe und Heterogenität produzieren können“ [Häußermann/Siebel, zitiert nach: Herlyn in: Siebel, 2004, S. 123]

Die Fähigkeit des Städters, auch Spannungen, Widersprüche und Ambivalenz zuzulassen ist es, was Urbanität auszeichnet. Häußermann/Siebel treten auch für die Gestaltung von öffentlichen Räumen und bestimmten Nutzungsmustern von städtebaulichen Strukturen ein, jedoch vor dem Hintergrund dieser stadtsoziologischen Ansätze.

Urbanität setzt ein bestimmtes Verhalten des Stadtmenschen voraus.

Ergänzend zur Emanzipation des Städters gegenüber der Landbevölkerung wird auch oft darauf hingewiesen, dass das urbane Verhalten ein bestimmtes Verhalten des Stadtmenschen voraussetzt. Dieser Gedanke geht zurück auf Simmel, der zur Wende des 20. Jahrhunderts seine bekannte Großstadtsoziologie verfasste. Dort definierte er den großstädtischen, urbanen Charakter durch „Distanziertheit, Blasiertheit und Reserviertheit“ [vgl. Neumann, 2002, S. 19] Auch die bereits erwähnten soziologischen Ansätze von Bahrdt, Salin und Häußermann/Siebel setzen ein bestimmtes Verhalten des Stadtmenschen voraus, das erst den demokratisch-politischen Anspruch der Urbanität umsetzen kann. Es ist das Verhalten des Bürgers, das die Urbanität prägt und die Integrationsfähigkeit der Stadt ermöglicht.

Urbanität ist an bestimmte Baustrukturen gebunden und entfaltet sich im Kontext mit städtebaulichen Qualitäten.

In den 1960er Jahren wurde ein städtebauliches Leitbild entwickelt, das sich von sozialwissenschaftlichen Ansätzen der Urbanität gelöst hat und städtebauliche Strukturen in das Zentrum stellt. Dieses Leitbild der „Urbanität durch Dichte“ fand im modernen Städtebau vor allem in den 1960er Jahren Anwendung. Der Grundgedanke war, dass sich durch das Erzeugen einer hohen Baudichte Urbanität „automatisch“ einstellen würde. Die Kritik an der Moderne und das Scheitern des modernen Städtebaus haben das Leitbild „Urbanität durch Dichte“ obsolet gemacht, jedoch wurden Neuansätze entwickelt, die die Urbanität wiederum an Baustrukturen gekoppelt haben: man beschäftigte sich mit dem „urbanen Straßen-Raum“, öffentlichen Plätzen und der „Re-Urbanisierung“ der Innenstädte. Die Wiederentdeckung der kompakten Stadt, Stadtsanierung und -umbau, sowie eine Projektorientierung des Städtebaus - auch mit Großprojekten im Umland - sollten Zeugnis von „urbanen“ städtebaulichen Strukturen ablegen.

Gerade in den 1980er und 1990er Jahren forderte unter anderem Walter Siebel eine Rückbesinnung auf den Baubestand, den öffentlichen Raum und die Präsenz von Geschichte.

„Es wird ganz entscheidend für die künftige urbane Qualität unserer Städte sein, wie mit den Resten der industriellen Vergangenheit der Städte umgegangen wird. (...) Damit die Zeugnisse der Industriegeschichte im Alltag der Städter präsent bleiben, sollten sie mit möglichst alltäglichen Nutzungen gefüllt werden: Warum soll in einem alten Industriegebäude kein kommerzielles Fitness-Studio untergebracht werden, warum nicht Wohnungen oder moderne Arbeitsplätze?“ [Siebel, 1994, S. 16f.]

Kultur ist ein Schlüsselfaktor für Urbanität.

Nach der ökonomisch orientierten Sichtweise auf die Stadtentwicklung der 1960er und 1970er Jahre rückte der Fokus auf einen menschlich orientierten Maßstab in das Bewusstsein der städtebaulichen Diskussion. Die Orientierung an städtebaulichen Qualitäten wurde flankiert von einer Diskussion um die Betrachtung der Kultur als Motor für die Urbanität. Dieter Sauberzweig stellt das in einem Aufsatz von 1986 folgendermaßen fest:

„Respektierung der Individualität des anderen, Toleranz also, die Offenheit und ein Gastraum gegenüber fremden Menschen, persönliche Weltläufigkeit sind Kennzeichen urbanen Verhaltens. Urbanität ist also eine wünschenswerte, aber keineswegs in jeder Stadt ohne weiteres vorhandene Qualität. Sie ist keine Selbstverständlichkeit in jeder größeren Stadt, und sie ist in Klein- und Mittelstädten schwieriger zu schaffen. Hier aber kann das Urbane (...) durch kulturelle Aktivitäten, aber auch durch die Bewahrung der historischen Stadtgestalt gefestigt werden.“ [Sauberzweig, 1986]

Urbanität ist ortsunabhängig.

Die Durchdringung der Lebenswelt durch Telekommunikationsmedien und Mobilität führte zu einem neuen Zugang zur Urbanität. Diese sei theoretisch ortsunabhängig, da der Städter auf das Land zieht, aber im Verhalten und der Gesinnung dennoch Städter bleibt. Viele Pendler, die an Stadtrandgebieten Wohnen oder Arbeiten geben jeden Tag ein Zeugnis davon ab. Die globale Orientierung der Arbeits- und Lebenswelt führt dazu, dass Urbanität nicht mehr

nur an kompakte Siedlungsstrukturen gebunden ist. Eine genauere Untersuchung findet in Kapitel 1.2 statt.

Urbanität findet in den Kommunikationsnetzen statt.

Die Kommunikationsnetze, die die Welt umspannen, übernehmen zunehmend urbane Funktionen wie Austausch, Freizeit, Arbeit und Handel. Aufgrund der Durchdringung der Lebenswelt durch allgegenwärtige Kommunikationsmöglichkeiten wird die Funktionsweise der Stadt, die bislang ein Monopol dieser Funktionen inne hatte, ausgehöhlt. Eine ausführliche Betrachtung dieser Gedanken findet in Kapitel 1.2.1 und 1.2.2 statt

1.2 Postmoderne Stadttheorie

Es folgt eine Auswahl postmoderner Stadttheorie, wobei sich zwei Theorien explizit mit der Digitalität beschäftigen. Die Dritte der „Zwischenstadt“ bezieht sich nicht auf das Netz, handelt jedoch von Dispersion städtischer Strukturen. Es lassen sich von dort aus viele Bezugspunkte zur digital vermittelten Kommunikation feststellen.

1.2.1 City of Bits (1995)

William J. Mitchell, Professor für Architektur, Medienkunst und Medienwissenschaften, veröffentlicht 1995 das Buch „City of Bits“ [Mitchell, 1995]. In diesem Buch beschreibt er, wie die Vernetzung der Welt zu einem gravierenden Wandel in Städtebau, Architektur und Wahrnehmung führt. Für ihn ist das Leben online die neue Stadt des 21. Jahrhunderts. Er bezeichnet sich selbst als „Flaneur“ in den Netzen, wobei seine Person durch eine e-Mailadresse repräsentiert wird. Damit greift er bewusst ein Bild der Urbanität im 19. Jahrhundert auf: Paris in dieser Zeit war geprägt durch den Flaneur, der weltmännisch und gesittet die Stadt durchstreifte. Der Flaneur von William Mitchell allerdings hat eine Tastatur in der Hand.

„My name is wjm@mit.edu (though I have many aliases), and I am an electronic flâneur. I hang out on the network.“ [Mitchell, Kapitel 2]

In seine Analyse bringt er immer wieder architektonische Elemente und städtische Funktionen in Zusammenhang mit neuen Technologien. Er will zeigen, dass die Technologie die althergebrachten Elemente revolutionieren wird, dass Raum und Zeit eine neue Funktion bekommen. Auch städtische Funktionen sind davon betroffen.

„The keyboard is my café. Each morning I turn to some nearby machine - my modest personal computer at home, a more powerful workstation in one of the offices or laboratories that I frequent, or a laptop in a hotel room - to log into electronic mail. I click on an icon to open an „inbox“ filled with messages from round the world - replies to technical questions, queries for me to answer, drafts of papers, submissions of student work, appointments, travel and meeting arrangements, bits of business, greetings, reminders, chitchat, gossip, complaints, tips, jokes, flirtation. I type replies immediately, then drop them into an „outbox“, from which they are forwarded automatically to the appropriate destinations. (...)

Traditionally, you needed to go someplace to do this sort of thing - to the agora, the forum, the piazza, the café, the bar, the pub, Main Street, the mall, the beach, the gym, the bathhouse, the college dining hall, the common room, the office, or the club - and where you went pegged your peer group, your social position, and your role. It also framed expectations about how you should represent yourself by your clothing, body language, speech, and behavior and about the interactions that were to take place. Each familiar species of public place had its actors, costumes, and scripts. But the worldwide computer network - the electronic agora - subverts, displaces, and radically redefines our notions of gathering place, community, and urban life. The Net has a fundamentally different physical structure, and it operates under quite different rules from those that organize the action in the public places of traditional cities.“ [Mitchell, Kapitel 2]

Die Raumüberwindung spielt keine Rolle mehr. Das Netz ist allgegenwärtig, die Persönlichkeit spaltet sich auf und Tele-Präsenz wird zur neuen Daseinsform. Diese bezieht sich auf Kommunikation, Freizeit, Handel und Arbeit - also klassische städtische Funktionen, wenn man sich beispielsweise die Charta von Athen vergegenwärtigt.

Auch die zeitlich-räumliche Staffelung von Architekturgrundrissen muss neu überdacht werden, da man keine Präsenz mehr an diesen Orten benötigt, um diese Funktionen auszuüben.

„Building type by building type, the story is much the same. The floor plan of a traditional store, library, theater, school, bank, stock exchange, office, home, or

any other kind of building clearly shows how it works: you see particular places for the various activities that are to be housed, together with a circulation system of doors and passageways that integrates these parts into a functioning whole. If you look at the site plan, you can also see how entry and exit points, windows, and walls relate the whole composition to its natural setting or urban context. And at an urban scale, streets and public places interconnect buildings. (...)

But when telecommunication through lickety-split bits on the infobahn supplements or replaces movement of bodies along circulation paths, and when telepresence substitutes for face-to-face contact among the participants in activities, the spatial linkages that we have come to expect are loosened. The constituent elements of hitherto tightly packaged architectural and urban compositions can begin to float free from one another, and they can potentially relocate and recombine according to new logics. Perhaps it is not too romantic to imagine that unique natural environments, culturally resonant urban settings, and local communities that hold special social meaning will increasingly reassert their power. Perhaps we will find compelling advantages to putting together spaces - like living spaces and work space - that were once thought to belong in different buildings located in different zones of the city. In any case, the old bonds break down and new groupings can begin to form.“ [Mitchell, Kapitel 4]

Schließlich geht er davon aus, dass das Netz irgendwann universell und überall sein wird. Ein simples Einloggen gewährt den Zutritt zu der „City of Bits“, der Metropole des 21. Jahrhunderts.

„The Net is ambient – nowhere in particular but everywhere at once. You do not go to it; you log in from wherever you physically happen to be. In doing this you are not making a visit in the usual sense; you are executing an electronically mediated speech act that provides access - an 'open sesame'. [Mitchell, Kapitel 2]

Zehn Jahre nach erscheinen von Mitchells „City of Bits“ stellt Manuel Castells, Professor für Soziologie, Stadt- und Regionalplanung, fest, dass das Thema nach wie vor aktuell ist. Er entdeckt im Kontext von Mitchells Utopie einen Handlungsbedarf auf städtischer Ebene:

„Die Städte sehen sich einem Problem gegenüber: Während der gesamten Geschichte sind sie Formen gesellschaftlicher Räume gewesen, die in der Lage waren, synchrone und asynchrone Kommunikation miteinander zu verkoppeln, also den entscheidenden Prozess zu organisieren, durch den Information in Entscheidungsfindung transformiert wird. Das Internet übernimmt jetzt diese Funktion. Deshalb müssen ortsgebundene Tätigkeiten, auf denen die Städte beruhen, ihre Konkurrenzsituation verbessern, indem sie den unmittelbaren persönlichen Erfahrungen zusätzlichen Wert verleihen, zu denen es einzig und allein in Städten kommen kann. Daraus folgt, dass öffentlicher Raum und Monumentalität (Museen, Kulturzentren, öffentliche Kunstwerke, symbolische Architektur) eine Schlüsselrolle dabei spielen werden, Raum abzugrenzen und bedeutungsvolle Interaktion zu begünstigen.“ [Castells, 2005, S. 251]

1.2.2 Telepolis (1995)

Zur selben Zeit wie Mitchell veröffentlicht der Journalist Florian Rötzer eine umfassende Urbanitätstheorie für digitale Netze. Er schrieb das Buch „Telepolis“ und gründete kurz darauf ein gleichnamiges Netzmagazin, das heute noch existiert. Rötzer sieht den Wandel der Stadt als kompakte Siedlungsstruktur hin zu einer zerfaserten, durchschnittenen und ausufernden Siedlungslandschaft und betrachtet gleichzeitig das Geschehen im virtuellen Raum.

„Die Stadt, zunächst dem Land aufgepfropft und dieses ausbeutend, war das Zentrum, das Gehirn, gleichsam der Prozessor aller großen Zivilisationen und Reiche. Städte sind Kreuzungspunkte von Informations-, Menschen-, Waren- und Geldströmen. Aus ihrer Dynamik, die sich ihrer Größe, der in ihr herrschenden Anonymität, gesellschaftlichen Differenzierung, Arbeitsteilung, Konkurrenz und Heterogenität verdankt, hat sich unsere Zivilisation mit ihren positiven und negativen Seiten sprunghaft entfaltet. Städte waren der Geburtsort der Schrift, der Demokratie, der Philosophie, der Aufklärung, des modernen Staates, der Individualisierung, und sie waren der Sitz der Macht, des Kapitals, des Handels, der Wissenschaft, der Technik und der Kunst. Die Konzentration in Städten erfolgte, weil sie die Kommunikation erleichterte und beschleunigte, weil sie das schnelle Ineinandergreifen und damit die Steuerung von komplexen Prozessen ermöglichte, weil sie Wege verkürzte und Zeit einsparte. Städte sind lokale Netzwerke und zugleich überregionale Knoten in Netzen, da sie immer in Verbindung mit

anderen Städten stehen.“ [Rötzer, 1995, S. 7]

Mit der Erfindung der Eisenbahn, der Industrie und der Telekommunikation wurden diese Vorteile der Stadt langsam ausgehöhlt. Die erhöhte Mobilität und die beginnende Suburbanisierung begannen den Gegensatz zwischen Stadt und Land aufzuheben. „Man kann, je nach Perspektive, von einer Ruralisierung der Städte oder von einer Urbanisierung des Landes sprechen.“ [Rötzer, 1995, S. 8]

Rötzers Ansicht nach ist die Bedeutung der Stadt als schnelles Kommunikationszentrum im Zeitalter von breitbandigen Netzanschlüssen nicht mehr dringend notwendig. Es bilden sich Tele-Orte, die eine neue Form der Urbanität entstehen lassen.

„Der sich öffnende Cyberspace wird allmählich zu einem Lebensraum, in den viele Funktionen abwandern, die einst die urbane Umgebung, die räumliche Verdichtung, die Massengesellschaft, die Massenmedien und die Massenproduktion erforderten. Im Cyberspace können nicht nur Daten und Zeichen, sondern auch Bilder zirkulieren. Er wird immer mehr zu einer räumlichen Umgebung mit vielen sensorischen und motorischen Schnittstellen, durch die man in ihn eintreten und in ihm wie in der gewohnten Welt handeln kann.“ [Rötzer, 1995, S. 8]

Weiter werden Bezugspunkte zu der im nächsten Kapitel vorgestellten „Zwischenstadt“ deutlich:

„Der Cyberspace wird zum Lebensraum einer neuen, bislang unbekanntem Tele-Existenz, die nicht mehr auf Zentren und räumliche Verdichtungen angewiesen ist. Wachstumszonen sind heute nicht mehr die Zentren der Städte, sondern deren Peripherien, die sich in ihrem Erscheinungsbild nicht nur überall angleichen, sondern sich über riesige Flächen ausdehnen und die alten Stadtkerne verschlucken. Hier entsteht eine neue Urbanität, die nicht mehr durch Konzentration gekennzeichnet ist, sondern im Gegenteil durch eine weitreichende Dezentralisierung. Einzelhäuser, kleine Wohnsiedlungen, grüne Flächen und landwirtschaftlich genutzte Felder vermischen sich mit Einkaufszentren und Gewerbeparks, High-Tech-Betrieben und Büros. Wirtschaftlich stark und voller Leben, sind diese neuen urbanen Nicht-Orte Ausdruck und zugleich Gerüst der sich auf Satelliten- und Kabelverbindungen gründenden virtuellen Stadt der Informationsgesellschaft.“ [Rötzer, 1995, S. 8f.]

1.2.3 Zwischenstadt (1997)

Thomas Sieverts schreibt 1997 ein Buch, das sich der Analyse europäischer Stadtstrukturen widmet. Er arbeitet eine neue Form der Stadt heraus und nennt sie „Zwischenstadt“. Sie ist eine neue Stadtstruktur, die größtenteils global, aber vor allem auch in Europa um sich greift: während im europäischen Diskurs noch immer an der kompakten Stadt festgehalten wird, betrachtet Sieverts, wie sich die europäische Stadt von einer kompakten Stadtstruktur löst und mit heterogenen Strukturen in das Umland mäandert.

Im Vorwort des Buches „Zwischenstadt“ fasst Sieverts seine wichtigsten Kerngedanken zusammen:

„Dieser Versuch handelt von der Auflösung der kompakten historischen europäischen Stadt und von dem Umgang mit einer ganz anderen weltweit sich ausbreitenden neuen Stadtform: Der verstädterten Landschaft oder der verlandchafteten Stadt. Ich nenne diese Stadt *Zwischenstadt*: es ist die Stadt zwischen den alten historischen Stadtkernen und der offenen Landschaft, zwischen dem Ort als Lebensraum und den Nicht-Orten der Raumüberwindung, zwischen den kleinen örtlichen Wirtschaftskreisläufen und der Abhängigkeit von Weltmarkt.“
[Sieverts, 1997, S. 7]

Sieverts kritisiert das „historische“ Verständnis von Urbanität, das mit romantisch-verklärenden Bildern in altstädtischen Stadtstrukturen anzusiedeln ist. Seiner Meinung nach hat der öffentliche Raum im Stadtkern seine ursprüngliche Bedeutung verloren. Die Gründe hierfür sieht er darin, dass die Dichte des Wohnens und Arbeitens abgenommen hat, der öffentliche Platz keine explizit politische Bedeutung mehr erfährt und dass sich ein Großteil des Lebens in die privaten Räume verlagert hat.

„Die spezifische Wohn- und Arbeitsfläche pro Stadtbewohner hat sich im Verlauf einer Generation mindestens verdoppelt; allein die spezifische Wohnfläche hat in den letzten Jahrzehnten pro Jahr um mindestens einen halben Quadratmeter zugenommen, und die Automatisierung der Produktion hat die Fläche pro Beschäftigten zum Teil vervielfacht. Wachsender Wohlstand wird - nach Befriedigung der elementaren Bedürfnisse - offensichtlich zu einem guten Teil in privat verfügbarer Fläche angelegt. Wenn wir aber die heutigen Wohn- und Arbeitsdichten vergleichen mit dem heute idealisierten Zustand im 19. Jahrhundert, können

wir gut und gerne davon ausgehen, daß die damaligen Wohn- und Arbeitsdichten vier- bis fünfmal so hoch waren. (...) Diese 'Verdünnung' der spontanen bzw. spontan möglichen Sozialkontakte wird auch schlaglichtartig in der Beobachtung deutlich, daß die Wahrscheinlichkeit, daß Kinder heute auf der Straße Gleichaltrige zum spontanen Spielen finden können, meist so gering ist, daß sie andere Formen des Sichtreffens und Miteinanderspielens finden müssen: Sie telefonieren sich zusammen. [Sieverts, 1997, S. 35]

Die Zwischenstadt wuchert ins Umland und ist durch heterogene Strukturen geprägt. Sie zeigt sich in Form von Transiträumen, Nicht-Orten, Freiflächen, Großkubaturen und plötzlichen Übergängen zwischen hoher Dichte und kleinteiligen Baustrukturen: Schnellstraßen und Autobahnkreuzen, landwirtschaftlich genutzten Flächen, Einkaufsparks, Büro- und Dienstleistungszentren, sowie Reihenhaus- und Einfamilienhaussiedlungen. Der Fokus der Zwischenstadt richtet sich meist auf die Stadtregion und globalen Wettbewerb. Hier treffen lokale und globale Entscheidungen zusammen: Schlafstädte, Logistik- und Dienstleistungszentren, Gewerbe- und Landschaftsparks, neben gewachsenen landwirtschaftlich und naturräumlich geprägten Flächen. Zerschnitten werden sie von Verkehrswegen unterschiedlicher Geschwindigkeit: tatsächlich wäre die Zwischenstadt ohne den individuellen Personennahverkehr undenkbar. Öffentlicher Personennahverkehr kann solche Gebiete in der Regel nicht effizient bedienen und die Strukturen sind auf Bus- und Radfahrer genauso wenig ausgerichtet wie auf Fußgänger.

Sieverts tritt ein für ein neues Verständnis des Phänomens „Zwischenstadt“. Hier sei die Urbanität weniger an einen „gebauten Stadtraum“ gebunden, sondern mehr an ein großstädtisch-weltmännisches Verhalten. So kann seiner Ansicht nach auch ein großes Fest im eher ländlich geprägten Raum durchaus urbane Qualitäten entwickeln. Obwohl die Urbanität nicht mehr an kompakte Stadtstrukturen oder an den umbauten Raum von öffentlichen Plätzen in der Innenstädte gekoppelt ist, benötigt man sie dennoch. Sieverts fordert eine Bewusstwerdung von sich im Entstehen befindenden öffentlichen Räumen in der Zwischenstadt, die nicht zwingend umbaute Stadträume sein müssen. Er fordert einen neuen Umgang mit Nutzungs-Mustern.

„Es wäre schon manches erreicht, wenn Flächen und Gebäude durch zeitliche Staffelung der verschiedenen Nutzungen besser ausgelastet werden würden: Schon dadurch würde die Nutzungs- und Begegnungsdichte steigen. Der öffent-

liche Raum bleibt aber trotz des Verlustes an unmittelbarer sozialer Bedeutung, trotz Nutzungsverdünnung und überörtlicher Orientierung das strukturelle Grundgerüst der Zwischenstadt: nur über den öffentlichen Raum kann sie wahrgenommen und begriffen werden, als Erlebnisgerüst und Zeichen der Identität ist der öffentliche Raum für die Begreifbarkeit und Lesbarkeit der Zwischenstadt wichtiger denn je.“ [Sieverts, 1997, S. 36]

Zahlreiche Forschungsarbeiten folgten auf das 1997 erschienene Buch „Zwischenstadt“. In einem Sammelband von 2005 werden die wichtigsten Ansätze für den Umgang mit der Zwischenstadt zusammengefasst. Am wichtigsten erscheint hierbei, dass es zu einer objektiven, wissenschaftlich fundierten Betrachtung dieser Räume kommen muss. Diese Betrachtung muss losgelöst von Vorurteilen, Desinteresse oder Klischees sein. Es geht darum, einen unverbrauchten und interessierten Blick auf diese Räume zu werfen, um so neue Perspektiven zu eröffnen. Aus dem 2005 erschienen Band werden noch mal zwei Aspekte herausgegriffen.

Bei der Analyse der Zwischenstadt drängt sich das Bild des Netzes auf, das in diesem Zusammenhang nicht etwa als ein Kommunikationsnetz zu verstehen ist, sondern als allgemeines Muster aufgefasst wird, etwa im Sinne von Infrastruktur oder Nutzungsverteilungen.

„Ein Netz beschreibt den räumlichen Aufbau von Austauschsystemen. Dieser Austausch wird durch komplementäre Eigenschaften des Netzes beschrieben: 'Accessibility', als Ausdruck für Erreichbarkeit, in Zeit gemessen, und 'Connectivity' als Ausdruck für 'Verbindbarkeit', mit der die einzelnen Elemente miteinander in Verbindung treten. In der Zwischenstadt werden Netze zum wichtigsten, konstituierenden Element einer neuen Urbanität. Dabei ist nicht in erster Linie die Morphologie, die Form der Netze, prägend, sondern die Physiologie, die Flüsse im Netz.“ [Sieverts, 2005, S. 113]

An dieser Stelle wird deutlich, dass Kommunikationstechnologien durchaus in Zusammenhang mit der „Zwischenstadt“ zu bringen sind.

„Die Netzstruktur führt nun aber in der Regel nicht zu einer diffusen Zersplitterung, sondern in Abstimmung mit Interessen zu Verdichtungen in Clustern, die auf 'Proximity' als Ausdruck unmittelbarer räumlicher Nähe beruhen. 'Netze' binden zusammen, sind erweiterbar und elastisch, sind durchlässig und verlässlich, weil vielfach redundant. Diese idealtypische Charakterisierung von Netzen

wird in der Zwischenstadt noch nicht erreicht. 'Netz' steht des Weiteren auch für offenen, im Prinzip grenzenlosen Austausch, für Freiheiten des Verhaltens und der Kommunikation und für Synergien des Zusammenwirkens. 'Netze' fördern schnelle 'Gewichtsverschiebungen' in der Stadtregion und begünstigen die Entstehung neuer Zentren.“ [Sieverts, 2005, S. 113]

Nicht zuletzt spielt die flexible Nutzbarkeit eine wichtige Rolle für einen Erfolg der Zwischenstadt:

„Die Aneignung von ursprünglich für andere Funktionen vorgesehenen Flächen durch bestimmte, sich 'subkulturell' begreifende Gruppen ist ein neues, wichtiges kulturelles Phänomen, das neue Perspektiven eröffnet.“ [Sieverts, 2005, S. 27]

1.3 Zwischenfazit

Es ist deutlich geworden, dass sich Urbanität, wie schon seit Jahrhunderten, im Wandel befindet. Dieser Wandel wurde meist durch stadtstrukturelle, technologische oder gesellschaftliche Umbrüche eingeleitet. In der heutigen Zeit stehen wir ebenfalls vor großen Veränderungen: der Wandel der Stadtstruktur und neuen technologischen Errungenschaften, die stark in das Leben des Einzelnen eingreifen und einen Wandel der Weltwahrnehmung mit beinhalten. Man kommuniziert und denkt lokal und global.

Alle drei untersuchten Stadttheorien gehen davon aus, dass sich die herkömmliche Struktur der Stadt wandelt: Mitchell und Rötzer argumentieren mit einem technologischen Wandel und dadurch einem Wandel im Verhalten der Bürger, Sieverts stellt in der Analyse gegenwärtiger Stadtstrukturen fest, dass sich die Stadt der Gegenwart bereits vom kompakten Zentrum gelöst hat. Er sieht die Kommunikationstechnologien nicht explizit vor, betrachtet die Zwischenstadt allerdings als Netzwerk, das Nutzungsintensitäten in „Clustern“ zusammenfasst, und das geprägt ist durch einen ständigen Fluss in diesem Netzwerk. Dort finden permanent Verschiebungen statt, die sich auf die Nutzungsmuster auswirken können und nicht zwingend mit der baulichen Struktur zusammenhängen müssen.

Es wird in Frage zu stellen sein, wie und an welchen Orten die Urbanität der Zukunft erscheinen wird. Deutlich wird, dass man sich auf einen Wandel einstellen muss. Die kompakte europäische Stadt mitsamt ihren räumlichen Qualitäten sollte die Sichtweise der „Zwischenstadt“ unbedingt ergänzen. Das Verständnis einer neuen Urbanität findet zwar auch in

der Zwischenstadt statt, aber nicht nur dort. Man sollte die „Fluktuation der Netze“ und die „Unterwanderung“ gebauter Strukturen durch die Kommunikationstechnologien erstmal hinnehmen und in einem zweiten Schritt überlegen, wie ein Stadtentwicklungsprozess darauf Bezug nehmen kann. Erst dann sollten sich die Städte und Gemeinden individuell die Frage stellen, wie und an welchen Orten diese neue Urbanität integriert werden kann.

2 Bestandsaufnahme: Nutzung netzbasierter Kommunikation

„Was nach der Entdeckung und Eroberung noch aussieht, ist die Vergesellschaftung des Cyberspace. (...) Eine wachsende Gruppe engagierter Nutzerinnen und Nutzer stellt offen die konservative, unternehmensorientierte 'digitale Revolution' in Frage.“ *Geert Lovink* [Lovink, 2003, S. 7]

2.1 Bestandsaufnahme: Nutzungsmuster netzbasierter Kommunikation

Der Beginn des Computerzeitalters war in der Hand einiger weniger elitären Gruppierungen. Die Weichenstellungen dieser frühen Nutzer haben die Grundlage für das Internet der heutigen Zeit gelegt. Es war eine bewusste Entscheidung von Technikern und Wissenschaftlern, das Medium Internet als freiheitliches Medium mit einer allgemeinen Zugänglichkeit zu entwickeln. Im folgenden Kapitel wird der Weg der „freien Netzkultur“ nachgezeichnet. Es wird gezeigt, wie sich der freie Geist des Internet im Sinne der Allgemeinheit und öffentlicher Zugänglichkeit entwickelt hat, stets neu erfunden wurde und selbst heute noch präsent ist.

2.1.1 Early Adopters und Peer Groups

Der Begriff *Early Adopters*, zu Deutsch etwa „frühe Adoptierende“, bezeichnet ein Phänomen, das für die Netztechnologien relevant ist. Early Adopters sind in diesem Zusammenhang technikaffine Menschen, die sehr früh mit neuen Technologien zu arbeiten und experimentieren beginnen. Sie tun dies meist lange bevor diese Technologien in der breiten Bevölkerung bekannt und dort angewendet werden. Es passiert jedoch häufig, dass diese Technologien später auch von größeren Bevölkerungsschichten angenommen und benutzt werden. Illustrieren lässt sich das am Beispiel der e-mail: virtuelle Mailboxen gibt es seit den siebziger Jahren. Im Zuge der Computisierung, vor allem der Arbeitswelt ab den neunziger Jahren, arbeiten heute sehr viele Menschen selbstverständlich mit diesem Medium.

Die Early Adopters sind Vorreiter und entwickeln oft exemplarische Methoden und *Best-Practices*, lange bevor diese Medien von der Gesellschaft angenommen werden. Eine Betrachtung der Early Adopters kann zu Rückschlüssen führen, auf welche Weise das Leben der Bevölkerung von diesen Technologien beeinflusst werden könnte. Deutlich wird ein Wandel in der Bevölkerung mitunter auch dadurch, dass sich der Sprachgebrauch ändert: „Suchmaschinen“ wurden in den neunziger Jahren nur von einigen Early Adopters benutzt. Heutzutage ist allgemein bekannt, was man sich unter „googlen“ und „mailen“ vorzustellen hat. Auch der

Begriff des „Bloggers“ oder der Tätigkeit des „Bloggens“ wird mittlerweile selbstverständlich im Internet benutzt.

Peer Group bedeutet „Gruppe von Gleichaltrigen“ oder „Gruppe von Gleichgestellten“ und ist ein Fachbegriff aus der Pädagogik und Soziologie. Ursprünglich wurde der Begriff in der Jugendforschung eingesetzt. Man fand heraus, dass Jugendliche außerhalb des Elternhauses vor allem von Gruppen Gleichaltriger sozialisiert werden und hier soziale Verhaltensweisen erlernen und erproben. Dieser Begriff findet heutzutage nicht nur in der Jugendforschung Anwendung: gerade in Hinblick auf die Netzkultur werden die Technologien und sozialen Prozesse von spezifischen Peer Groups angewendet. Es findet ein Austausch unter Gleichgesinnten statt, der neben einem experimentellen Moment auch einen sozialisierenden Moment beinhaltet. Es fällt auf, dass die Early Adopters oft auch gleichzeitig Peer Groups darstellen. Der freiheitliche Geist des Internets wurde vor allem von bestimmten Peer Groups eingeübt, die sich in der Entwicklung der Technologien immer wieder vermehrt organisierten und dadurch ihre Ideen weitertrugen.

2.1.2 Bullentin Board Systeme, Mailboxen, frühes Internet

Die *Bullentin Board Systems (BBS)* - zu deutsch etwa „Schwarzes Brett amtlicher Bekanntmachungen“ - haben seit Ende der siebziger Jahre, also noch vor dem Internet, zu computerbasierter Vernetzung geführt. Die „Bullentin Boards“ wurden umgangssprachlich auch „Mailboxen“ genannt. Die Verbindung zu diesen Netzen wurde über ein Telefonmodem hergestellt (auch technisch war es der Vorläufer von dem heute als www genutzte Internet). Die Bullentin Board Systeme waren über zentrale Server organisiert.

Die Nutzer von Mailboxen waren überwiegend Wissenschaftler, Computerfreaks und Hacker. Der Begriff Mailbox wurde deswegen so populär, weil es innerhalb des Systems möglich war, analog zu einem Briefkasten Nachrichten in einem virtuellen Postkasten zu senden und zu empfangen. Auch gab es zahlreiche Foren - so genannte Newsgroups - in denen man sich nach Themen gegliedert an Diskussionen beteiligen konnte. Das Spektrum dieser Foren bezog sich nicht nur auf rein inhaltliche Debatten oder Techniktipps, beliebt waren auch künstlerische Ausdrucksformen, wie die Kunst mit Schriftzeichen (ANSI-, ASCII-Art) oder Cybersex-Chats. Ein Archiv der BBS-Foren findet man unter <http://archives.thebbs.org/>. Die Bullentin Boards wurden ebenfalls für legalen und illegalen Austausch von Programmen und gecrackter Spielesoftware eingesetzt.

Parallel zu den BBS entstand 1979 das „Usenet“, ein frühes allgemeinzugängliches Netzwerk im Internet, das aus dem sogenannten ARPANet hervorgegangen ist.

„Sozial bildet es ein öffentlichen Raum, in dem jeder lesen und schreiben kann, zu Themen, die so ziemlich alles unter der Sonne umfassen. Eine andere Form von kooperativem sozialem Raum, der zusätzlich synchrone Kommunikation ermöglicht, sind *Multi-User Dungeons* (MUD). Angelehnt an Tolkiens *Dungeons and Dragons*-Motive erlauben es diese Welten mehreren Spielern, gemeinsam durch rein textbasierte Räume zu ziehen, Drachen zu töten, Puzzle zu lösen und miteinander zu plaudern. Als Spielumgebungen entstanden, fanden MUDs später auch für Bildungs- und Diskussionszwecke Verwendung. (...) 1988 kommt mit dem *Internet Relay Chat* (IRC) von Jarkko Oikarinen ein weiteres synchrones Kommunikationsformat hinzu.“ [Grassmuck, 2002, S. 191]

Das Internet konnte sich langsam gegenüber den BBS durchsetzen, da es im Endeffekt technisch überlegen war. Man hatte mehr und mehr die Möglichkeit, zu einem günstigen Verbindungspreis Kommunikation global zu organisieren. 1989 erfand Tim-Burners Lee das sogenannte *World Wide Web* (*www*), was bis heute im allgemeinen als Internet gilt.

2.1.3 Bürgernetzwerke und Digitale Städte

Im Angesicht des globalen Maßstab des World Wide Web wurde bevorzugt auch weltweit kommuniziert. Die Folge war eine Virtualisierung hin zu einem digitalen, vernetzten Lebensstil - man kannte seine Kommunikationspartner nur selten persönlich. Die Kommunikation erfolgte zum Großteil über Foren, Websites und e-mail (wie sie es heute noch gibt). Durch die Erfindung von Chatsystemen, wie der bis heute erhaltene IRC (Internet Relay Chat), oder textbasierten Online-Rollenspielen (MUDs, MultiUserDungeons) wurden Bilder eines globalen Utopia groß: vor dem Monitor sitzend erkundete man Menschen und Orte und kommunizierte in bis dato un-möglichen Räumen. Auch im World Wide Web wurden Foren neben Websites zu beliebten Kommunikationsformen. Diese technischen Errungenschaften haben auch den theoretischen Diskurs der achtziger und neunziger Jahre geprägt. In dieser Zeit entstand der Begriff des „Globalen Dorfes“, der darauf anspielte, dass die Welt auf eine übersichtliche Nachbarschaft zusammenschrumpft.

Es wurden experimentelle Studien und aktivistische Projekte initiiert. Während Wissenschaftler versuchten das „Globale Dorf“ zu begreifen, konzentrierten sich Hacker und Kulturaktivisten auf allgemeine Förderung der Vernetzung. Sehr beliebt waren Stadtmetaphern, weil man glaubte, dadurch „Neuankömmlingen“ im Netz Orientierung zu bieten und sie dadurch zu aktivieren. In diesen virtuellen Projekten wurden Bezeichnungen gewählt, die dem städtischen Leben entsprangen: „Administration Building“, „Post Office“ oder „Public Square“. [vgl. Rötzer, 1995, S.142]

„In den Vereinigten Staaten waren einige der ersten und erfolgreichsten Experimente das Cleveland Freenet, das von der Case Western Reserve University unterstützt wurde, und das Public Electronic Network (PEN), das von der Stadtverwaltung von Santa Monica, Kalifornien, organisiert wurde. Beide wurden 1986 gegründet. Das Seattle Community Network, das sich Ende der 1980er Jahre auf Initiative von Douglas Schuler entwickelte, war eine weitere Pioniererfahrung. In Europa begannen sowohl das von der Stadt Bologna initiierte Iperbole-Programm als auch die Digitale Stadt in Amsterdam 1994 und wurden zu wichtigen Bezugspunkten.“ [Castells, 2005, S.156]

Letzteres war eines der größten dieser Projekte und hatte eine wichtige Funktion in der europäischen Theorie. Die Initiatoren und Nutzer dieser „digitalen Stadt“ betonen, dass die Digitalität die Stadt erweitern und Bezugspunkte und virtuelle „Orte“ entstehen würden. Die Stadt selbst würde in einen symbolischen Raum transferiert werden und dort eine geschlossene Einheit bilden, die als Symbol - eine Art Repräsentation - für die Stadt selbst stehe. Diese Einheit im Digitalen stünde in Opposition zur zersiedelten und horizontal ausufernden Stadt. Geert Lovink, einer der Gründer der „Digitalen Stadt Amsterdam“, beschreibt dies folgendermaßen:

„Die Stadtmetapher erscheint im Cyberspace zu einem Zeitpunkt, in dem es mit der Stadt Amsterdam als Verwaltungseinheit endgültig vorbei ist und die Stadt sich in der Region auflöst. Selbst in der reaktionärsten Vorstellung des Stadtstaates sehen wir, daß die Stadt sich als eine verdichtete Infrastruktur redefiniert, zu der auch die weit entfernten Außenbezirke, Flughäfen, Industriegebiete, *edge cities*, Autobahnen, Handelszentren und Randgebiete gerechnet werden.“ [zitiert nach: Rötzer, 1995, S.143]

Das utopisch angelegte Konzept der digitalen Stadt ist nur zum Teil erfolgreich gewesen. Die „Digitale Stadt Amsterdam“ beispielsweise war zwar eine bunte Spielwiese, die durch Austausch, Kunst und Kultur geprägt war, jedoch sind diese Effekte nicht durch eine theoretische Debatte, sondern aus dem Bedürfnis der Bevölkerung nach kostenlosen Netzzugängen entstanden und damit der Möglichkeit, mit einem neuen Medium Erfahrungen zu sammeln. So ist es symptomatisch, dass das Ende der „Digitalen Stadt Amsterdam“ eingeläutet wurde, als das Projekt in einen kommerziellen Internet Service Provider umgewandelt wurde. Die Netzzugänge mussten fortan bezahlt werden und die „Netzbevölkerung“ der digitalen Stadt schrumpfte fulminant.

Die Orientierung an einer bürgernahen Politik zur Verbreitung von Netzinfrastruktur fand nicht nur bei den Projekten der „digitalen Städte“ Anwendung. Auch andernorts haben sich Initiativen und Projekte zur Vernetzung gebildet.

„Auf der ganzen Welt und besonders in der Entwicklungswelt brachten Hunderte von weniger bekannten Initiativen Interessen, Sorgen, Wertorientierungen und die Stimmen von Bürgerinnen und Bürgern online, die bisher voneinander und von ihren lokalen Institutionen isoliert gewesen waren. Diese gruppen- und gemeindebasierten Netzwerke waren ihrer gesellschaftlichen Basis und ihrer Orientierung nach unterschiedlich, aber ihnen waren drei wichtige Eigenschaften gemeinsam. Erstens lieferten sie Informationen von lokalen Behörden sowie einer Reihe von Bürgervereinigungen - sie wurden mit anderen Worten zur technologisch auf den Stand gebrachten Anschlagtafel für das städtische Leben. Zweitens organisierten sie die Möglichkeit zum horizontalen Informationsaustausch und zur elektronischen Unterhaltung für die am Netzwerk Beteiligten. Drittens und vor allem verschafften sie Menschen und Organisationen den Zugang zur online-Vernetzung, die nichts mit dem entstehenden Internet zu tun hatten und andernfalls noch ziemlich lange Zeit nicht angeschlossen wären. (...) Wahrscheinlich hat überhaupt erst diese Zweideutigkeit und sogar Spannung zwischen dem Wunsch, sich an das globale Internet anzuschließen und der Förderung der lokalen Gemeinschaft, die an diesen frühen Computernetzwerken gegenwärtig waren, ihre Entwicklung ermöglicht.“ [Castells, 2005, S.156 f.]

Es wurde also einerseits versucht, demokratisch-utopische Ansätze in ein neues Medium zu transferieren, andererseits hat die Entwicklung gezeigt, dass vor allem ganz pragmatisch

der Bedarf nach Netzzugängen eine wichtige Rolle bei der Entwicklung der „digitalen Städte“ gespielt hat.

2.1.4 New Economy

Der erste Versuch der Kommerzialisierung der Internet begann Mitte der Neunziger und entwickelte sich zu einem neuen Markt, der als New Economy - oder Neuer Markt - an der Börse eingeführt wurde. Risikokapitalgeber investierten in neue „Web“-Unternehmen, die wachstumsorientierte Versprechen machten. Die New Economy wurde zu einer Spekulationsblase und endete in einem Börsencrash im März 2001. Die meisten Unternehmen im Neuen Markt haben lediglich das Risikokapital genutzt, um ein börsennotiertes Unternehmen zu gründen. Die Geschäftsidee war meist wenig tragbar oder Konkurrenzangeboten sehr ähnlich. Zudem vergaß man oft, dass die meisten Nutzer im Internet mit diesen Angeboten entweder nichts anfangen konnten, oder (aufgrund des elitär-liberalen Geistes) gar nichts mit kommerziellen Anbietern zu tun haben wollten. Für die New Economy Unternehmen zählte meist nur die Geschäftsidee und die Zahl der Nutzer. Die meisten Geschäftsideen jedoch funktionierten schlichtweg nicht, oder nicht in dem Maße, wie es sich die Unternehmer vorgestellt hatten. Es wurden zahlreiche „Online-Communities“ gegründet, denen es meist an Identität mangelte. Oft fehlte der Zusammenhalt der Gruppen und kostenlose „Konkurrenzangebote“ gab es im Internet im Überfluss.

Durch den Börsencrash 2001 sind Hunderte von Jungunternehmen zugrunde gegangen und der kommerzielle Sektor hat sich vorerst aus dem Internet zurückgezogen. Es gab einige Unternehmen die den Crash überlebt haben und seitdem immer erfolgreicher auf dem Weg zu globalen Playern wurden, beispielsweise Amazon, Yahoo, Ebay oder Google.

2.1.5 Post New Economy

In der Post-New Economy hielten sich wieder überwiegend Wissenschaftler, Netzenthusiasten, Theoretiker und Künstler in diesem Medium auf. In dieser Phase wurden die Grundsteine für das sog. Web 2.0 (siehe Kapitel 2.1.6) gelegt. Vor allem künstlerische Ansätze und die Möglichkeit, Musik, visuelle und interaktive Experimente und Software auszustellen und zu tauschen, haben erneut einen Geist freier Kultur geformt, unterstützt durch freie Server, die die Möglichkeit boten, Inhalte kostenlos ins Netz zu stellen. Es gab zu jener Zeit eine Menge parallel verlaufender Entwicklungen, die den Geist des freien Tausches verfolgt haben, so zum Beispiel auch die Netz- und Computerkunst mit begleitenden Festivals und theoretischen

schen Debatten. So auch die „Demoszene“, die noch aus dem Zeitalter der Bulletin Boards überlebt hat und unabhängige „Multimediamemos“ auf Computern entwickelten und diese tauschten, sowie konzeptionell agierende Netzaktivisten, die freie Magazine herausbrachten oder Aktionen initiierten.

Freie Software und Open-Source

Der Begriff „Freie Software“ bezeichnet den freien Austausch von Software, inklusive dem modifizierbaren Quelltext. Volker Grassmuck definiert den Begriff in seinem Standardwerk zu freier Software folgendermaßen:

„Freie Software stellt eine von der proprietären Software grundlegend verschiedene Welt mit ihrer eigenen Kultur dar. Alle weiteren Merkmale ergeben sich aus ihren vier Grundeigenschaften: (1) die Software darf ohne Einschränkungen benutzt werden, (2) der Quellcode freier Software ist verfügbar; er darf skidiert und aus ihm darf gelernt werden, (3) sie darf ohne Einschränkungen und ohne Zahlungsverpflichtungen kopiert und weitergegeben werden, (4) sie darf verändert und in veränderter Form weitergegeben werden. Diese Eigenschaften bilden die idealen Voraussetzungen für eine offene, d.h., nicht auf Arbeitsvertragsverhältnissen beruhende, kooperative Softwareentwicklung und eine weitestgehende Beteiligung der Anwender. (...) Die freie Software (...) hat dank der genannten Eigenschaften und dank des Internet die Zusammenarbeit auf alle ausgeweitet, die sich beteiligen möchten.“ [Grassmuck, 2002, S. 233]

Dieses Verfahren wurde ab 1959 im Umfeld eines MIT-Labors entwickelt und angewendet bis das Labor und die dort vorherrschende „Hackerkultur“ in den achziger Jahren zersplitterte und einer herkömmlichen, gesicherten Softwareentwicklung wich. [vgl. Grassmuck, 2002, S. 218ff.] Einer der „Hacker“ aus diesem Umfeld namens Richard Stallman überlegte sich, wie man Software weiterhin frei entwickeln könnte. Er gründete 1985 die „Free Software Foundation“ und initiierte eine neue Softwarelizenz, die sogenannte *General Public License (GPL)*, die ab 1989 in Umlauf gekommen ist. Einer der Hauptmotivationen von Stallman war, ein Betriebssystem für PCs zu entwickeln, das grundsätzlich frei sei. Er nannte das Projekt GNU („GNU's not Unix“) und es ist der Vorläufer von Linux, welches 1991 von Linus Thorvalds zum ersten mal veröffentlicht wurde. Die General Public License führte ebenfalls dazu, dass kleinere Anwendungen für das Linux-Betriebssystem „frei“ entwickelt wurden.

Ab 1997 wurde der Prozess der freien Software systematisch weiterentwickelt, ausgelöst durch einen Aufsatz von Eric S. Raymond, der interessanterweise den Titel „Die Kathedrale und der Basar“ [vgl. Artikel Raymond, 1997] trägt und sich auf die Stadt im Mittelalter bezieht. Der Kerngedanke in diesem Aufsatz ist, dass die Kathedrale hierarchisch organisiert ist, während der Basar einen freien Austausch von Waren und Informationen bietet. Beim Bau der Kathedrale gibt es einen Bauplan, der minutiös umgesetzt wird. Der Basar tauscht frei, wobei es jemanden gibt, der darauf achtet, dass das Marktrecht eingehalten wird und die Organisation funktioniert. Diese Struktur wurde nun auf die Entwicklung von Software übertragen. Das war für viele der Beginn der Open-Source Bewegung im Netz, einer der wichtigsten Grundsteine für den freiheitlichen Austausch von Software im Internet. Parallel zu der Open-Source Bewegung wurden zahlreiche Foren gegründet, die auf freiwilliger Basis Programmierern bei bestimmten Fragestellungen halfen. Es war und ist bis heute noch üblich, in diesen Foren nach bestem Wissen und Gewissen zu helfen. Softwareexperten helfen fortgeschrittenen Programmieren und fortgeschrittene Programmierer Neuanfängern. Das Helfen in diesen Foren scheint wie ein ungeschriebenes Gesetz zu funktionieren und gilt bis heute in den unterschiedlichsten Bereichen.

Raymond formulierte in seinem Aufsatz diverse Regeln, sowie unter anderem die Regel Nummer 18: „Um ein interessantes Problem zu lösen, fängt man mit einem Problem an, das einen selbst interessiert.“

Filesharing und peer-to-peer

Filesharing ist ein Phänomen, das auch als Tauschbörse im Internet bekannt geworden ist. Dabei kommt eine Technologie zum Einsatz, die sich *peer-to-peer* nennt (auf Deutsch etwa: „gleichrangig-zu-gleichrangig“). Um an der Tauschbörse teilzunehmen muss man sich einen Client installieren, der freigeschaltete Dateien auf der Festplatte durchsucht und diese zum „Tauschen“ anbietet. In einem peer-to-peer Netzwerk kann man nach Dateien suchen und die gefundenen Dateien direkt von der Festplatte eines anderen Computers herunterladen. Die erste bekannt gewordene Tauschbörse mit peer-to-peer Technologie war Napster. Es wurde 1998 von dem amerikanischen Studenten Shawn Fenning programmiert. [vgl. Röttgers, 2003, S.13ff.] Napster wurde zum „Tauschen“ von mp3-Dateien eingesetzt und hatte nach etwa zwei Jahren weltweit 38 Millionen Nutzer.

Der Begriff „Tausch“ ist hierbei genau genommen falsch, denn es handelt sich nicht um einen Tausch (Datei wandert von Computer A zu Computer B), sondern um eine Kopie (Datei wird von Computer A auf Computer B kopiert), also um eine Vervielfältigung. „Getauscht“ wurde im Napster Netzwerk meist urheberrechtlich geschütztes Material, was die Rechtsinhaber der Musik, die Musikindustrie, auf den Plan gerufen hat. Da der peer-to-peer Verkehr über einen zentralen Server abgewickelt wurde, konnten die Rechteinhaber der Musikindustrie gegen Napster vorgehen und der Server wurde im März 2001 vorerst geschlossen. Nur kurze Zeit später entstand eine neue peer-to-peer Technologie, die dezentral organisiert war und die man mit rechtlichen Mitteln effektiv nicht mehr kontrollieren konnte. Ein mit dieser Technologie verbreitetes peer-to-peer Netzwerk konnte nicht mehr gestoppt werden: man benötigte lediglich die Software auf einem Computer und eine mehr oder weniger aktuelle Liste mit aktiven Netzwerkadressen (IP-Nummern) um das Netzwerk mit dem eigenen Computer zu erweitern. Eines der ersten Netzwerke mit dieser Technologie war „Gnutella“. (Man beachte bei der Namensgebung die Anspielung an das oben erwähnte GNU-Projekt von Stallman.)

Mittlerweile gibt es peer-to-peer in der vierten Generation. Dabei ist das dezentral organisierte Netzwerk verschlüsselt und es werden keine eindeutig nachvollziehbaren Verbindungen zwischen zwei Computern hergestellt. So kann in diesem Netzwerk keine Verbindung zwischen zwei Computern nachgewiesen werden. Es ist völlig anonym und kann effektiv nicht kontrolliert werden.

In jüngster Generation kann man auch über peer-to-peer Audio und Video *streamen*. So lässt sich peer-to-peer nicht nur für legale oder halb-legale Radiostationen anwenden, sondern auch für Voice-over-IP (Internettelefonie). Der Webservice Skype beispielsweise ermöglicht es bei einer schnellen Internetanbindung, kostenlos weltweit miteinander zu telefonieren - tatsächlich sogar mit Videobild und mehreren Gesprächspartnern gleichzeitig. Es handelt sich dabei um eine echte Videokonferenz, die kostenlos auf der Welt verteilte Gruppen zusammenbringen kann.

Peer-to-peer ist eine Technologie, die einzelne Computer direkt miteinander verbindet, ohne dass es eine externe Kontrolle gibt. Man erhält einen Zugang zu einem Netzwerk, an dem Daten, Software und gedanklicher Austausch über Chatsysteme stattfindet und am ehesten mit einer Versammlung auf einem Platz vergleichbar ist. Auch Treffen zu zweit oder in kleinen

Gruppen sind möglich (Internettelefonie, Videokonferenz). Die Technologie an sich ist dabei neutral: ob man legale oder illegale Dinge austauscht wird letztlich nicht von der Technik bestimmt, sondern von den Nutzern der Technik.

Creative-Commons

Neben freier Software und dem Tauschen in peer-to-peer Netzen wurden auch legale freie Inhalte im World Wide Web angeboten: Bilder, computergenerierte Kunst (z.B. Produkte der „Demoszene“ oder künstlerische Programmierung in Macromedias Flash oder Processing) und vor allem Musik. Parallel zu der Diskussion um die Legalität von Filesharing in peer-to-peer Netzwerken, wo es in erster Linie um Musik ging, gab es eine Reihe von sogenannten „Netlabeln“, die ab zirka 1997 ihre Musik frei für jeden und legal zum Download anboten. Jahrelang gab es keine einheitlichen Lizenzregelungen für die Bereitstellung von originären Kunstwerken in der Öffentlichkeit des Internet. Der amerikanische Rechtsprofessor Lawrence Lessig beobachtete die Entwicklung und initiierte die sogenannte „Creative Commons Lizenz“. Es ging Lessig um ein neues Lizenzierungsmodell, das weniger Restriktionen hat als das herkömmliche Copyright (*alle* Rechte vorbehalten), hin zu einem Copyright, das eine freie Zirkulation im Netz ermöglicht, dem Urheber dabei aber die wichtigsten Schutzrechte zuspricht (*einige* Rechte vorbehalten). Die Standardlizenz erlaubt es, dass man Inhalte, die der Urheber beispielsweise ins Internet gestellt hat, frei verwenden darf, solange der Urheber genannt wird und die Nutzung nicht kommerziell ist. Man kann die Lizenzen noch genauer steuern und modifizieren. Diese Lizenzen sind rechtlich und kulturell neue Webstandards und werden heutzutage in der Regel bei Netlabeln, Podcasts (Audioaufzeichnungen), Weblogs (Texte und Bilder) und Fotos (z.B. flickr) eingesetzt und zunehmend auch bei Videos und Filmen (YouTube, Dailymotion). Der Urheber entscheidet dabei selbst, wie seine Werke genutzt werden dürfen.

„Anders als etwa die von der Freie-Software-Szene bekannte GPL (General Public License) sind diese Lizenzen jedoch nicht auf einen einzelnen Werkstyp zugeschnitten, sondern für beliebige Werke. Ferner gibt es eine starke Abstufung der Freiheitsgrade: von Lizenzen, die sich kaum vom völligen Vorbehalt der Rechte unterscheiden, bis hin zu Lizenzen, die das Werk in die Public Domain stellen, das heißt, bei denen auf das Copyright ganz verzichtet wird.“
[http://de.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons]

Bei der Entwicklung spielten „Netlabel“ eine wichtige Rolle, weil der medial ausgetragene Rechtsstreit um den Tausch von Musikdateien in peer-to-peer Netzwerken die Öffentlichkeit für das Thema Musik und Internet sensibilisiert hatte. Die Netlabelszene war die Speerspitze, die diese Lizenz angewendet und somit effektiv verbreitet hat.

Die Creative Commons Lizenz ist inzwischen von enormer Bedeutung für den Umgang mit Kulturgütern im Internet und einer der Fundamente des Web 2.0 (siehe Kapitel 2.1.6). Die Lizenz stärkt das Bestimmungsrecht des Urhebers, wie mit den eigenen Inhalten in der Öffentlichkeit umgegangen werden kann. Creative Commons bedeutet sinngemäß übersetzt etwa soviel wie „kreatives Bürgertum“.

Wikis

Ein *Wiki* ist ein Konzept einer Website, die sich sehr gut für gemeinsames Arbeiten an einem Projekt eignet. „Wiki“ ist abgeleitet aus dem hawaiianischen Wort *wikiwiki*, was „schnell“ bedeutet. Damit ist eines der wichtigsten Funktionen bereits benannt: man kann in einem Wiki schnell Änderungen vornehmen. Meist genügt ein Doppelklick auf die entsprechende Webseite um in den Editor-Modus zu gelangen. So kann man Änderungen vornehmen und diese direkt speichern. Die geänderte Website ist sofort online und kann von Anderen wieder verändert werden. Um vorzubeugen, dass jemand den Inhalt einer Seite löscht, werden alle Versionen der Wiki-Seiten in einer Datenbank gespeichert. Der Administrator kann ältere Versionen der Wiki-Seiten sofort wiederherstellen.

Es gibt Wiki-Projekte, an denen grundsätzlich jeder teilnehmen kann. Das berühmteste Beispiel ist die „Wikipedia“. Es handelt sich dabei um eine freie Enzyklopädie, an der jeder mitschreiben kann. Sie ist mittlerweile die größte Enzyklopädie im Internet. In Karlsruhe gibt es ein neues Wiki-Projekt, das sich wie die Wikipedia an die Allgemeinheit richtet und eine umfassende Datenbank zu der Stadt Karlsruhe erstellen will. Neben Adressen und Ansprechpartnern finden sich dort beispielsweise Informationen über die berühmtesten Bürger der Stadt oder ein Mundartlexikon. [Websites Stadtwiki Karlsruhe]. In diesem Wiki wird die Mundart der Region von den Stadtbürgern selbst archiviert.

Wikis werden häufig auch zum Projektmanagement eingesetzt, wobei nur die an dem Projekt Beteiligten Zugang und Änderungsrechte an dem Wiki erhalten.

Weblogs

Weblogs werden oftmals als „Internettagebücher“ bezeichnet, wobei diese Bezeichnung unzureichend ist. Ein Weblog, oder kurz *Blog*, ist zunächst mal eine Technologie, die es auch unerfahrenen Internetnutzern ermöglicht, sehr einfach Texte auf eine Website zu stellen. Charakteristisch für Weblogs ist, dass die aktuellsten Texte immer „oben“ auf der Website erscheinen, so dass ein Besucher des Blogs immer die neuesten Einträge zuerst vorfindet. Beim Lesen eines Weblogs von „oben nach unten“ liest man die Texte also in chronologisch umgekehrter Reihenfolge.

„Blogs sind die Nachfolger der Homepage der Neunziger. Sie zeichnen sich durch eine Vermischung von Privatem und Öffentlichem aus, sie sind zugleich online geführtes Tagebuch und Öffentlichkeitsarbeit für das Selbst. Laut der neuesten, groben Schätzung von Blogherald gibt es heute weltweit rund 100 Millionen Blogs, und es ist nahezu unmöglich, eine allgemeine Einschätzung über ihre 'Natur' abzugeben oder sie in präzise Genres zu unterteilen. (...)

Während die auf E-Mails basierende Kultur der Mailing-Listen das Echo einer Schriftkultur ist, in der Briefe und Essays geschrieben werden, definiert sich der ideale Blog-Artikel durch PR-Techniken.“ [Artikel Lovink, 2006]

Der Kommunikationsforscher Jan Schmidt führte 2006 eine Kommunikationsstudie durch. Er bat deutsche Blogger einen Onlinefragebogen auszufüllen. Die Studie trug den Titel „Wie ich blogge“.

„An der Umfrage beteiligten sich 5.246 Personen, darunter 84 Prozent aktive Blogger (die ein oder mehrere Weblogs betreiben), 3 Prozent ehemalige Weblog-Autoren sowie 13 Prozent, die Weblogs „nur“ als Leser verfolgen. Die relative Neuheit des Online-Formats zeigt sich darin, dass 45 Prozent der Befragten ihr Weblog zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht länger als ein halbes Jahr führten. Das soziodemografische Profil der Weblog-Autoren entspricht daher in etwa dem von Pioniernutzern neuer Internet-Technologien: Sie sind mehrheitlich zwischen 20 und 30 Jahren alt, haben eine hohe formale Bildung und befinden sich oft noch in einer schulischen oder studentischen Ausbildung. Bemerkenswert ist jedoch das vergleichsweise ausgeglichene Geschlechterverhältnis von etwa 54

Prozent Männern zu 46 Prozent Frauen. Unter den Weblog-Autoren im Teenager-Alter sind Frauen gegenüber Männern sogar mit 66 zu 34 Prozent deutlich in der Überzahl. Sie entschließen sich vor allem aus selbstbezogenen Gründen, ein eigenes Weblog zu führen: zum Spaß, aus Freude am Schreiben, aber auch um Ideen und Erlebnisse für sich selbst festzuhalten – diese Motive nannten jeweils mehr als 60 Prozent aller Befragten. Etwa die Hälfte führte als Beweggrund allerdings explizit an, mit anderen kommunizieren zu wollen, und verweist damit auf den dialogorientierten Charakter des Weblog-Formats.“ [Artikel Schmidt, 2006]

Weblogs sind mittlerweile weit verbreitet und bilden einen Schwerpunkt in der Internetkommunikation. Dabei ist ein Weblog oftmals ein persönliches Medium, in dem die Weblog-Betreiber ihren eigenen Gedanken, Meinungen, Haltungen oder Interessen freien Lauf lassen.

„Der Leitgedanke der persönlichen Authentizität drückt sich auch darin aus, dass 70 Prozent in ihrem Weblog Hinweise auf ihre 'reale' Identität geben, entweder in den Beiträgen selber oder durch eine gesonderte 'about me'-Seite mit weiterführenden persönlichen Informationen. Nur 30 Prozent bloggen anonym oder unter einem Pseudonym.“ [Artikel Schmidt, 2006]

Über eine Technik namens RSS-Feeds kann man die Artikel eines Weblogs abonnieren. Man kann seine Weblog-Abonnements in einem sogenannten RSS-Reader täglich verfolgen. Über Techniken namens Trackback oder Pingback lassen sich Artikel im eigenen Weblog kommentieren oder analysieren. Der Trackback oder Pingback weist in einem Kommentar zu dem besprochenen Artikel darauf hin, dass er in einem anderen Weblog weiter diskutiert wurde.

Weblogs sind ein sehr aktuelles Thema und es werden zahlreiche Forschungen dazu durchgeführt. Der Ursprung der Weblog-Kommunikation liegt im Formulieren von Texten, wobei mehr und mehr neue Formate, begünstigt durch Breitbandnetzanbindungen und Web 2.0-Services, entstehen. Sogenannte Podcasts sind Audioaufzeichnungen, die online zur Verfügung gestellt werden. Videocasts sind entsprechende Videoformate. Zu diesem Zeitpunkt werden mit diesen neuen Medien experimentiert und es ist noch unklar, welche Wirkungen von diesen Formaten zu erwarten sind.

2.1.6 Web 2.0 - vom Kunden zum kooperativen Partner

Der Begriff Web 2.0 wurde von Tim O'Reilly geprägt. Er hat in seinem Aufsatz „What is Web 2.0? - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software“ [O'Reilly, 2005] eine Bestandsaufnahme aktueller Webphänomene gemacht und resümierend festgestellt, dass es gewisse Verschiebungen gibt, hinsichtlich der Art, wie Nutzer mit dem Web umgehen. Das betrifft nicht nur den Nutzer selbst, sondern auch die Anbieter von Webservices, die den Nutzer nicht mehr nur als Kunden, sondern als aktiven Inhaltserzeuger betrachten.

„Netscape gestaltete 'das Web als Plattform' mittels Begriffen aus dem alten Software-Denkmodell: Ihr wichtigstes Produkt war der Web Browser, eine Desktop-Anwendung, und ihre Strategie war es, ihre Dominanz im Browsermarkt zur Einrichtung eines Marktes für hochpreisige Serverprodukte zu nutzen. Die Kontrolle über Standards für die Darstellung von Inhalten und Applikationen im Browser sollte Netscape, so weit die Theorie, dieselbe Marktmacht verleihen, die Microsoft im PC-Markt innehatte. (...)

Im Gegensatz dazu begann Google sein Dasein als native Web-Anwendung, die niemals verpackt und verkauft, sondern als Service angeboten wurde, dessen Nutzer direkt oder indirekt für die Inanspruchnahme bezahlten. Keine der von der altgedienten Softwareindustrie bekannten Eigenschaften lässt sich bei Google finden. Keine geplanten Releases, stattdessen kontinuierliche Verbesserung. Keine Lizenzierung oder Verkauf, nur die reine Benutzung. Keine Portierung auf diverse Plattformen, um Benutzern den Einsatz auf dem jeweils gewünschten Equipment zu ermöglichen, stattdessen eine hoch skalierbare Anzahl gewöhnlicher PCs mit Open-Source-Betriebssystemen und eigenentwickelten Programmen, die niemals jemand außerhalb der Firma zu sehen bekommen muss.“ [Artikel Holz, 2006]

Aus der Sicht des Anwenders bedeutet der Wandel vom herkömmlichen Internet zu Web 2.0, dass immer mehr Menschen ihre persönlichen Dinge nicht mehr nur auf ihren privaten Computern lokal verwalten, sondern ihre Fotos, Videos, Texte, Stichworte, Skizzenbücher, Bookmarks usw. online führen und verwalten. Auch die Software selbst wird nicht mehr in einer Verpackung ausgeliefert, die über entsprechenden Lizenzierungsmodelle erst gekauft werden muss, sondern steht statt dessen im Internet online bereit und ist frei für jeden nutzbar. Webservices wie flickr, del.icio.us, YouTube, Weblogs und Wikis bieten kostenlosen

Service, sehr einfache Bedienung und meist hervorragende Community-Features an. Alle Web 2.0 Anwendungen funktionieren im herkömmlichen Internet-Browser. Man muss also keine extra Software installieren, sondern kann diese Services in der Regel von jedem Computer auf der Welt aus bedienen, sobald man online ist. Es erinnert ein wenig an die Omnipräsenz des Netzes in Mitchells „City of Bits“ [vgl. Kapitel 1.2.1].

Das Konzept des Web 2.0 impliziert, dass viele Menschen regelrecht online Leben oder zumindestens online „verwalten“: so werden eigene e-Mails, Fotos, Videos, Bookmarks, RSS-Feeds, Texte, Gedanken und Kommentare online geführt. Mit einem Klick kann man sich in der Regel aktuelle Fotos von Freunden, Orten oder bestimmten Veranstaltungen ansehen. Es gibt ein Plug-In für Audio-Player, das automatisch die gehörte Musik vom Nutzer in einem Webprofil anlegt (<http://last.fm>). Über eine algorithmische Vermittlung werden Nachbarn gefunden, die einen ähnlichen Musikgeschmack teilen und automatisch Musikempfehlungen generiert. Dasselbe Prinzip gibt es für mehr und mehr Anwendungen. Man nennt es auch „Folksonomie“, ein Begriff, der aus Ontologie abgeleitet wurde, jedoch den Menschen („Folk“, die Nation, die Leute, das Volk) in den Mittelpunkt stellt. Diese aktuelle Technologie ist eine Mischung aus Mensch und Computer. Die vernetzten Medien bieten so ein Potenzial und eine Vielfalt, die vorher in den Massenmedien so nicht möglich waren. An Stelle von redaktionellen Empfehlungen treten computervermittelte, oder individuell generierte Empfehlungen, die eine Konfrontation mit Bekanntem und Unbekanntem ermöglichen.

Zusätzlich bestehen zu jeder Zeit Interaktionsmöglichkeiten. Während man eine Zeitschrift oder das Fernsehen lediglich passiv konsumieren kann, ist es jetzt möglich, überall Kommentare zu hinterlassen, an Projekten wie beispielsweise einer Fotoserie oder einem Wiki zu partizipieren, oder einfach einen eigenen Weblog zu einem bestimmten Thema zu eröffnen. Die Tools für einen Weblog (zum Beispiel WordPress oder blogger.com) sind sehr einfach konzipiert und selbst Laien können innerhalb von wenigen Minuten ihren eigenen Weblog starten. Die Kultur des freien Tausches im Netz erhält mit dem Begriff des Web 2.0 ein neues Gesicht, dass sowohl den Nutzer aktiviert, als auch die Webservices bürgernäher werden lässt.

Der Begriff des Web 2.0 wurde erst im Oktober 2005 geprägt und ist seitdem auf Siegeszug. Die meisten Benutzer des Internets konnten mit dem Begriff sofort etwas anfangen, weil das bereits praktizierte neue Paradigma im Netz von O'Reilly pointiert formuliert wurde. Web 2.0 wird seitdem als Schlagwort für ein neues Kapitel der Netzkultur und Webtechnik betrachtet

und angewendet und prägt vor allem auch die Anbieter von Webservices.

2.1.7 Onlinespiele

Onlinespiele bestechen durch immersive (Spiel-)Erlebnisse und existieren auch schon seit einigen Jahrzehnten. Zu Beginn der Entwicklung standen textbasierte Rollenspiele, die zunächst spärlich mit Grafiken erweitert wurden und inzwischen eine fast photorealistische Qualität erreicht haben. Onlinespiele erschaffen eigene Welten. Meistens bleiben die Spieler in der digital-virtuellen Welt unter sich und es gibt wenig nennenswerte Verknüpfungen zu echten Orten. Die Personen stellen sich nicht selbst dar, sondern begegnen sich in einer Rolle, die sie spielen. Es gehört zur Authentizität des Onlinespiels, dass diese virtuelle Identität gewahrt bleibt. Zwar kommuniziert man auch zum Teil via textbasiertem Chat oder Sprachkommunikation miteinander, jedoch ist ein Durchbrechen der virtuellen Identität in der Regel nicht erwünscht. Die Probleme des Alltags oder die echten Persönlichkeiten würden die Immersion und damit die Authentizität des Onlinespiels durchbrechen. (Darauf hat Dirk Höschen in seinem Vortrag auf der Konferenz Clash of Realites in Köln 2006 über das Onlinespiel „World of Warcraft“ explizit hingewiesen). Die Verknüpfung eines Spiels mit echten Orten oder den Personen hinter den Rollen ist daher eine Seltenheit und lässt sich, wenn überhaupt, nur in künstlerischen Kontexten ausmachen. Es gibt also kaum „spielerische“ Einflüsse auf das Leben in der Stadt durch immersive Welten in Onlinespielen.

Dieser Status könnte allerdings durch mobile Technologien und neue Spielkonzepte aufgehoben werden. Es gibt ein Projekt namens „Second Life“ (<http://secondlife.com/>). Wie der Name suggeriert geht es hier um ein „zweites Leben“, es ist ein Spielprojekt, das sich an der Grenze zur Realitätserfahrung befindet. Das Spiel ist eine dreidimensionale Mehrspielerumgebung und man kann Land kaufen und verkaufen, kann sich Häuser bauen und mit digitalen Waren handeln. Es gibt in dieser Spielumgebung eine Währung namens Linden Dollar. Man kann diese Linden Dollar erhalten, entweder indem man echte Währung tauscht oder indem man virtuell handelt. Das Projekt Second Life ist bewusst auf eine Grenzüberschreitung angelegt. So gibt es in dieser Spieleumgebung auch Konzerte oder Vorträge. So hat Lawrence Lessing in der Spielumgebung mal eine Vorlesung gehalten über sein Buch „Freie Kultur“.

(Eine kurze Beschreibung und Screenshots zu Second Life hier:

<http://www.gonium.net/md/2006/03/26/enter-the-metaverse/>

Weitere Information im streambaren Vortrag von den Entwicklern: [Podcast Rosedale, 2006])

Zu diesem Zeitpunkt werden die Effekte für das Leben im realen Raum durch Onlinespiele jedoch nur durch Gemeinschaften ermöglicht, die analog zu einem „normalen“ Kennenlernen durch das Internet im Sinne des Web 2.0 sind. Beispielsweise gibt es einen Weblog, der persönlich über das Leben in „World of Warcraft“ berichtet [Weblog Living in WoW]. Hier finden sich Gleichgesinnte zum Austausch in dem Medium Weblog.

2.2 Aktuelle Entwicklungen raumrelevanter Computertechnologien

Die Entwicklung der Computertechnologie geht weiter in Richtung mobiler Anwendungen. Allein schon die Mobiltelefone, mp3-Player und portable Spielkonsolen, die sich um Umlauf befinden, sprechen eine deutliche Sprache. Die Möglichkeiten mobiler Endgeräte sind bislang noch nicht entfesselt, da sie überwiegend von großen Konzernen hergestellt werden, die monetäre Ziele verfolgen und an einem freiheitlichen Austausch von Daten und Informationen bislang nicht interessiert waren. Die Software auf den mobilen Endgeräten ist meist proprietär gekapselt und nur in Verbindung mit kommerziellen Dienstleistungen nutzbar. Zwar gibt es vereinzelt auch Projekte, die versuchen Open-Source Hardware auf den Markt zu bringen (zum Beispiel die Spielkonsole GP2X <http://www.gp2x.de/>, der Selbstbau von Hardwareboards <http://wiring.processing.org/>, <http://www.arduino.cc/> oder freie Java-Implementierungen auf Handys <http://mobile.processing.org/>), dennoch bleibt die freie Nutzung der mobilen Endgeräte problematisch. Gründe hierfür sind entweder Probleme mit der Kompatibilität, oder grundsätzlicher, dass kommerzielle Interessen einer freien Nutzung der Hardware entgegenstehen. Es wird eine neue Sichtweise auf mobile Endgeräte notwendig sein. Sascha Kösch, ein Redakteur der Zeitschrift De:Bug, schreibt in einem Artikel von Juni 2006:

„[Es geht bei der Entwicklung von Mobiles] vor allem darum, das Interface neu zu erfinden. Denn genau da liegen die Aufgaben, die Mobiles mit ihren kleinen Screens und reduziertem Realestate für Bedienelemente in den nächsten Jahren zu realisieren haben, wenn sie erfolgreich sein wollen. Einfach und mit einer Hand bedienbar bleiben, trotz Funktionsreichtum, notfalls eben durch Präferenzierung eines Mediums, ideellerweise aber nicht. Wir vermuten, nachdem auch Video in der Masse endgültig in der Domäne des Mobile Phones geworden ist, G3 halbwegs Standard, meinethalben auch Handy-TV sich durchgesetzt hat, lieber aber GPS ubiquitär geworden ist, sich endlich der Fokus komplett auf die Knöpfchen und Drehteile richtet und mehr noch auf das GUI [Grafisches User Interface],

denn genau da liegen bei fast allen Telefonen die größten Schwachstellen. Wir brauchen ein Handy-OS mit komplett konfigurierbaren und scriptfähigen Menues und Tasten, fluide mobile Endgeräte, die sich auf den jeweiligen Moment und die persönlichen ergonomischen Vorlieben einstellen können, statt in die Hardware gecodete Multimediapräferenzen.“ [Kösch, De:Bug 103, S.52]

Vereinzelte Projekte versuchen den realen Raum mit mobilen Endgeräten und Netztechnologien zu verbinden - allerdings noch in einem sehr frühen Experimentierstatus. Ein Beispiel sind die sogenannten Semacodes (<http://semacode.org/>), die vor allem in Japan stärker verbreitet sind. Semacodes sind computergenerierte Ausdrücke, die sich im realen Raum anbringen lassen. Auf diesem Code ist eine Internetadresse codiert, die man mit einer Handycamera fotografieren kann. Mit entsprechender Software auf dem Handy wird der Semacode direkt als Website im Handy angezeigt. Ein weiteres Projekt ist das Yellow Arrow Project, dass in Kapitel 4.5 ausführlich beschrieben wird.

Auch Neuentwicklungen in der Webtechnik gehen in Richtung Verzahnung von digitaler Sphäre und realem Raum. Google bietet seit einiger Zeit einen Webservice namens „Google Maps“ an. Hier kann man Satellitenbilder der ganzen Welt in seinem Browser anschauen. Dabei werden Metropolregionen teilweise auch sehr detailliert mit Gebäudekubaturen dargestellt. Man kann Straßen suchen, in der Welt „spazierengehen“, Markierungen hinterlassen und direkt mit Texten oder Websites verknüpfen. Da es sich um einen Web 2.0 Service handelt, kann man die Funktionen von Google Maps auch für eigene Projekte einsetzen. Schon jetzt gibt es unzählige Websites, die von Google Maps Gebrauch machen. Dabei geht die Anwendung von der Markierung von Lieblingsorten, über GPS mitgeloggte Spaziergänge in der Stadt bis hin zu kommerziell motivierten Anwendungen, wie einen Stadtführer mit Restaurants, kulturellen Einrichtungen und ähnlichem, die direkt mit Websites der Anbieter verknüpft sind. Auch das vorhin erwähnte „Yellow Arrow Project“ nutzt den Service von Google Maps.

2.3 Zwischenfazit

Seit dem Beginn von computerbasierter Vernetzung findet man in den Computernetzwerken eine demokratisch-freiheitliche Gesinnung, die immer wieder transformiert wurde und auch heute noch im Internet existent ist. Obgleich es auch eine kommerzielle Nutzung im Internet gibt, übewiegt stets die grundsätzliche Freiheit und Zugänglichkeit, gegenseitiges Diskutieren

und Weiterhelfen, gemeinsames Arbeiten und Unterhaltung. Auch neu entstandene Begriffe zeigen, dass das Internet durchaus auch als eine Erweiterung der bürgerlichen Sphäre zu verstehen ist: Creative Commons bedeutet „kreatives Bürgertum“, General Public License kann übersetzt werden mit „grundsätzlich Öffentlich“, Folksonomies ist eine Mischung aus Ontologie und „dem Volk“, peer-to-peer eine Verbindung unter Gleichrangigen. Wenn man sich das Internet als virtuelle Stadt vorstellen möchte, so gibt es eine Reihe öffentlicher Bereiche und die Internetanwender sind Bürger dieser Stadt.

Die aktuellen Theorien eines mobile computing, also des allgegenwärtigen Computers, sind bereits in Ansätzen umgesetzt. Für eine lebendige und lebhaftere Kultur in Verbindung mit dem Netz wird es allerdings notwendig sein, die mobilen Endgeräte für eine freie Nutzung und allgemein nutzbare Schnittstellen zu öffnen. Die Entwicklung des Internet als freies Kommunikationsmedium basiert auf bewussten Entscheidungen früher Entwickler. Eine solche Entwicklung für den mobilen Markt ist im Sinne einer digitalen Urbanität dringend notwendig.

Das Web 2.0 als Konzept ist ein erster wichtiger Schritt in die Richtung eines offenen, sich selbst organisierenden Netzwerkes individueller Personen und Gruppen. Eines der Errungenschaften ist schon allein die Tatsache, dass sich die Webservices von überall auf der Welt mit einem persönlichen Account nutzen lassen. So wird die persönliche, komplexe „Informationswolke“ eines Individuums portabel. Es gibt bereits schon jetzt erste Überlegungen in die Richtung, das Accounting von unterschiedlichen Webservices zu Zentralisieren und dadurch sicherer und qualifizierter zu machen. Sowie es ein Recht an der eigenen Person und am Eigentum gibt, wäre es denkbar, dass die Entwicklung in Richtung eines Rechts auf den persönlichen Datenraum geht.

3 Analyse: Logik Analog - Digital

„Das Internet ermöglicht einen weltumspannenden Austausch an Information und Kommunikation. Als räumlich entgrenzte Kommunikation kann das Internet als virtuelle Wirklichkeit erfahren werden, in der sich jenseits der kulturell tradierten Formen konventioneller Kommunikation eigene Regeln für Sprache, Takt und Ausdrucksweise entwickeln. Das Internet kann auf diese Weise für einige Menschen zu einem eigenen sozialen und beruflichen Bezugsrahmen für Kontakte und Kommunikation werden.“ *Johann Bizer* [Schulzki-Haddouti, 2003, S. 21]

3.1 Theorie Öffentlichkeit und Medien

Im nachfolgenden werden Phänomene ausgeleuchtet, die erst in neuerer Zeit entstanden sind. Die klassischen Urbanitätstheorien waren bisher nicht in der Lage diese Phänomene zu integrieren, was zum größten Teil darauf zurückzuführen ist, dass diese Technologie bis vor wenigen Jahren nur wenig Einfluss auf das städtische Leben gehabt hat. Für die Betrachtung der Urbanität im digitalen Zeitalter ist es unabdingbar, sich mit diesen Phänomenen auseinanderzusetzen. Das Verständnis der *Logik* die hier am Werke ist, gibt einen Einblick wie es die Urbanität beeinflussen könnte. Die meisten dieser Phänomene lassen sich, zumindest heute, nur schwer auf die Allgemeinheit übertragen. Sie sind meist in kleinen, subkulturellen oder elitären Gruppierungen entstanden. Jedoch ist zu erwarten, dass sie früher oder später nach und nach von der Allgemeinheit rezipiert und ausgeübt werden. Das Interesse bei der Betrachtung dieser Phänomene ist also, die zugrundeliegende Logik herauszuarbeiten, und daraus für die Urbanität wirksamen Mechanismen zu extrahieren.

3.1.1 Urbane Öffentlichkeit und Medienöffentlichkeit

In der Analyse der Urbanität lassen sich vor allem zwei Merkmale herausarbeiten, die immer eine wichtige Rolle gespielt haben. Das ist zum einen der *städtische Raum*, der meist als öffentlicher Raum bezeichnet wird. Dieser Raum bezieht sich im Urbanitätsdiskurs auf bestimmte Funktionen: Austausch, Handel, Kommunikation, Freizeit. Er ist inhärent mit Begegnungen - auch mit dem Unbekannten - durchsetzt. Das zweite wichtige Merkmal ist die *Öffentlichkeit*. Diese scheint eine wichtige Funktion zu haben. Jedoch wird diese Öffentlichkeit nur in den seltensten Fällen ausschließlich im öffentlichen Raum konstatiert. Die repräsentative Öffentlichkeit findet seit mehreren Jahrzehnten in den Medien statt. (Medien-

wissenschaftler beschäftigen sich beispielsweise mit der Frage, wie sich Themen möglichst breitenwirksam in der Medienöffentlichkeit setzen lassen, mit dem Ziel einen öffentlichen Diskurs anzuregen oder politisch zu wirken. Siehe hierzu [Podcast CeBIT06-Future Talk 2006]). Diese Form der Öffentlichkeit, die zum Beispiel eine Relevanz für eine bundesweite politische Diskussion hat, ist von einer urbanen Öffentlichkeit zu unterscheiden. Ein Stadtraum bekommt nur in wenigen Momenten eine medial-öffentliche Qualität, nämlich nur dann, wenn die Medien über die Vorgänge an diesen Orten berichten. Dieser Stadtraum wird in diesem Augenblick zum *Austragungsort* von *Ereignissen* und stellt sicherlich eine Sonderrolle in der urbanen Öffentlichkeit dar. Im Sinne der Öffentlichkeit mit einer utopisch-politischen Dimension ist eine im öffentlichen Raum zu Schau gestellte Demonstration selbstverständlich eine Darstellung von Haltung oder eine aktive Teilnahme an Protest oder Solidarität. Richtig erfolgreich und damit öffentlich wird sie allerdings erst, wenn Leitmedien darüber Berichten. Übertrieben gesagt hat eine Demonstration, die nicht in den Medien war, in der Öffentlichkeit gar nicht erst stattgefunden. Die Öffentlichkeit der Medien ist eine andere Öffentlichkeit als die, an der man als Stadtbürger partizipieren kann. Es ist wichtig, sich bewusst zu machen, dass es einen Unterschied zwischen einer *urbanen* und einer *medialen* Öffentlichkeit gibt.

Ich möchte diesen Unterschied an einem Beispiel illustrieren. Claudia Wahjudi beschreibt in ihrem Buch „Metroloops - Berliner Kulturentwürfe“ die Szenekultur Berlins zehn Jahre nach der Wende, sie schreibt:

„Berlin, das ist Techno, das ist Love Parade. So zumindest verheißen es die Bilder, die jeden Sommer über die Fernsehschirme geschickt werden. Auf den Prachtstraßen der Hauptstadt findet ein Massenrave statt, der jeden willkommen heißt. Es braucht nur eine Trillerpfeife, eine Pumpgun voller Wasser, und die Bäuche müssen nicht einmal mehr glatt und schlank sein: Techno, die zeitgenössische Marschmusik, weist den Weg Richtung Volksfest. Am Vorabend stehen auf den Bahnhöfen der Republik junge Menschen ohne Gepäck und warten auf die Sonderzüge der Deutschen Bahn. Aus Kassettenrecordern bläst der Rhythmus. Das Ziel verfehlen können die Reisenden nicht - der Zugführer transportiert sie bis zum Bahnhof Zoo, und dann geht es immer geradeaus. Die Jugendsenatorin und *Die Zeit* denken an Ecstasy; Besucher der Love Parade, mahnen die Lokalzeitungen, sollen viel Wasser trinken.

Das ist der Hauptstadthype. Jenseits des Millionenspektakels aber herrschen sub-

tilere Codes. Die Szene hat sich längst in Subsysteme verästelt. Die Party findet nicht auf der Straße statt, sondern an Orten, die gesucht werden wollen. Nicht jedes Hinterzimmer steht in den Zeitungen, nicht jeder DJ will ins Radio. Die In-Group, die den Weg auch ohne Promotion findet, stellt das Publikum, das die Sounds beurteilen kann. Nicht 5000 sollen zum Event kommen, sondern 50 vor den Plattenteller, wo sie unter Freunden bleiben; 100, die nicht nach der Ekstase zum Chill Out auf die Matratzen fallen, sondern die gemeinsam ein Erlebnis teilen, das Gesprächsstoff liefert.“ [Wahjudi, 1999, S. 100f.]

An diesem Beispiel wird deutlich, dass es sowohl von der Dimension, als auch von der Wahrnehmung einen Unterschied gibt: die Leitmedien in dem Beispiel (*Die Zeit* und Lokalpresse) berichten über ein Großereignis, das mehrere hunderttausend Menschen nach Berlin zieht. Auf der anderen Seite stehen die Bewohner Berlins, die sich in kleinen Gruppen organisieren. Die Austragungsorte sind teilweise geheim oder nur schwer auffindbar. Die Berliner Subkultur verästelt sich und ist vor allem an einem Austausch untereinander interessiert.

Die Stadt als realer Ort ist ein Austragungsort, eine Kulisse, ein Behälter für Ereignisse. Der Journalist und Autor Mathias Schreiber eröffnet seinen Aufsatz „Die Stadt als Medium“ mit folgenden Worten:

„Selten wird die Stadt auf so dramatische und spektakuläre Weise zum Medium, wie es im Sommer 1989 in China geschah. Der zentrale 'Platz des Himmlischen Friedens' in Peking diente den rebellierenden Studenten als Medium ihres politisch-existentialen Anspruchs, dieselbe Ortssymbolik nutzte dann die chinesische Kommunistische Partei, als sie den Ruf nach Freiheit mit Panzern überrollte - vor allem wieder auf diesem Platz, an diesem privilegierten Ort. Natürlich gab es auch draußen, auf dem Land und in anderen Städten, Proteste, aber entscheidend für Erfolg und Mißerfolg der Rebellion war doch, was in Peking, auf dem 'Platz des Himmlischen Friedens' geschah - als der Aufstand hier beendet war, brach er nach und nach auch im Land zusammen.“ [Schreiber, 1991]

In seiner Analyse erklärt Schreiber, dass das Medium der Zeitung ein städtisches sei und der Stadt bedurfte um entstehen zu können. Seiner Ansicht nach konnte die Zeitung nicht auf dem Lande entstehen, es bedurfte der modernen Großstadt. „Tempo und Masse“ waren nicht nur Merkmale der Stadt des frühen 20. Jahrhunderts, sondern auch die treibende Kraft der

Presse. Weiter analysiert er das Verhältnis zwischen Stadt und Lokalpresse. Dort greift das in den Medien veröffentlichte auf den Stadtbewohner über und wird Teil von ihm - die Stadt nimmt das geschriebene Wort in sich auf. „Die Stadt ist der Schauplatz der Schrift. Und die Schrift ist der Schauplatz der Stadt.“ Über den Schauplatz hinaus aber ist die Zeitung noch mehr, ein Symbol:

„Die Zeitung realisiert nicht nur, sie symbolisiert auch das Wesen der Großstadt: als abenteuerliche Konzentration des Heterogenen, als tägliche, stets *provisorische* Neu-Ordnung des Labyrinthischen, als mehr oder weniger diskreter Dirigent eines vielstimmigen, schrillen Chors der Ereignisse, der Unfälle, Amouren, Skandale, politischen Meinungen.“ [Schreiber, 1991]

Medien benötigen Ereignisse, Orte nicht. Ereignisse finden in den Medien oder an Orten statt - manchmal gleichzeitig. Gemeinsam ist ihnen, dass sie in der Öffentlichkeit stehen, unklar ist jedoch in welcher Öffentlichkeit: der urbanen oder der Medienöffentlichkeit. Beide Öffentlichkeiten haben besondere Spezifikationen, die sich unterscheiden lassen und den Charakter dieser Öffentlichkeit prägen. Durch diese Spezifikationen gelangen Ereignisse auf unterschiedliche Art in die Öffentlichkeit. Ereignisse scheinen das Bindeglied zwischen Medium und Ort zu sein. Zusammenfassend nochmals die wichtigsten Spezifikationen der hier unterschiedenen Öffentlichkeiten:

Urbane Öffentlichkeit	Medienöffentlichkeit
Interaktion	Darstellung und Gegendarstellung
Menschlicher Maßstab	Abstrakte Größenordnung
Genius Loci	Distribution
Soziales Umfeld	Zielpublikum
Grundsätzliche Zugänglichkeit	Redaktionelle Filter

Der Aufsatz von Mathias Schreiber bezog sich nicht auf Welt des Internet. Doch klassische urbane Attribute - Heterogenität, Ordnungen und Neu-Ordnungen, Geschwindigkeit und unübersichtliche Kleinteiligkeit - lassen sich dennoch auf die Welt der Weblogs, Foren und Communities übertragen. In Frage stellen lässt sich allerdings der Status der Metropole in dem System Internet. Es gibt keine hinreichende Beziehung zwischen einer spezifischen Großstadt und der Welt der neuen Medien. Gerade die Ortlosigkeit und das gemeinsame

Arbeiten an Web-Projekten mit global verteilten Akteuren - in der Stadt *und* auf dem Land - lässt die Vermutung zu, dass das Netz als Medium selbst, im Gegensatz zur Zeitung, einen spezifisch großstädtischen und somit *urbanen* Charakter hat.

„Der Eindruck täuscht nicht: Städte mit lebendiger Lokalpresse sind urbaner als solche, in denen sie weitgehend fehlt. (...) Stadt und Tagespresse dienen sich wechselseitig als Medien ihres Wesens.“ [Schreiber, 1991]

3.1.2 Zum Begriff der Öffentlichkeit im Netz

Auch für die Netzkultur hat der Begriff der Öffentlichkeit eine wichtige Funktion, denn dass, was da an Netzkultur sichtbar wird, steht in der Regel auch in der Öffentlichkeit, bzw. ist allgemein zugänglich. Obwohl es im Netz eine Reihe von Kommunikationsmöglichkeiten gibt, die als privat eingestuft werden können (zum Beispiel e-Mail oder passwortgeschützte Bereiche), findet ein Großteil der netzbasierten Kommunikation öffentlich statt. Das Internet ermöglicht Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten, die dem rein passiven Konsum von Printmedien oder dem Fernsehen entgegenstehen. Es hat durch seine ständig vorhandene Interaktionsmöglichkeit einen auffordernden Charakter. Sei es durch die Möglichkeit zu diskutieren, per e-Mail in Kontakt zu treten oder durch Gestaltung vom eigenen Webangebot.

Eine Interaktion im Internet ist in der Regel gleichbedeutend mit Gestaltung einer Teilöffentlichkeit, denn durch den einzelnen Kommunikationsbeitrag finden Änderungen an der Weboberfläche statt. Durch Interaktion findet eine Transformation dieses virtuellen Raumes statt. Im realen Raum bleibt Interaktion weitgehend unsichtbar (wenn man von Bautätigkeiten oder halb-legalen Ausdrucksformen wie Plakatieren absieht). Der „Flaneur im Netz“ [vgl. 1.2.1] ist mit dem Paradigma der Interaktion und dem Zustandekommen von Kontakten vertraut. Unterschiedliche Surf-Optionen im Internet führen dazu, dass es vielfältige Konfrontation gibt, sowohl mit Bekanntem als auch mit Unbekanntem. Das Finden von Informationen, die für den Einzelnen von Relevanz sind, ist im Zeitalter von Web 2.0 oftmals sehr einfach. Gleichberechtigt steht das Navigieren neben der beständigen Pflege vom eigenen Webangebot, Chat-Bekanntschäften oder (Netz-)freunden. Telefonie und Videokonferenzen, auch mit mehreren Gesprächspartnern, sind bei Anbindung mit Hochgeschwindigkeitsdatenleitungen bereits heute schon Normalität. Diese netz-basierte Sicht der Welt und die individuellen Ausdrucksmöglichkeiten in dieser Medienöffentlichkeit verändern die Wahrnehmung.

3.1.3 Zwischenfazit

Der Begriff der Öffentlichkeit unterliegt einer Verschiebung. Grundsätzlich gibt es die Unterscheidung zwischen einer urbanen Öffentlichkeit, die sich ausschließlich im realen Raum verorten lässt, und der Medienöffentlichkeit, die seit Jahrzehnten über Massenmedien eingeübt wurde. Im Bereich der Medienöffentlichkeit kann man differenzieren zwischen lokalen oder regionalen Öffentlichkeiten oder globalen oder überregionalen Öffentlichkeiten.

Das Internet stellt eine Art „Zwischenöffentlichkeit“ her, die von jedem Bürger mitgestaltet werden kann. Im Internet finden sich immer wieder Beschreibungen und Reflektionen über Orte und Ereignisse. Der Raum hat die Funktion, Ideengeber und Austragungsort für Ereignisse zu sein. Ereignisse sind das Bindeglied zwischen Orten und Medien, da Medien bevorzugt über Ereignisse berichten. Ereignisse bergen so ein großes Potenzial, um Orte in die Medien und in einen Diskussionsprozess hinüberzuführen. Es existieren schon jetzt aktivistische Ansätze einer Stadtentwicklung, die sich von der reinen Bauleitplanung lösen und über Aktionen Entwicklungsprozesse anzustoßen versuchen. Als Beispiel sei auf ein Planungsbüro aus Berlin hingewiesen, das die Wichtigkeit der Inszenierung erkannt hat. Das „Raumlabor Berlin“ definiert sich folgendermaßen: „Neben Architekturaufgaben beschäftigen wir uns auch mit Städtebau, Aktion, Landschaftsarchitektur, Gestaltung des öffentlichen Raumes und künstlerischen Installationen.“ [Websites Raumlabor]

Es ist anzunehmen, dass die lokale Verortung einer „Netzurbanität“ sehr aussichtsreich für das Geschehen und das urbane Gefühl der Stadt, sowie die Thematisierung und Problematisierung bestimmte Orte und Bereiche - sowohl für die Bürger, als auch für die Stadtentwicklung - sein könnte. An einer lokal verorteten „Netzurbanität“ kann letztlich jeder teilnehmen und daher erfüllt sie den Anspruch im Sinne der Allgemeinheit.

3.2 Theorie Web-Effekte

3.2.1 Inside-out Effekt

In der Internetkommunikation im Zeitalter von Web 2.0 gibt man Dinge von sich preis (seien es Texte, Weblinks oder Fotos), die von anderen aufgespürt werden und so zu Interaktionen führen können. Man stellt Dinge aus seinem „privaten“ Leben in die Öffentlichkeit des Internet und bietet so eine Kontaktfläche, die erst viel später zu einem Treffen im echten Leben führen *könnte*. Es ist das Spiel von Möglichkeiten und potenziellen Interaktionen. Da man

sich im Internet auf gewisse Art und Weise offenbart, lernt man zunächst das Innere, viel später erst das Äußere einer Person kennen. Das Innere kehrt sich nach außen - „Inside-Out“.

Man kann sich diesen Effekt gut vorstellen, wenn man sich die Methoden von professionellen, internetbasierten Partnervermittlungen vergegenwärtigt. Dort werden Profile von Partnersuchenden erstellt und computerbasiert mit künstliche Intelligenz Algorithmen abgeglichen. Auf diese Weise erhalten die Partnersuchenden Kontakte zu anderen, die sich nach der Ausgangslage der Fragebögen in „Nachbarschaft“ befinden. (Ich stütze mich dabei auf die Forschungen des Sozialforschers Prof. Dr. Erich H. Witte von der Universität Hamburg, der an der Partnervermittlungsbörse Partner.de mitbeteiligt gewesen ist). Dabei kommt es nicht nur auf Ähnlichkeiten - wie Hobbies oder Werte - an, sondern auch auf Gegensätzlichkeiten in bestimmten Bereichen. Die algorithmisch vermittelten Partner passen in der Regel besser als potenzielle Partner zueinander, als solche die durch Kontaktanzeigen oder direktes Kennenlernen gefunden werden, da auf einen inneren Zusammenhang und gemeinsamer Werteorientierung abgeglichen wird. Diese computerbasierte Vermittlung weicht in einem entscheidenden Punkt vom herkömmlichen Kennenlernen im echten Leben - beispielsweise in einer Disko - ab: zunächst offenbart man sein Inneres, bevor man das Äußere des anderen Menschen sieht.

In der Weblog-Kommunikation kommt dieser Inside-Out Effekt ebenfalls zum tragen. Die Weblog-Kommunikation ist tendenziell egozentriert und es wird „von Innen heraus“ kommuniziert. In der Weblog-Kommunikation stehen häufig *Ideen*, *Gedanken* und *Reflexionen* im Mittelpunkt. Es wird mit Gedanken, Meinungen, Haltungen und Informationen kommuniziert. Wenn sich ein Leser eines Weblogs angesprochen fühlt, so hat er direkte Interaktionsmöglichkeiten - sei es per Mail oder Kommentarfunktion oder als Reaktion im eigenen Weblog mit entsprechender Verlinkung. Er kann die Artikel eines Weblogs über sogenannte RSS-Feeds abonnieren und sich so im übertragenen Sinne in einen Gedankenprozess einklinken. Auf diese Weise können Bekanntschaften entstehen, die auch in das echte Leben zurückwirken können. Durch diesen Inside-Out Effekt lassen sich Gleichgesinnte finden - man denke auch an den Austausch bei obskuren Hobbies oder wenig verbreiteten Themen. Selbstverständlich ist ein Weblog keine Partnervermittlung, aber er gibt vernetzende Effekte, die einen zufriedenstellenden Austausch ermöglichen können.

Das Angebot im Netz ist sehr vielfältig und es gibt unzählbar viele Weblogs allein in Deutschland. Das reale Leben dagegen hat gewisse Einschränkungen: die Zahl der Personen,

die man kennt oder potenziell kennenlernen kann, ist limitiert. Man ist bei Begegnungen dem „Zufall“ ausgeliefert und weiß bei einer spontanen Begegnung nicht, welche Werte, Interessen oder Weltansichten nun hinter dieser Person stehen. Ein Treffen von Gleichgesinnten, beispielsweise in Vereinen oder Kongressen, gibt es selbstverständlich auch, aber hier sind die räumliche Trennung, die Zeitressourcen und die Raumüberwindung ein Hindernis. An- und Abreise, zeitliche Determinierung und der Alltag machen solch Kontakte entweder selten oder man muss sich intensiver um sie kümmern. Bei der Netzkommunikation dagegen kann man Kontakte über einen langen Zeitraum auch *instant* betreiben.

3.2.2 Instant Kommunikation mit Strong Ties und Weak Ties

Instant bedeutet „sofort“. Durch das Versenden einer e-Mail an einen Adressaten kommt die Meldung sofort in der Inbox des Kommunikationspartners an und wartet dort auf Abruf. Eine Mail zu verfassen und abzusenden dauert manchmal nur wenige Sekunden: eine Praxis, die problemlos in den Alltag integrierbar ist. Ein Gedanke oder eine Idee lässt sich sofort in einer Mail, einem Weblog, einem Wiki oder einer beliebigen anderen Form direkt formulieren. Dort wartet die Information auf Abruf. Die Antworten, die man - früher oder später - erhält, gelangen ebenso schnell wieder in die eigene Welt und können dort in geeigneten Zeitfenstern weiterbearbeitet werden. Durch den asynchronen Charakter der *instant* Kommunikation lässt sich diese Kommunikationsmöglichkeit neben alltäglichen Prozessen vollziehen. Die Kommunikationsmöglichkeiten werden erweitert.

Trotz der Unübersichtlichkeit und Schnelllebigkeit des Internets ist es heute möglich, seine Handlungsmöglichkeiten über seinen Bewegungsradius hinaus zu erweitern. Das Leben an einem Ort bei gleichzeitiger Kommunikation weltweit ist kein Widerspruch mehr. Es bietet eine Chance, mit Gleichgesinnten einen zufriedenstellenden Austausch zu haben, sich in Begegnungen mit dem Unbekannten zu konfrontieren, an Projekten zu partizipieren oder einfach in der Öffentlichkeit Dinge zu sehen und zu diskutieren. Mit einer Optimierung des eigenen Webangebots kann man die Wahrscheinlichkeiten von Kontakten erhöhen. Es werden keine institutionellen Strukturen geschaffen, sondern die Strukturen ergeben sich in gewisser Weise von selbst. Dieses „Netzparadigma“ wird erst durch die internetbasierten Kommunikationstechnologien ermöglicht.

Den Übergang von der modernen zur postmodernen Ästhetik beschreibt Sherry Turkle in

ihrem Buch „Leben im Netz“ anhand der Erfahrung eines fünfzigjährigen Ingeieurs mit dem Internet:

„Es [das Netz] ist wie das Gehirn, es organisiert sich selbst, weit und breit keine steuernde Instanz, es entwickelt sich aus Verknüpfungen, wie sie auch ein Säugling macht: visuelle Eindrücke mit akustischen Wahrnehmungen... Menschen mit Erfahrungen... Manchmal bin ich eine Woche lang nicht im Web, und in dieser Zeit hat sich ein(e) Fülle von Plätzen, die ich sehr gut kenne, von selbst 'gefunden'. Das ist kein technisches Problem. Es ist eine Art von Organismus. Oder eine Parallelwelt. Es ist zwecklos, das Web analysieren zu wollen. Es hätte niemals durch Planung geschaffen werden können.“ [Turkle, 1998, S. 67]

Die technische und sozialwissenschaftliche Netzwerkforschung unterscheidet zwischen „Strong Ties“ und „Weak Ties“. Strong Ties sind dabei starke Verbindungen zwischen Kommunikationspartnern: man kennt sich gut bis sehr gut, meistens auch persönlich und hat häufigen Kontakt miteinander. Weak Ties sind Kommunikationspartner, die man nicht unbedingt persönlich kennt und bei denen die Kommunikationshäufigkeit und Intensität gering ist [vgl. Artikel Granovetter, 1973]. Dennoch kann man eine Kommunikation mit Weak Ties für mehrere Wochen oder Monate unterbrechen, sie aber sofort wieder aufnehmen und aufleben lassen. Eine solche Kommunikation kann allerdings auch vom Kommunikationspartner unterbrochen werden. Weak Ties können auch zu Strong Ties werden. So findet auf dieser Ebene eine permanente Selektion statt - das Netzwerk einer einzelnen Person ändert sich fortwährend. Das Denken in Netzwerken bezieht sich nicht nur auf die computervermittelte Kommunikation, jedoch finden diese Selektionsprozesse vor allem auch hier statt und unterliegen einer höheren Geschwindigkeit als bei einer sozialen Interaktion im realen Raum.

3.2.3 Medienöffentlichkeit gestalten (A-, B-, C- Blogs)

In der Regel ist das Verbreiten von Beiträgen in Foren, Wikis und Weblogs oder das Hochladen von Fotos bei Webservices wie flickr gleichbedeutend mit der Gestaltung einer Medienöffentlichkeit. Da grundsätzlich die Möglichkeit besteht, Beiträge zu kommentieren und zu verlinken, wird auf diese Weise ein Gespräch oder ein Diskurs in der Medienöffentlichkeit ermöglicht. Utopisch gesehen sind dabei alle Kommunikationspartner gleichberechtigt, da jede Internetseite von überall auf der Welt einsehbar ist. Trotzdem gibt es Unterschiede in der Reichweite und Positionierung einzelner Beiträge, denn das Internet ist nicht nur ein

technisches, sondern auch ein soziales Konstrukt. Suchmaschinen differenzieren mit unterschiedlichen Suchalgorithmen, welche Seiten es Wert sind zu lesen und welche nicht. Dabei werden heutzutage solche Internetseiten am besten bewertet, die regelmäßig gepflegt und am öftesten von anderen Webseiten verlinkt werden. (So arbeitet beispielsweise der PageRank Suchalgorithmus von Google).

Die aktuelle Weblog-Forschung unterscheidet zwischen unterschiedlichen Kategorien von Weblogs [vgl. Podcast Neuberger, 2005]. Dabei gibt es A-Blogs (sehr häufig gelesen, große Leserschaft, Wortführer und Sprachrohre), B-Blogs (spezifische Peer Groups, Stammpublikum, Auffindbarkeit bei großen Suchmaschinen) und C-Blogs (kaum Reichweite, geschrieben wird nur für ein kleines Publikum, das meist aus dem Bekanntenkreis rekrutiert wird). Trotz dieser Unterscheidung kann es passieren, dass ein „kleines und unbedeutendes“ Weblog sehr schnell Aufmerksamkeit erhält, plötzlich im Mittelpunkt steht und einen Diskussionsprozess anstößt. Dabei findet die Verbreitung meist sehr schnell - *viral* - über Verlinkung in Weblogs statt. Mitunter berichten dann auch Online-Leitmedien wie Spiegel-Online oder Telepolis darüber, manchmal sogar Printmagazine. So eine Medienaufmerksamkeit lässt sich nur schwer planen und ist meistens vom Zufall abhängig. (Allerdings kann man eine langfristige Positionierung eines Weblogs durchaus methodisch angehen, zum Beispiel durch thematische Ausrichtung, einen qualitativ hohen Schreibstil und Informationsgehalt sowie Suchmaschinenoptimierung und aktives Diskutieren in thematisch ähnlich gelagerten Weblogs und Foren. Es handelt sich dabei um eine mittel- bis langfristige Strategie.) Eine plötzlich entstehende Aufmerksamkeit kann dazu führen, dass sich ein Weblog erfolgreich als A- oder B-Blog positionieren kann. Zwei Beispiele:

Jamba-Vorfall

Johnny Haeusler deckte in seinem Weblog Spreeblick mutmaßliche „unlautere“ Methoden des Handyklingeltonarbeiters Jamba auf. Es ging darum, dass Jamba an Kinder und Jugendliche Klingeltonabos verkauft hat, obwohl nicht klar ersichtlich war, dass es sich um Abonnements handelte. Man war in dem glauben, lediglich einen einzelnen Klingelton erworben zu haben. Der Diskurs auf Spreeblick hatte einige Konsequenzen, vor allem bei dem Klingeltonanbieter. Dieses war der erste Artikel in der deutschen *Blogosphäre*, der eine hohe Aufmerksamkeit erhalten hat und einen Wirkung auf Jamba und die Medienöffentlichkeit ausüben konnte.

Am interessantesten war zu beobachten, wie die Angestellten der Firma Jamba versuchten, unter Pseudonymen beschwichtigende Beiträge in den Kommentaren zu veröffentlichen.

Diese anonymen Kommentare wurden allerdings vom Weblog-Betreiber entdeckt und enttarnt. Da das Risiko bestand, dass die Aufmerksamkeit einen schädigenden Imageverlust für den Klingeltonanbieter nach sich zieht, haben sie ihre Geschäftspraktik geändert. Seitdem wird deutlicher auf die Tatsache hingewiesen, dass es sich bei ihrem Angebot tatsächlich um Abonnements und nicht um einzelne Klingeltöne handelt.

Der Betreiber des Weblogs Spreeblick nutzte die Aufmerksamkeit und gründete kurz darauf den ersten deutschen „Weblog-Verlag“. Spreeblick gilt seitdem als Deutschlands wichtigster A-Blog, der mit einer Mischung aus Unterhaltung, Politik und Zeitgeschehen aus subjektiver Sicht eine treue Leserschaft bedient.

Links:

Der Jamba-Artikel mit allen Kommentaren:

<http://www.spreeblick.com/2004/12/12/jamba-kurs/>

Interview mit Johnny Haeusler zu seinem Weblog und dem Jamba-Vorfall:

http://klauseck.typepad.com/prblogger/2004/12/3_nachgebloggt_.html

Ausführliche Berichterstattung unter [Picot, 2005]

Wahlbetrug in Belarus

Auf dem Weblog Media-Ocean.de tauchte 2006 ein Video auf, das einen mutmaßlichen Wahlbetrug der Präsidentschaftswahl in Belarus zeigen sollte. Der Weblog-Betreiber ging mit bedachter, journalistischer Sorgfalt an das Thema heran und in der *Blogosphäre* wurde sehr intensiv diskutiert, was dort auf dem Video tatsächlich zu sehen und zu hören war. Aktuelle Entwicklungen zu diesem Fall wurden gewissenhaft als Updates auf dem Weblog geführt. Nach etwa zwei Wochen verflog die Aufmerksamkeit. Der Weblog-Betreiber ging weiter seinem eigentlichen Weblog-Schwerpunkt nach. Das Video entsprach dabei nicht dem Themenschwerpunkt des Blogs, sondern war ein einmaliger Sonderfall.

Links:

Wahlbetrug in Belarus <http://www.media-ocean.de/2006/03/25/videobeleg-fuer-wahlbetrug-in-belarus/>

Weitere Updates: <http://www.media-ocean.de/2006/03/27/updates-belarus2/>

Eine Liste der aktuellen A- und B-Blogs in Deutschland findet man derzeit unter <http://www.deutscheblogcharts.de> oder <http://counter.blogscout.de>

3.2.4 Schwärme: FlashMobs und SmartMobs

Die Fluktuation in den Netzen führt vereinzelt zu Manifestationen im realen Raum. Das beginnt bei Treffen von Menschen, die sich über netzbasierte Kommunikation kennengelernt haben, im öffentlichen oder halböffentlichen Raum, bis hin zu künstlerisch oder politisch motivierten Aktionen.

Die vernetzende Wirkung der individualisierten Kommunikationstechnologien kann zu Gruppendynamik führen. Die Sozialforschung nennt das „Kollektive Intelligenz“ oder „Schwarmintelligenz“ einer sozialen Gemeinschaft, die auf konsensbasierten Entscheidungen beruht. Auch in der Forschung der künstlichen Intelligenz gibt es diesen Begriff. Schwärme sind in diesem Fall ein gruppenspezifisches Verhalten von einzelnen Elementen, wobei jedes Element einfachen Regeln folgt. Das kann man sich anhand eines Vogelschwarms veranschaulichen: jeder Vogel folgt einer einfachen Regel, zum Beispiel der, einen gewissen Abstand zu den anderen Vögeln zu halten. Von außen betrachtet sieht man einen Vogelschwarm beziehungsweise eine Flugformation, die sehr komplex erscheint und es ist unklar, wer die Bewegung des Schwarmes lenkt. Die Gruppe wird so zu einer Art kollektiven Intelligenz und der Einzelne ist Teil des Ganzen.

Innerhalb der Netzkultur es gibt ein Phänomen, das seit zirka 2003 in Erscheinung tritt und der Schwarmlogik entspricht. Sogenannte „FlashMobs“ sind Gruppen von Menschen, die sich an einem bestimmten Tag zu einer bestimmten Uhrzeit an einem bestimmten Ort zusammenfinden, um für einige Minuten gemeinsam eine Aktion durchzuführen. Diese Aktionen sind dabei meistens auf Spaß angelegt. Es treffen sich Menschen beispielsweise um für fünf Minuten in den Himmel zu schauen, auf einem Bein zu stehen oder den Eingang eines Buchladens zu blockieren, indem alle gleichzeitig den Laden verlassen. Flash Mobs finden auf der ganzen Welt statt und es gibt eine Reihe von Foren, Wikis und Weblogs, die sich diesem Thema widmen. Der Grundgedanke der Flash Mobs ist es meist, die Gruppendynamik zu nutzen und die Stadt als persönliche Spielwiese zu betrachten, als potenziell ungenutzte Fläche, die man sich durch kurzzeitige Aktionen aneignen kann.

Der viel beachtete Communitytheoretiker Howard Rheingold hat ein neues Phänomen vernetzter, kollektiver Intelligenz beobachtet. In seinem Buch „Smart Mobs“ [Rheingold, 2002]

beschreibt er, wie Gruppen über eine ständige mobile Kommunikation miteinander verbunden sind und eine dynamische Einheit bilden.

„Die nächste Revolution nach PC und Internet ist, laut Rheingold, mitnichten technologisch, sondern sozial: „Smart Mobs bestehen aus Menschen, die zusammen handeln können, selbst wenn sie sich nicht kennen.“ Die Szenen, Clans und Communities, die sich ständig im Internet bilden, dort mutieren, sich spalten oder auch einfach nur wachsen, würden in Zukunft immer häufiger eine Entsprechung in der realen Welt finden.“ [Artikel Sixtus, 2003]

Auch geht Rheingold davon aus, dass diese Smart Mobs eine Veränderung der Stadtwahrnehmung nach sich ziehen werden.

„Smart mob technologies already seem to be changing some people's sense of place as well as their experience of time, with visible effects on public spaces such as sidewalks, parks, squares, and markets, where more and more of the physically co-present population are communicating with people far away.“ [Rheingold, 2002, S. 195]

3.2.5 Die Logik kehrt sich um: der reale Raum strahlt in das Netz

Da der reale Raum eine Rolle für Individuen oder Gruppen spielt, gibt es auch Feedbackeffekte für das Internet: heutzutage sind Mobiltelefone und digitale Kameras weit verbreitet. Es werden Fotos und Videos erstellt, die meist innerhalb weniger Minuten oder Stunden nach Ereignissen in Weblogs oder Web 2.0 Services wie Flickr oder YouTube auftauchen. Dabei werden die digitalen Artefakte beim Einstellen in das Internet mit Stichworten, sogenannten „Tags“, versehen. Nach dem Besuch eines Konzertes oder anderen Ereignissen kann man meist bei entsprechenden Web 2.0 Services nach dieses „Tags“ suchen und findet oft digitale Inhalte zu dem Thema. Zur Anschauung dient folgendes Beispiel: Nach einem Terroranschlag am 5. Juli 2005 in der Londoner U-Bahn wurden via Handykamera vor Ort Bilder in das Internet hochgeladen. Diese wurden sogar von Nachrichtenagenturen für die Berichterstattung genutzt. Ein weiteres Beispiel: Unter flickr.com kann man nach den Begriffen „Kaiserslautern Stiftsplatz“ - Ort - oder „Kaiserslautern Worldcup“ - Ort und Ereignis - suchen. Mit dem Inhalten im Netz, die die User bereitwillig zur Verfügung stellen, kann man auch an Ereignissen an anderen Orten „partizipieren“ und diese direkt kommentieren.

Mehr und mehr Weblogs berichten über Ereignisse oder reflektieren ihre Umwelt auch ohne dass ein spezifisches Ereignis einen Anlass gibt, so findet zunehmend eine Wechselwirkung zwischen dem realen und dem virtuellen Raum statt. Die Weblog-Kommunikation wird auch zunehmend angereichert durch Podcasts - selbstproduzierte Audioaufzeichnungen - und Videocasts - selbstproduzierte Videofilme.

3.2.6 Mobilität - Das Dilemma der Kommunikation

Das Netz kann sehr paradox sein, was die Erhöhung der Lebensqualität betrifft. Die netzbasierte Kommunikation erhöht einerseits die Lebensqualität, weil man einen Austausch mit Gleichgesinnten finden kann. Gleichzeitig aber reduziert sie sie, denn diese Gleichgesinnten finden sich meist nicht am selben Ort. Somit ist für Begegnungen im echten Leben eine erhöhte Mobilität gefordert, die meist nicht dauerhaft umgesetzt werden kann. Die Lebensqualität vermindert sich also, weil man lediglich vermehrt über das Internet kommuniziert und dadurch eine Reihe von Sinnen außen vorlässt. Das lässt sich an einem einfachen Beispiel veranschaulichen: Man lernt über das Internet jemanden kennen, mit dem man viel und ausgiebig kommuniziert. Die andere Person wohnt 200 km entfernt. Spontane Treffen werden dadurch unmöglich.

Die netzbasierte Kommunikation erhöht also die Lebensqualität durch den Austausch mit Gleichgesinnten, wobei sie *zur selben Zeit* durch den Verlust von sinnlicher Wahrnehmung und einen erhöhten Mobilitätsaufwand verringert wird.

3.2.7 Zwischenfazit

Im Internet entstehen Informationen zu Orten und Ereignissen. Diese Daten werden vom (Stadt-)Bürger aufgenommen und interpretiert und somit in den realen Raum hinübergenommen. Gleichzeitig finden vereinzelt gezielte Manifestationen im realen Raum statt, sei es durch Zusammenkünfte im realen Raum, oder durch andere Nutzungsmuster. Der reale Raum gelangt auch immer wieder - ob inszeniert oder nicht - in die virtuellen Netze und verändert und prägt so die Medienöffentlichkeit. Es ist ein wechselseitiger Durchdringungsprozess.

Podcasts und Videocasts sind neue Formate, die sich derzeit zwischen einer Nachahmung von klassischen Formaten und einer selbstreflexiblen Tagebuchaufzeichnung befinden. Sicherlich gibt es in diesem Bereich noch ein großes Experimentier- und Forschungspotenzial, wie und in welcher Form sich diese Formate auf das reale Leben auswirken werden.

3.3 Untersuchungsgebiete

Im Nachfolgenden wird versucht, die oben aufgeführte, theoretisch analysierte Logik in Praxisbeispielen zu belegen. Es werden Phänomene beleuchtet, die die Logik des realen Raumes und Verhaltensmuster in diesem widerspiegeln oder im Virtuellen verhaftet sind. Es sind Phänomene, die an der Schnittstelle zwischen analog und digital angesiedelt sind.

3.3.1 Elektronische Post und Weblogs

Die elektronische Post - e-Mail oder auch nur Mail - ist das einfachste und privateste Medium im Internet, das sicherlich auch am weitesten verbreitet ist. Das Erstellen und Versenden einer e-Mail geht schnell. Die gesendete e-Mail erreicht innerhalb weniger Sekunden den Adressaten und wartet dort auf Abruf. Der Adressat kann entweder sofort antworten, oder es steht ihm frei sich entsprechend Zeit zu lassen. Die Kommunikation erfolgt nicht in Echtzeit, daher ist die e-Mail ein „asynchrones“ Medium. Auch kann eine Mail beliebig lang sein: von Einzeilern bis hin zu Formaten, die an einen klassischen Brief erinnern. Mit dem Medium e-Mail ist es möglich, einen Dialog zu führen, der neben dem Alltag stattfindet. Die Kommunikationspartner können dabei physikalisch weit entfernt sein. Durch die Privatheit des Mediums ist die Mail noch am ehesten vergleichbar mit einem privaten Gespräch. In einer Mail lassen sich auch Bilder, Weblinks und andere Dateien verschicken. Genauso kann man Mails gleichzeitig an mehrere Adressaten schicken, was man mit einem indirekten Gespräch einer kleinen Gruppe vergleichen kann.

Sicherlich gibt es auch Phänomene wie Massenmails, Spammails oder andere Nutzungsformen, die allerdings in diesem Zusammenhang nicht untersucht werden. Erwähnenswert erscheint, dass es bei der e-Mail keine Garantie gibt, dass sie den Adressaten auch wirklich erreicht. Zwar erhält man eine Fehlermeldung, wenn eine Mailadresse unbekannt ist, aber auch bei einer bekannter Mailadresse gibt es keine sichere Bestätigung, ob und wie die Mail beim Adressaten angekommen ist. Eine direkte Reaktion wie in einem Gespräch gibt es bei diesem Kommunikationsmedium nicht - es fehlt eine bestimmte Kommunikationsqualität. Dennoch eignet sich dieses Medium durch die „asynchrone“ Qualität gut für Instant-Kommunikation.

Weblogs sind im Gegensatz zur e-Mail eine weniger direkte Kommunikationsform. In einem Weblog werden Artikel formuliert, die ins Internet gestellt werden und dadurch öffentlich zugänglich sind. Bei fast allen Weblogs hat man die Möglichkeit, Kommentare zu einzelnen

Artikeln zu formulieren. Dabei kann man auch die eigene Internetadresse mit anzugeben. So kann man in einen lockeren Diskussionsprozess kommen, ohne dass man die Menschen hinter den Weblogs persönlich oder netzbasiert kennt. Die Mehrzahl der Leser eines Weblogs sind stille Leser. Durch die Kommentare hat man die Möglichkeit, entweder aktiv an einem Diskussionsprozess teilzunehmen (wobei man durch *Trackbacks* oder *Pingbacks* die Diskussion auch auf dem eigenen Weblog weiterführen kann), oder man erhält Denkanstöße, Hinweise, Zu- und Widersprüche oder Weblinks in den Kommentaren des eigenen Weblogs. Auf diese Art entstehen Verbindungen zwischen Artikeln und Weblog-Autoren. Es gibt auch Weblogs mit mehreren Autoren.

Aktuelle Visualisierungstechniken machen die Vernetzung von Weblogs anschaulich. So bekommt man ein Bild des Netzwerks eines einzelnen Weblogs. Wenn das Weblog nun einer einzelnen Person zuzuordnen ist, so erhält man nicht nur ein Bild des digitalen Netzwerks einer Person, sondern man kann die Vernetzung auch semantisch interpretieren: die Verbindung von Gedanken, Themen und Inhalten. Ein Weblog ist eine Technik, die sich hervorragend zum „Netzwerken“ eignet, weil das Netzwerk automatisch entsteht. Bei sorgfältiger Pflege und Führung eines Weblogs ist es möglich, mehr und mehr Leser zu erreichen. Man wird zu einem Sender in einem Netzwerk. Ein Weblog ist ebenfalls gut dafür geeignet, Kontakt zu seinen Peer Groups zu halten.

„Je länger ein Weblog geführt wird, desto umfangreicher sind in der Regel auch diese sozialen Netzwerke: Autoren, deren Weblog älter als ein halbes Jahr ist, erhalten zum Beispiel verhältnismäßig öfter und mehr Kommentare auf ihre Beiträge. Sie haben auch mehr Weblogs in ihrer Blogroll, die vor allem Ausdruck der eigenen regelmäßigen Lektüre (85%) oder freundschaftlicher Beziehungen (60%) zu den verlinkten Autoren ist.“ [Artikel Schmidt, 2006]

3.3.2 Lokal verortete Weblogs und bürgernaher Journalismus

Im Zuge eines Quartiersmanagements im Stadtteil Berlin-Friedrichshain hat der „Boxhagener Platz“ eine Stadtteilzeitung und eine eigenen Website bekommen (<http://www.quartiersmanagement-berlin.de/index/78/> und [Weblog Boxhagenerplatz]). So können sich die Anwohner direkt mit ihrer Umwelt auseinandersetzen und kommunizieren, ohne befürchten zu müssen, dass das Informationsangebot kommerziell geprägt ist. Es entsteht zur selben Zeit ein Informationsraum zu einem städtischen Quartier. Die Informationen und Diskussionen die dort entstehen, könnten Entwicklungsimpulse für Planungsentschei-

dungen liefern.

Ein Beispiel für einen Blogger, der zu einem Journalisten wurde ist der in *Die Zeit* erschienene Artikel „Liebesbrief an Neukölln“ [Artikel Kantel, 2006]. Die Presselandschaft hat nach dem Hilferuf überforderter Lehrer an der Rütli-Hauptschule in Berlin-Neukölln kaum Positives über diese Schule im Speziellen und Neukölln im Allgemeinen zu berichten gehabt. Die Presseartikel tendierten dazu, Neukölln zum „Berliner Ghetto“ zu stilisieren. Sicherlich gibt es dafür einige Anhaltspunkte, jedoch ist das nur ein Teil des Lebens in diesem Stadtteil. Der in der *Blogosphäre* als „Schockwellenreiter“ [Weblogs Schockwellenreiter] bekannte Jörg Kantel legte seine alternative Sicht der Dinge dar. Aus deutlich subjektiver Sicht schreibt er in seinem Artikel in *Die Zeit* [Artikel Kantel, 2006]:

„Ich lebe auf dem Rollberg im Norden Neuköllns, dort wo Neukölln angeblich am pralligsten ist, dort wo der Spiegel und andere Medien gerne die 'Bronx von Berlin' verorten.“

Der Artikel verschließt nicht die Augen vor Problembereichen, allerdings wird eine positive Besetzung der Bestandsaufnahme versucht:

„Ich lebe gerne hier. Warum? Vielleicht zum einen, weil es mir das Gefühl gibt, etwas Besonderes zu sein. Wenn ich zum Beispiel am frühen Vormittag die U-Bahnstation 'Rathaus Neukölln' betrete und am Kiosk all die jungen Männer sehe, die dort ihr erstes Frühstück trinken, dann habe ich das Gefühl, der Einzige hier zu sein, der noch einer geregelten Arbeit nachgeht.“

Tatsächlich werden auch Bezüge zur Lokalpolitik und der kulturellen Besonderheit des Stadtteils deutlich:

„Vielleicht auch, weil es so rührend ist zu beobachten, nein, dabei zu sein, wie sich eine Handvoll tapferer Gallier gegen die Verelendung des Kiezes stemmt, der von der Politik schon lange aufgegeben wurde und nur noch verwaltet wird. Vielleicht aber auch, weil die niedrigen Mieten und die vielen leerstehenden Läden und Fabriketagen eine lebendige alternative Kulturszene sich entwickeln ließen, die nicht die Schicki-Micki-Kultur des Prenzlauer Berges importiert, sondern einfacher, härter, anders ist. Neuköllner Kultur, das ist der selbsternannte Dadasoph Rainer W., der seine in Notizbücher mit dem Kugelschreiber gezeichneten Strichmännchen zielgruppengerecht für 5 Euro das Blatt verkauft.“

Die Wahrscheinlichkeit, dass die Redaktion der Wochenzeitung *Die Zeit* oder die im Tagesgeschäft verhafteten Redaktionen der Regionalzeitungen solch einen verliebten Blick auf diesen Stadtteil richten können, ist relativ gering.

An diesem Beispiel wird deutlich, dass die subjektiv gefärbten Sichtweisen der Weblogs durchaus Anregungen auf Kultur und Impulse für die Stadtentwicklung ausüben können. Jörg Kantel betreibt auch ein Weblog für den Neuköllner Kiez Rollberg [Weblog Rollberg]. Ein weiteres Beispiel für einen bloggenden Stadtteil ist der Viertelblog [Weblog Viertelblog], der über das Nauwieser Viertel in Saarbrücken berichtet und von verschiedenen Autoren geführt wird. Ein weiteres Beispiel ist die „Digitalcouch“, ein Projekt aus Kaiserslautern (mehr Informationen hierzu siehe Kapitel 4.3).

Wie in Kapitel 3.1.1 gezeigt wurde, hat die Lokalpresse eine besondere Bedeutung für die Urbanität der Stadt. Durch die neue Form dieses Ansatzes, jeden Stadtbewohner - sofern er oder sie einen Weblog betreibt - als potenziellen Autor zu behandeln, könnten durchaus neue Impulse für Stadt und Region gesetzt werden. Da die *urbane Öffentlichkeit* medial vermittelt wird, bekommt der Stadtbewohner eine Stimme in der *Medienöffentlichkeit* der Stadt.

Ein Pionierprojekt auf dem Gebiet, Regionaljournalismus mit Blogs zu verbinden, ist der „Trierischer Volksfreund“, der Beiträge aus der *Blogosphäre* in einem Printmagazin herausbringt (Infos hierzu siehe: <http://www.media-ocean.de/2006/02/04/3-monate-bloggende-regionalzeitung>). Das Projekt wurde kommunikationswissenschaftlich von Steffen Büffel begleitet. (Ein Interview mit Steffen Büffel befindet sich im Anhang der Arbeit.) Er sagt zur Zukunft von Weblogs und Regionaljournalismus:

„Regionaljournalismus war schon immer Bürgerjournalismus, nur muss der Bürger mehr Beteiligungsmöglichkeiten bekommen. Der Aufbau und die Pflege einer funktionierenden Online-Community ist vor allem deswegen wichtig, weil die jungen Leute keine gedruckte Zeitung mehr lesen und in den seltensten Fällen ein Abo haben. Alles wird zunehmend online abgewickelt. Also muss die Zeitung um zukunftsfähig zu bleiben dort hin, wo die interessanten Kunden sind - und das ist nunmal im Web.“

Ein weiteres Projekt, dass neue Formen des Regionaljournalismus ausprobiert ist die „Readers Edition“. Es wurde von der *Netzzeitung* initiiert und aktiviert ganz bewusst Bürger, die sub-

jektiv gefärbt, Aspekte vor Ort oder zu bestimmten Themen ausleuchten. Die Projektmacher fordern geradezu einen subjektiven Stil, so schreiben sie auf ihrer Website: „Schreiben Sie eine Kurzmeldung oder einen langen Bericht, eine eigene Einschätzung oder eine Nachricht. Geben Sie 'Readers Edition' Ihre eigene Sichtweise.“ (<http://www.readers-edition.de/das-projekt/>) Es gibt zwar keinen regionalen Schwerpunkt, die Artikel werden allerdings auf einer Karte verortet. Obwohl das Projekt nur online abrufbar ist, orientiert es sich von der Form an einer herkömmlichen Zeitung. Steffen Büffel hat auch an diesem Projekt mitgewirkt. Er äußert sich folgendermaßen über den aktuellen Status von klassischen und online-Medien:

„Die klassischen Massenmedien müssen meiner Ansicht nach endlich begreifen, dass Weblogs, Wikis und das Web insgesamt nicht nur nette Gegenstände für die Berichterstattung auf der Computerseite oder lediglich einen weiteren Distributionskanal darstellen, sondern dass diese Kommunikations- und Publikationsformen in zunehmendem Maße neue Öffentlichkeiten und soziale Netzwerke entstehen lassen, die zur Emanzipation eines bisher lediglich konsumierenden Publikums hin zu einem partizipierenden und aktiv produzierenden Publikums führen.

Google, Microsoft, Yahoo sowie die vielen frei kombinierbaren Social Software-Anwendungen geben diesem neuen Publikum mehr Möglichkeiten an die Hand, als es die klassischen Massenmedien auf absehbare Zeit in einer vergleichbaren Breite werden leisten können. Die Vorgaben machen im Web nicht die Verlage und alt gedienten Medienkonzerne, sondern die genannten großen Internet-Player und die vernetzten intelligenten 'Massen', Communities (und) 'Schwärme'.“ (<http://www.media-ocean.de/2006/06/01/televortrag-zu-buergerjournalismus-i/>)

Eine Sammlung von lokal verorteten Weblogs in den größten deutschen Städten findet man unter: <http://blogplan.de>. Eine Liste von Blogs, die über ihre Stadt oder ihren Stadtteil schreiben unter: <http://citynetwork.node3000.de>.

3.3.3 Graffiti und Streetart

Die ersten Graffiti entstanden in den siebziger Jahren in New York. In suburbanen Zonen benutzten meist Jugendliche Filzstifte, um ihr „Quartier“ zu markieren. Diese Kunstform hat sich im Laufe der Zeit weiterentwickelt. Aus einer Markierung sind spielerische und teilweise

auch sehr ernste „Battles“ (Schaukämpfe) hervorgegangen, die ausschließlich auf Wänden, U- und Straßenbahnen sowie Stadtmöbeln ausgetragen wurden. In den siebziger Jahren haben sich die Sprüher und Tagger in Gangs oder Gruppen organisiert und ihr selbsternanntes Quartier buchstäblich bezeichnet. Je größer, waghalsiger und mutiger die Aktionen wurden, desto mehr Anerkennung gab es für die Gruppe. Eine Markierung im „gegnerischen“ Quartier wurde als Provokation aufgefasst und hatte oft unweigerlich „Rachefeldzüge“ zur Folge.

Was veranlasst Jugendliche unter der Androhung hoher Geldstrafen auf diese Art und Weise von ihrer Umwelt Besitz zu ergreifen? Der Stadttheoretiker Richard Sennett analysiert in seinem Buch „Civitas“ [Sennett, 1991] das Verhältnis zwischen dem Stadtbürger und der gebauten Umwelt. Seine Grundthese lautet, dass sich der moderne Mensch von seiner gebauten Umwelt abgekapselt hat, und diese gleichsam nicht mehr als eigene Umwelt wahrnimmt. Jedoch gibt es auch Ausnahmen, wie das Beispiel Graffiti veranschaulicht. Er schreibt:

„In einer Stadt, die niemandem gehört, versuchen die Menschen immerfort, Spuren von sich, Zeugnisse ihrer Geschichte zu hinterlassen. In den siebziger Jahren war New York von solchen Spuren buchstäblich übersät. Riesige Zahlen, Namensinitialien und Spitznamen, die den Schreiber identifizierten tauchten an den Innen- und Außenwänden der U-Bahn-Wagen auf - Inschriften, hergestellt mit Sprühdosen und Filzstiften. Sie waren weder obszön noch politisch wie die Plakate in dem Jahrzehnt davor (...). Es war die Masse dieser Graffiti, die zunächst beeindruckte; sie waren sehr zahlreich und viele von ihnen sehr groß, sie breiteten sich über die Türen und Fenster, die Bänke und Metallwände der U-Bahn-Wagen aus und ignorierten die funktionalen Teile dieser Wände - alles war eine einzige große Schreibfläche.“ [Sennett, 1991, S.261]

Die anonymisierte Stadt, die nicht im Besitz dieser Jugendlichen ist, wird als Schreibfläche interpretiert. Ihnen geht es nur vermindert um Vandalismus, sondern vielmehr darum, mit den eigenen Mitteln und Möglichkeiten zu experimentieren, die eigene Umwelt zu gestalten und Besitz von ihr zu ergreifen. Interessant ist hierbei, dass unter anonymen Spitznamen gearbeitet wird, wie es meist auch in der Internetkommunikation üblich ist.

„Man könnte diese riesigen Inschriften als Theaterkulisse bezeichnen, die U-Bahn-Wagen wurden zum Bühnenhintergrund erklärt, der durch die dramatische Farbgestaltung mit Leben erfüllt werden musste. Den Jugendlichen war die Allgemeinheit als Publikum jedoch völlig gleichgültig, sie spielten für sich und

achteten nicht auf die Anwesenheit anderer Leute, die die von ihnen genutzten Räume ebenfalls nutzten oder in ihnen eingeschlossen waren.“ [Sennett, 1991, S.261]

Streetart, an dessen Anfang der Schriftzug oder das Graffiti stand, kann mittlerweile auf eine fast vierzigjährige Geschichte zurückblicken und hat mittlerweile weltweite Verbreitung gefunden. In jeder Stadt auf dieser Welt findet man die Verzierungen dieser anonymen Künstler. Es sind vor allem zwei Dinge, die zu dieser Entwicklung geführt haben. Zum einen ist das die *Technik*: erst die seit den siebziger Jahren erhältlichen Filzstifte und Sprühdosen haben es ermöglicht, die Umwelt permanent zu markieren. Die Farben sind extrem haltbar und stechen durch ihre Farbigkeit hervor. So setzten sich die Schriftzeichen und Malereien gegenüber ihrem Umfeld durch. Neben diesem technischen Aspekt kommt als zweites die *Idee* hinzu: erst die einfache Idee des Schaukampfes hat zur weltweiten Verbreitung von Graffiti geführt. Die Idee, seine Umwelt zu markieren und auf diese Art und Weise mit anderen Stadtbewohnern zu kommunizieren ist von solch einer elementaren Einfachheit, dass sie sofort verstanden wird und dadurch neue Anwender findet. Die Verbreitung und die Anwendung dieser Praxis hat zu einer Entwicklung beigetragen, die auch diese Kunstform zu ständig neuen Mustern und Spielarten getrieben hat. Aktuelle Entwicklungen der Streetart sind deutlich künstlerisch motiviert. Es werden auch meist weniger „aggressive“ Techniken eingesetzt, also zum Beispiel Aufkleber und Plakate, anstatt schwer zu entfernende Filzstifte oder Sprühdosen. Es gibt sogar einige Künstler, die gerahmte Bilder im Straßenraum anbringen. Viele Streetart-Künstler betrachten sich als Opposition zu den allgegenwärtigen Werbebotschaften und sind an einer aktiven Gestaltung ihrer Umwelt interessiert.

An diesem Phänomen lässt sich ablesen, dass eine kulturelle Entwicklung dazu in der Lage ist Orte zu *transformieren*. Sicherlich hat Graffiti und Streetart zu einigen kontroversen Diskussionen Anlass gegeben. Jedoch darf man hierbei nicht vergessen, dass Graffiti und Streetart heutzutage wesentlich zum Stadtbild beitragen. Es gibt in der europäischen Stadt bestimmte Orte, die kontinuierlich von Graffiti und Streetart gezeichnet sind. Dieses sind Orte, die von Stadtbewohnern oder Besuchern markiert wurden. Die Anonymität der Stadt wird an diesen Stellen aufgebrochen und individuell (allerdings meist auch anonym) mitgestaltet. Der Drang nach Ausdruck und Austausch an diesen Wänden scheint stärker zu sein, als die Sanktionen, mit denen den Straßenkünstlern gedroht wird. An diesen Orten wird ein elementares Bedürfnis nach Besitzergreifen der Umwelt einiger Stadtbewohner sichtbar.

KM4042 ist eine Austausch- und Kommunikationsplattform für Streetart, die sich dem Thema auch wissenschaftlich nähert, sie schreiben [<http://www.km4042.de/>]:

„Auf den heutigen öffentlichen Raum nehmen die verschiedensten Individuen Einfluss. Sie kommunizieren und orientieren sich durch diese unterschiedlich codierten Sprachen auf eine neue, unkonventionelle Art und Weise.

Sie wollen sich der Öffentlichkeit mitteilen, stellen Fragen, provozieren durch Aussagen oder machen auf sich aufmerksam. Durch diese differenzierten Beweggründe werden neue Strukturen in der Stadt geschaffen, jedoch ohne kommerzielle Hintergedanken. In Strukturen von den übrigen Zeichen.“

Die Autoren von KM4042 bezeichnen dieses sogar als eine neue Form der Urbanität:

„Die Stadt ist nicht mehr nur eine Aneinanderreihung von Baukörpern, Architektur und Werbung, vielmehr wird sie zum öffentlichen Ausdrucksmedium von Subkulturen. Die Zeichen widersprechen der Kontrolle und verleihen der Stadt einen neuen urbanen Charakter.“

Graffiti und Streetart sind Phänomene, die eine Auseinandersetzung mit dem Lebensraum Stadt sehr gut nachvollziehen lassen. Diese analoge Spielweise von „Besitzergreifen“, „Markieren“, „Austausch“ und „Zeichen“ ist etwas, dass sich auch nicht sichtbar im Internet abspielt. Streetart als Phänomen lässt uns erahnen, welche Wirkungen ein mobile computing auf den Stadtraum haben könnte.

3.3.4 Zwischenfazit

Digitales Leben findet bereits statt

Die aufgeführten Beispiele sind eine Sammlung von Beispielen, die von Early Adopters und bestimmten Peer Groups bereits gelebt werden. Sicherlich gelten die oben aufgeführten Beispiele nicht für den Großteil der Gesellschaft, aber man kann behaupten, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen vom digitalen Leben bereits ausgiebigen Gebrauch machen. Der mobile, vernetzte Mensch fängt an in neuen Kategorien zu denken: in Orten und Beziehungen. Das soziale Netzwerk verändert sich stetig - neue Verbindungen entstehen, andere verschwinden, andere sind von erstaunlicher Stabilität. Neue technologische Entwicklungen werden die Wahrnehmung der Stadt sicherlich noch drastischer verändern, jedoch dürfte anzunehmen

sein, dass das einer grundsätzlichen Denkweise in Netzwerken nicht widersprechen wird. Veränderungen werden sich ergeben im Bereich von individuellen Netzwerken und sofort verfügbaren Daten und Informationen. Aktuelle Tendenzen des mobile computing werden die Wahrnehmung des realen Raumes durch einen nicht-stofflichen, informationellen Raum weiter verändern. Die Stadt selbst wird so zu einem technisch vermittelten Interaktionsraum, in dem sich neue Beziehungen zu einem Netzwerk verbinden lassen.

Always-On und sensuell verarmt?

Freizeit, Kultur und Arbeit vermischen sich in einem ubiquitären Nirwana, dass wir durch die Mobiltechnologien auch noch ständig mit uns herumtragen. Das Universum in unserer Hosentasche flüstert uns nicht nur permanent etwas zu, sondern zwingt auch zu bestimmten Verhaltensweisen. Das andere Ende der Leitung suggeriert mit jeder gesendeten Nachricht: „Antworte mir“ und „Setze dich mit mir auseinander“. Diese Botschaften erreichen uns von überall her. Doch leider spricht die technologisch vermittelte Kommunikation nur wenige unserer Sinne an (am meisten noch den Geist). In dieser Datenumwelt gehen viele wichtige sinnliche Erfahrungen verloren. Trotz eines ständigen Austauschs und globaler Kommunikation verlieren wir dadurch in gewisser Weise Lebensqualität durch die Technik. Selbstverständlich führt die Technik auch zu neuen Kontakten und spannenden Begegnungen, die sonst nie zustande gekommen wären, doch diese benötigen dann in den meisten Fällen einen erhöhten Mobilitätsaufwand und Zeit: Ressourcen, die in unserer Gesellschaft zunehmend verknappen. Auch die Aufmerksamkeit und Konzentration auf den Ort an dem wir leben kann schwinden, weil man sein Leben bereits in die Kommunikationsnetze verlagert hat.

4 Analyse: Projekte und Experimente

„Anlässlich bestimmter Ereignisse war mir als Internetnutzer bewusst, dass ich vor meinem Bildschirm nicht meine private Kommunikation betrieb, sondern dass ich im selben Moment das tat, was Millionen anderer Menschen auch taten. So konnte ich mir sicher sein, dass ich das Medium auf die richtige Art und Weise benutzte.“ *Mathias Mertens* [Mertens, 2006, S.10]

Im Rahmen dieser Diplomarbeit, aber auch schon im Vorfeld, habe ich eine Reihe von Projekten und Experimenten initiiert und Erfahrungen in Internet und realer Welt gesammelt. Im Nachfolgenden werden einige dieser Projekte vorgestellt, die direkt und indirekt mit dem Thema „Leben im Netz, Leben in der Stadt“ zu tun haben. Es handelt sich nicht um exakte wissenschaftliche Versuchsanordnungen, dennoch bin ich zu Ergebnissen gelangt, an denen man die Theorie evaluieren kann.

4.1 FlashMob: Invading QPark

4.1.1 Das Projekt

Das Projekt Invading QPark war ein *FlashMob* in der Stadt Kaiserslautern, den ich zusammen mit Stephan Baumann und Peter Greiffenhagen organisiert habe. Wir wollten eine Ausstellung von großformatigen Bildern machen, die einen erhöhten Platzbedarf und eine anspruchsvolle Umgebung benötigten, um entsprechende Wirkung zu entfalten. Unserer Ansicht nach gab es für diesen spezifischen Zweck einer Kunstaussstellung in Kaiserslautern nur unzureichend geeignete Räumlichkeiten. Andererseits verfügte das Parkhaus unter dem Stiftsplatz über genau die gewünschten räumlichen Qualitäten. Wir beschlossen kurzerhand, in dieses Parkhaus einzudringen und die Bilder zu zeigen - und unser Publikum gleich mitzubringen. Nach Geschäftsschluss stand das Parkhaus meist überwiegend leer. Wir verabredeten uns mit Interessenten an der Ausstellung an einem bestimmten Tag zu einer bestimmten Uhrzeit. Die Besucher sollten nach Möglichkeit mit dem Auto anreisen. Die Parkgebühr, die an die Betreiberfirma des Parkhauses QPark ging, wurde als Eintritt erhoben. Da sich die Ausstellung thematisch mit der Disko-Band „Chic“ auseinandersetzte, wurde noch ein weitere Eigenschaft installiert: Über eine bestimmte Technik (iPod mit iTrip) wurde Musik von der Band Chic von einem mp3-Player über Kurzweille gesendet, so dass jeder Besucher die Musik im Autoradio empfangen konnte. Das Parkhaus wurde also von allen Autos synchron mit

der selben Musik beschallt. Um die Besucher zu vernetzen wurde eine Mailingliste und SMS eingesetzt. Es erschienen zirka 25 Gäste.

Da die Ausstellung *nicht* mit den Betreibern des Parkhauses abgesprochen war, ist der Ausgang der Situation ungewiss gewesen. Wir haben uns darauf vorbereitet, die Aktion schon nach fünf Minuten beenden zu müssen, da der Parkhausbetreiber dieser ungewöhnlichen Nutzung des Parkhauses schnell ein Ende hätte setzen können - letztlich gelten im Parkhaus die Nutzungsbestimmungen des Betreibers. Diese Grundunsicherheit verlieh der Aktion eine Spannung, die von uns und den meisten Besuchern als angenehmer „Kick“ empfunden wurde. Es war kein Sicherheitspersonal anwesend und die Aktion dauerte 43 Minuten. Neben den selbst erstellten Fotos der Veranstaltung blieb als einziges Dokument dieser Aktion die Aufzeichnung der Überwachungskamera im Parkhaus.

4.1.2 Bewertung

Die Anordnung und Gestaltung des Events, sorgte schon im Vorfeld für Spannung. Gerade durch die ungewöhnliche Nutzung des Parkhauses und die Grundunsicherheit war die Stimmung spannungsvoll geladen und heiter ausgelassen. Es ist anzunehmen, dass sich die meisten der anwesenden Teilnehmer sehr gerne an diese knappe Stunde zurückerinnern. Viele der Teilnehmenden waren der Meinung, dass durch diese experimentelle Versuchsanordnung „Stadt“ erzeugt wurde, und dass es sich um eine durchaus urbane Situation handelte. Bisher gab es keine weiteren Nachahmer. Zum Zeitpunkt des Events überwog eine vorsichtige Zurückhaltung, weil man sich die Möglichkeit eines Nachfolgeevents offenhalten wollte, ohne „erwischt“ zu werden. Die Wirkung der Veranstaltung verpuffte schnell und hat außer den Teilnehmern niemand berührt. Die Berichterstattung in unseren Weblogs zu der Veranstaltung hatte eine positive Resonanz zufolge gehabt, die sich jedoch in erster Linie auf den Inhalt der Veranstaltung konzentrierte. Es gab einen Kommentar in den Weblogs, in dem jemand sein Bedauern geäußert hat, diese Veranstaltung verpasst zu haben.

Die Veranstaltung in den Blogs:

<http://www.node3000.de/baumann/index.php?itemid=58> und

<http://www.node3000.de/020200/index.php?itemid=94>.

4.2 Blogs und Treffen im realen Raum

4.2.1 Das Projekt

Ich betreibe seit März 2005 ein eigenes Weblog (das zunächst als Vorbereitung zu dieser Arbeit diente), wobei ich schon vorher in Weblog-ähnlichen Netzprojekten mitgewirkt habe. Durch das Formulieren eines Textes im Weblog teile ich Gedanken, Meinungen, Informationen und Weblinks mit und diese erscheinen in einer allgemein zugänglichen, anonymen Öffentlichkeit. Ich schreibe nicht nur Einträge in mein eigenen Weblog, sondern lese auch andere Blogs, die sich mit ähnlichen Themen beschäftigen. Da grundsätzlich die Möglichkeit besteht, Kommentare zu schreiben (wobei man beim Kommentieren eigentlich fast immer die Möglichkeit hat, die eigene Internetadresse anzugeben), kommt es zu einem Gedankenaustausch inklusive Vernetzung. Mich als Weblog-Schreiber interessiert es besonders, woher (also von welcher Internetadresse) meine Leser kommen, und andererseits interessieren sich ebenfalls andere Blogger für meine Internetadresse, wenn ich bei ihnen einen Kommentar hinterlasse. So entstehen lockere Verbindungen, die je nach Sympathie auch zu e-Mailaustausch und hin- und wieder auch zu Treffen im echten Leben führen.

Im Juni 2005 wurde ich eingeladen, an einem kooperativen Weblog-Projekt teilzunehmen. Dieses Weblog-Projekt nennt sich Processingblogs.org. Es werden dort Weblogs zusammengeführt, die sich im weitesten Sinne mit der Programmierumgebung „Processing“ beschäftigen. Da ich diesen Weblog regelmäßig lese und auch dafür schreibe (die Artikel auf meinem eigenen Weblog werden automatisch dort hineinkopiert) habe ich so schon einige Bezugspunkte zu Menschen, die sich mit ähnlichen Themen beschäftigen wie ich. Im Januar 2006 bot sich mir die Möglichkeit, jemanden der sich auch an Processingblogs.org beteiligt, persönlich kennenzulernen. Es war zwar nur ein Nachmittag, aber man hat sich gut verstanden und ein inspirierendes Gespräch geführt. Ich habe auch durch andere Internetprojekte und Weblogs schon öfter Menschen über das Internet kennengelernt und im echten Leben getroffen. Solche Treffen im realen Raum sind immer wieder eine spannende Sache, weil es letztlich doch einen großen Unterschied macht, ob man mit jemanden nur „durch die Tastatur“ kommuniziert oder ihm gegenüber sitzt. Die Spannung der Begegnung wurde fast immer durch interessante Gespräche und im Nachhinein durch eine Intensivierung der Kontakte begleitet.

4.2.2 Bewertung

Anhand eines Weblogs kann man guten Austausch zu Gleichgesinnten finden. Dabei hat sich gezeigt, dass das Lesen und Kommentieren von ähnlichen Blogs, sowie eine Suchmaschinenoptimierung hierbei sehr hilfreich sein können. Über einen Weblog ist es möglich, sich über das Internet mit Personen auszutauschen, die ähnliche Interessen besitzen. In manchen Fällen kann es dabei auch zu Treffen im realen Raum und möglicherweise zu echten Freundschaften kommen. Allerdings hat sich aus meiner Erfahrung gezeigt, dass die Menschen, die ich über das Internet kennen und schätzen gelernt habe, sich zum Großteil in Deutschland, teilweise sogar in Europa und auf der ganzen Welt verteilen. Es ist selbstverständlich nicht möglich, zu allen Personen denselben intensiven Kontakt aufrecht zu erhalten, wie zu Menschen aus der direkten Umgebung. Einige dieser Bekanntschaften besuche ich mehrmals im Jahr, andere wiederum kann ich höchstens alle paar Jahre in der realen Welt treffen. So gesehen greift tatsächlich das Dilemma der Kommunikation und der Mobilität: auf der einen Seite gelingt es gut über das Internet Kontakt zu halten, andererseits wünscht man sich durch den teilweise täglichen Austausch über das Netz Kontakte im realen Leben, die dann meist aufgrund von zeitlichen und monetären Gründen (Raumüberwindungsfaktoren) nicht möglich sind.

Ich höre mehr und mehr von Internetnutzern, die sich intensiv mit dem Medium, vor allem auch mit Weblogs, befassen, dass sie durch das Internet schon oft wundervolle Menschen kennenlernen durften. Diese Begegnungen haben durch Treffen im realen Raum hin und wieder zu echten Freundschaften geführt. Die Grundunsicherheit von solch realen Treffen (Wie ist diese Person in echt? Werden wir uns gut verstehen?) birgt eine gewisse Spannung, die ich ganz im Sinne eines urbanen Charakteristikums und eines urbanen Verhaltens werten würde.

Sehr sinnvoll erscheint mir in der Praxis ein Weblog wenn man sich zu bestimmten Themen austauschen möchte. Denn schon unzählige Male habe ich bestimmte Hinweise, Links oder Denkaspekte über die Kommentarfunktion meines Weblogs bekommen. Die Möglichkeit, in der Teilöffentlichkeit in Form eines Weblogs laut nachzudenken, erhöht die Wahrscheinlichkeit zu Kontakten und den Austausch über bestimmte Themen, über die man im echten Leben nicht sprechen oder nachdenken würde.

4.3 Digitalcouch - Weblog für Digitale Kultur in Kaiserslautern

4.3.1 Das Projekt

Die Digitalcouch ist ein Weblog-Projekt für „digitale Kultur in Kaiserslautern“. Es versteht sich als Kulturinitiative und hat keine Rechtsform. Die Digitalcouch wurde im Dezember 2003 von Stephan Baumann als Mailingliste ins Leben gerufen, um Interessenten an digitaler Kultur in der Region miteinander zu vernetzen. Zusätzlich zu den Mailinglistenaktivitäten wurden sporadisch Treffen im privaten Raum abgehalten. Das Motto dieser Veranstaltungen war, sich gegenseitig kennenzulernen, aber auch überwiegend digitale Technik zu nutzen, die man Zuhause oder im Büro ungenutzt herumliegen hat. Das Motto war von Anfang an, die Besucher zu aktivieren und sie in den Gestaltungsprozess der Veranstaltung zu involvieren. Die Vernetzung via Mailingliste hatte unter spezifischen Problemen zu leiden, denn die Beteiligung an der Liste war eher gering. Die einzelnen Kommunikationspartner kannten sich nicht und ihnen war die Mailingliste im allgemeinen „zu anonym“. So wurde im September 2004 ergänzend ein Weblog unter meiner Leitung geführt. Es hat sich gezeigt, dass das Medium Weblog mehr Erfolg und eine größere Akzeptanz als die Mailingliste brachte. Die Gründe hierfür dürften darin liegen, dass prinzipiell jeder an der Kommunikation teilnehmen konnte, die Diskussion öffentlich geführt wurde - also nicht nur in der Inbox - und weil auch neugierige Interessenten „Mal einen Blick wagen konnten“, ohne sich dem „geschlossenen System“ der Mailingliste zu verpflichten.

Die „Couch“ wurde als positiv-motivierender Weblog gestartet, jedoch waren die Leserschaft, das Feedback und die Impulse, die gesetzt werden konnten, eher gering. Es wurde beschlossen, den Kurs zu modifizieren und auch (stadt-)kritische Untertöne mitaufzunehmen. Der Rahmen der Kritik bezog sich vor allem auf die Stadtkultur, auf einzelne Veranstaltungen und Austragungsorte. Die Kritik versuchte fair zu bleiben und verstand sich auf eine Sichtweise des städtischen Geschehens vor allem aus Perspektive des Universitätsumfelds. Gleichzeitig wurde immer auch versucht, positiv-motivierende Beiträge zu bloggen. In diesem Mix wird der Weblog noch heute weitergeführt und ist inzwischen zu Kaiserslauterns wichtigsten Weblogs geworden (gemessen daran, dass sich andere Kaiserslautern Blogs auf die Digitalcouch beziehen, dort Kommentare hinterlassen werden und es derzeit im Juni 2006 der einzige Weblog ist, der nicht von der Wikipedia-Website von Kaiserslautern gelöscht wird).

Die größte Aufmerksamkeit erhielt eine Kritik an einem lokalen Club „Club Cola“ in Kai-

serslautern. (Aufgrund von Personenschutz werden hier und im Anhang die Akteure unter Phantasienamen anonymisiert dargestellt.) Aus einer anfänglich milden und wohlwollenden Kritik entbrannte ein heftiger Diskurs, der sich überwiegend in den Kommentaren des Weblogs entladen hat. Den gesamten Diskurs siehe im Anhang dieser Arbeit oder online auf <http://www.digitalcouch.de>.

4.3.2 Bewertung

Der Weblog „Digitalcouch“ scheint sich zu einer festen Institution in der Kaiserslauterer *Blogosphäre* entwickelt zu haben. Es werden immer wieder aktuelle Themen der Stadtkultur und Stadtentwicklung aufgenommen und aus der subjektiven Perspektive des Universitätsumfeldes kommentiert. Damit befindet sich dieser Weblog an der Schnittstelle zwischen der Subjektivität eines privaten Weblogs und der Aktualität des Regionaljournalismus.

Sicherlich am herausragendsten ist der oben erwähnte Diskurs mit dem lokalen „Club Cola“ der Stadt gewesen. Negativ formuliert hat sich hier ein Streit entwickelt, der - ob berechtigt oder nicht - in der Öffentlichkeit ausgetragen wurde. Positiv formuliert, wurde Kritik - ob berechtigt oder nicht - an der Stadtkultur geübt. Die Digitalcouch hat trotz der Konfrontation den Fokus immer wieder auf Vermittlung und die Suche nach Win-Win-Situationen gelegt. Vor allem aber wurden wichtige Erfahrungen im Umgang mit (lokaler) Öffentlichkeit gesammelt. Der Weblog hat sich dabei als kulturkritische Instanz in Kaiserslautern positioniert und dafür unterschiedliches Feedback erhalten. Dabei reichte die Bandbreite von „war doch völlig unnötig“ oder „unverschämt, was ihr da gemacht habt“ bis hin zu „endlich sagt mal jemand etwas“ oder „genau so könnte man das besser machen“. Das Archiv dieser Diskussion ist noch immer öffentlich zugänglich, da es bisher keine Anfrage gab, die entsprechenden Artikel löschen zu lassen. Daher findet man auf der Website ein Archiv einer kulturkritischen Auseinandersetzung vor. Sehr wichtig war für mich die Erfahrung im Umgang mit Öffentlichkeit, denn seit diesem Diskurs wurde die Kritik auf der „Couch“ weniger provokativ und insgesamt diplomatischer.

Es scheint auch einen Hinweis zu geben, dass die Regionalzeitung Rheinpfalz über ein Thema berichtet hat, dass nur wenige Tage zuvor auf der Digitalcouch erschienen ist. Die Aufmerksamkeit rührte vermutlich daher, dass ein Redakteur der Rheinpfalz zufällig bei einer Veranstaltung von „The Great Escape“ anwesend war.

4.4 The Great Escape

4.4.1 Das Projekt

Parallel zum Weblog „Digitalcouch“ wurde seit Oktober 2005 eine Veranstaltungsreihe initiiert. Die sogenannte „The Great Escape“ fand - bis auf wenige Ausnahmen - einmal im Monat im Glockencafe Kaiserslautern statt und wurde in erster Linie von Leo Sauermann (DFKI) und mir organisiert. Es verfolgte ein ähnliches Konzept wie die privaten Treffen zu Beginn der Digitalcouch-Mailingliste. Es ging darum, an digitaler Kultur Interessierte in Kaiserslautern real zusammenzubringen und untereinander zu vernetzen. Mit minimalen Aufwand (Video-beamer, Leinwand, Laptops und Mikrofon waren im Bestand) wurde dabei zunächst eine Art „Kneipenvorlesung“ initiiert. Dabei wurden Web-Fundstücke, Videoclips oder aktuelle Ereignisse im Internet präsentiert. In einer gemütlichen Runde konnten die Themen anschließend nochmals aufbereitet und diskutiert werden. Dabei wurde auch immer ein Raum für Experimente offen gelassen. So wurde eines Abends das von der Riesenmaschine.de entwickelte „Powerpoint-Karaoke“ durchgeführt, an einem anderen Abend wurde das Konzept des „Unconferencing“ erprobt. Die Experimente durften auch scheitern. Der Fokus wurde mehr und mehr auch auf Brainstormen und Initiieren von künstlerischen Aktionen im öffentlichen Raum erweitert.

4.4.2 Bewertung

Das regelmäßige Zusammentreffen im realen Raum scheint nicht nur Interessierte und Akteure untereinander vernetzt und bekannt gemacht zu haben, sondern auch der Weblog „Digitalcouch“ wurde dadurch bekannter. Dabei hat sich auch gezeigt, dass eine Bewerbung der Events in Form von Plakaten (an der Universität und in der Stadt), und vor allem über die Mailingliste der Universität eine deutliche Erhöhung der Besucherzahlen brachte und neue Besucher aktiviert hat.

Im Mai 2006 habe ich zur Evaluation von „The Great Escape“ und des Weblogs „Digitalcouch“ einen Fragebogen an die Anwesenden verteilt (der Fragebogen befindet sich im Anhang der Arbeit). Da es sich um kein repräsentatives Publikum handelt, kann der Fragebogen keine sozialwissenschaftliche Relevanz erhalten, jedoch zeigt er ein Stimmungsbild der Anwesenden mit einigen interessanten Ergebnissen.

4.4.3 Auswertung der Fragebögen

Es scheinen sich folgende Aussagen abzuzeichnen:

- Der Weblog „Digitalcouch“ scheint zum größten Teil nur von Leuten gelesen zu werden, die selbst auch ein Weblog betreiben. Dementsprechend wurde auch die Relevanz des Weblogs „Digitalcouch“ eingestuft.
- Etwa 70 Prozent der Leser des Weblogs „Digitalcouch“ nutzten den Blog als Informationsquelle für aktuelle Ereignisse oder Veranstaltungstipps. Deutlich weniger, etwa 20 Prozent, nutzten die „Digitalcouch“ als Diskussionsforum oder Partizipationsmöglichkeit.
- Über die Relevanz von sowohl dem Weblog „Digitalcouch“ wie auch dem Event „The Great Escape“ als kulturkritische und impulsgebende Instanz herrschten unterschiedliche Meinungen. Hier war die Verteilung etwa 50 zu 50 Prozent. Man konnte keinen Zusammenhang erkennen, dass Menschen die „bloggen“ die Relevanz höher einstufen als „Nicht-Blogger“.
- Geteilte Meinung herrschte auch über die Berechtigung, als Einzelperson oder kleine Gruppe Kritik an der Stadtkultur und vor allem an einzelnen Akteuren zu äußern. Auch hier betrug die Verteilung etwa 50 zu 50 Prozent.

4.5 Yellowarrow Project

4.5.1 Das Projekt

Das Yellowarrow-Projekt ist ein Streetart Projekt aus New York, das international organisiert ist und auf technisch vermittelte Vernetzung und eine Auseinandersetzung mit dem Stadtraum setzt [Website Yellowarrow]. Im Zentrum des Projektes stehen gelbe Pfeile, die man auf der Website beziehen kann. Mit diesen Pfeilen soll man Plätze, die man interessant findet oder über die man etwas sagen will, markieren. Auf diesen Pfeilen ist eine Identifikations- und eine Telefonnummer und zu jedem Pfeil speichert die Person, die den Pfeil aufgeklebt hat, einen Kommentar. Passanten können die Kommentare via SMS abrufen, oder selber einen Kommentar hinzufügen. Begleitet wird das Projekt von einer Internetseite, auf der ein Archiv von allen angemeldeten Pfeilen und den jeweiligen Kommentaren angelegt wurde. Auf der Internetseite kann man sowohl nach „Autoren“ wie auch nach Städten suchen. Dabei ist meistens auch ein Foto von den Pfeilen vorhanden, aber auch die genaue Position im

Stadtraum wird auf einer Karte verortet. Jeder angemeldete User kann auch ein „Journal“ schreiben, also seine Erfahrungen in einer Art Weblog auf der Seite veröffentlichen. So soll eine Gemeinschaft von Streetartist-Komplizen entstehen, die sich untereinander austauschen und sich aktiv mit ihrem Stadtraum auseinandersetzen.

Ich habe vier Pfeile im Stadtraum von Kaiserslautern geklebt, wobei ein Pfeil am nächsten Tag verschwunden war. Die anderen drei Pfeile sind zu diesem Zeitpunkt noch existent.

4.5.2 Bewertung

Die Gemeinschaft bei diesem Projekt ist - zumindest in Kaiserslautern - nicht sehr stark ausgeprägt, was vermutlich daran liegt, dass hier keine Streetart-Szene existiert. In metropolen Regionen scheint das wesentlich besser zu funktionieren. Das sinnvollste Feature auf der Website ist aus meiner Sicht die lokale Verortung der Pfeile (man denke an eine Art Spurensuche in der Stadt). Man kann auch bequem von überall auf der Welt die Kommentare zu den einzelnen Pfeilen (und damit zu bestimmten Situationen im Stadtraum) lesen und selber kommentieren. Nicht-Eingeweihte, die einen solchen Pfeil auf der Straße sehen, werden sich vielleicht über den Pfeil wundern, jedoch ist das SMS- und Kommentarsystem zu kompliziert und zu kryptisch auf den Pfeilen dargestellt, als dass es ein Passant verstehen könnte. Daher ist aus meiner Sicht der interessanteste Aspekt des Projektes - ich sehe, markiere *und* kommentiere meine Umwelt - leider verloren gegangen.

Sehr interessant war allerdings der kurze Ausflug in die Welt der Streetart. Denn durch die Aktion des Aufklebens an sich habe ich mich sehr intensiv mit meiner gebauten Umwelt beschäftigt: „Welche Stelle markiere ich und warum?“ Durch das Anbringen der Markierung habe ich mich in Beziehung zu einem Ort gesetzt. Diese Punkte der Stadt haben für mich jetzt eine besondere Bedeutung, weil ich eine Spur hinterlassen habe. Diese Aneignung des öffentlichen Raums äußert sich folgendermaßen: jedesmal, wenn ich an den von mir markierten Stellen vorbei komme, schaue ich ob die Pfeile noch da sind. Durch diese winzige Intervention sind mir diese anonymen Stellen der Stadt zu Orten mit Bedeutung geworden. Diese Aktion hat mir die Einzigartigkeit des städtischen Raumes nahegebracht.

Auch sehr interessant ist die Veränderung, die sich an den Artefakten beobachten lässt: an einem Pfeil fehlt bereits eine Ecke, und es ist anzunehmen, dass die Pfeile irgendwann völlig verschwunden sein werden. Diesen Prozess kann ich als Stadtbewohner beobachten und als

Urheber prägt dies meine Stadterfahrung. Vielleicht hat Streetart dadurch eine Art „stadt-pädagogische“ Funktion. Im Nachhinein war diese Streetart-Erfahrung für mich wichtiger als der technologische Rahmen. Tatsächlich wollte ich ausprobieren, ob die Logik analog-digital hier funktioniert und ob man auf diese Weise einen Informationsraum zu einer Stadt erzeugen kann: die Idee war es, zu jedem Pfeil auch einen Kommentar abzugeben. Meiner Ansicht nach ist die Erfahrung, an bestimmten Orten der Stadt Spuren zu hinterlassen, eine sehr elementare. Auch durch das lokal verortbare mobile computing wird man sich wieder in Beziehung zu seiner realen Umwelt setzen können; mitsamt den Distanzen, verschiedenen Geschwindigkeiten und Reichweiten. So erfolgt eine Aneignung von gebautem Raum - eine Erfahrung, die im letzten Jahrhundert durch Privatisierung und Vergesellschaftung der Bausubstanz für bestimmte soziale Gruppen annähernd verloren gegangen ist.

4.6 Zwischenfazit

Es bleibt festzuhalten, dass die hier untersuchten Projekte auch immer mit unterschiedlichen Menschen zusammenhängen, die wiederum Verbindungen zu anderen Menschen haben - so bringen Aktionen und Ereignisse Menschen unter bestimmten Bedingungen zusammen. Ideen, Ereignisse und Diskussionsprozesse können das Leben und Denken weniger oder vieler Menschen verändern. Es macht einen Unterschied, ob man ein rein virtuelles Projekt macht, das ausschließlich auf das Internet Bezug nimmt, oder ob man das Internet als Werkzeug einsetzt, um im realen Raum Einfluss auszuüben. In der Regel wird es sich um eine Mischform handeln.

Die digitale Kommunikation kann einen Nährboden darstellen, um sich jenseits von redaktionellen Filtern oder städtebaulichen Entwicklungsmaßnahmen wieder stärker mit seiner Umwelt auseinanderzusetzen. Die eigene Erfahrung ist wichtig, vor allem auch im Hinblick auf die Entwicklung einer Medienkompetenz. Es war niemals einfacher als heute, aktiv als Sender und passiv als Empfänger zu fungieren. Im Hinblick auf das aufkommende Medienzeitalter ist die Medienkompetenz eine wichtige Kompetenz. Mit Hilfe der Medien kann man mit Identitäten experimentieren, Projekte initiieren und Ideen schnell skizzieren und umsetzen.

Es steht sicherlich außer Frage, dass die Zusammenkunft von Menschen in der Realität im allgemeinen als befriedigender empfunden wird als das Verfassen eines Textes im Internet, was nicht zuletzt daran liegt, dass in der echten Welt alle Sinne angesprochen werden. Die

Events im echten Leben sind daher auch leichter zu evaluieren als die reinen Netzprojekte. Zwar lassen sich Statistiken und Log-Dateien des Web-Servers auswerten, doch darüber erhält man lediglich Informationen über den Verbreitungsgrad - nicht jedoch über den Wirkungsgrad und im allgemeinen auch wenig Reaktionen und Feedback. Man bekommt keine Antwort auf die Fragen: hat der Besucher einer Website sich nur schnell durchgeklickt oder wurden die Informationen intensiv genutzt und aufgenommen? Hat die Website zur Auseinandersetzung geführt? Wurde ein Interesse angesprochen, oder wollten Bekannte nur mal schauen was in der Zwischenzeit passiert ist? Über eine Webserver-Statistik erhält man Aufschluss über Relevanz, oder genauer die Verlinkung einer Website, nicht jedoch über die Art der Auseinandersetzung. Um dieses herauszufinden, muss man entweder die Medioumwelt analysieren oder wiederum Rückschlüsse und Feedback aus dem realen Leben zurate ziehen. Bei echten Versammlungen im realen Raum dagegen gibt es die Möglichkeit schon nur durch *Beobachtung*, *Gespräch* und *Diskussion* festzustellen, ob es Anregungen gegeben hat oder nicht.

5 Fazit und Ausblick: Netzbasierte Kommunikation als Ergänzung zur Urbanität des 21. Jahrhundert

„Die größte Schwierigkeit im Umgang mit dem Faktor Wissen ergibt sich aus seinem immateriellen Charakter. So bestehen Probleme, überhaupt kausale Zusammenhänge zwischen der geistigen und damit standortungebundenen Tätigkeit des Denkens und der physisch-materiellen Ausstattung von Städten oder Regionen herzustellen.“ *Ilse Helbrecht* [Siebel, 2004, S. 423]

5.1 Das Netz als Werkzeug

Obgleich man sich als Experte der räumlichen Planung eine Antwort auf die Frage wünscht, wie man mit den neuen Kommunikationstechnologien umzugehen hat, betrifft das wichtigste Fazit zunächst den einzelnen Menschen. Es zeigt sich, dass das Internet als hilfreiches Werkzeug zur Kommunikation und Vernetzung eingesetzt werden kann. Dabei reicht die Spannweite von einer Befreiung aus Vereinzelung in der Stadt bis hin zur Gestaltung der Stadt- und Medienöffentlichkeit. An der Schnittstelle zwischen analog und digital spielt der Raum eine wichtige Rolle, wird zum Thema und zum Austragungsort. Der Einzelne fungiert als Sender und über den Inside-Out Effekt [vgl. Kapitel 3.2.1] besteht eine erhöhte Wahrscheinlichkeit, um Gleichgesinnte zu finden. Da das kommunikative Handeln im Internet grundsätzlich der Öffentlichkeit ausgesetzt ist, findet gleichzeitig eine Gestaltung der Medienöffentlichkeit statt, die zudem meist archiviert ist und mehrere Monate, manchmal Jahre, abrufbar bleibt.

Die Internetkommunikation ist fluide und lässt sich graduell abstufen: von Versuch und Irrtum bis hin zu durchorganisierter, professioneller Kommunikation. Das Interessante dabei ist, dass die Weboberfläche keine Unterschiede zwischen den Akteuren macht: ein professionelles Marketing steht gleichberechtigt neben lautem Nachdenken eines Bürgers - nur einen Klick weit entfernt. Die Erfahrung zeigt, dass ein erfolgreiches Webkonzept sich *viral*, also über Mund zu Mund Propaganda, verbreiten kann, wobei eine Suchmaschinenoptimierung ebenfalls Wirkung zeigt. Interessant ist hierbei, dass sich die eingeübten Medienrollen „amateurhaft - professionell“ sehr schnell umkehren können. Es kann innerhalb kürzester Zeit passieren, dass ein „normaler“ Bürger zum Guerilla-Reporter wird und große Aufmerksamkeit erzeugt, während auf der anderen Seite eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit unbedeutend vor sich hindümpelt. Dennoch kann man sagen, dass Weblog-Kommunikation grundsätzlich

in A-, B-, und C-Kategorien geteilt werden kann. A stellt dabei die größte Aufmerksamkeit dar, wobei C nur kleine Peer Groups erreicht. Erfahrungsgemäß besticht die A Kommunikation durch hohe Authentizität und Qualität.

5.2 Relationale Wahrnehmung

Jede Stadt- und Region hat Leitmedien, die eine Sprachrohrfunktion haben. Man denke an regionale Tageszeitungen oder diverse lokale Formate. Jedoch muss man sich daran gewöhnen, dass es die Information aus einigen wenigen Kanälen nicht mehr ausschließlich geben wird. Das geflügelte Wort, dass sich jeder selbst der nächste sei, möchte ich hier positiv entfalten: ich schaue in mein Netzwerk, in meinen Weblog, schaue in meine Kommentare und surfe von dort aus durch das Internet. Die Wahrnehmung der Stadt wird aus lokal verortbarer, urbaner Öffentlichkeit konstatiert. Jedoch wird dieses Angebot mehr und mehr ergänzt durch Weblogs und anderen, neuen Web 2.0 Konzeptionen. Vor Ort sind meine Gedanken vielleicht bei anderen Menschen an anderen Orten. Man kann Gedanken, Fragmente und Fakten in Weblogs lesen, die an anderen Orten entstehen. Der Stadtplan im Kopf, die urbane Landschaft, ist nicht mehr nur Stadtgrundriss, sondern ein komplexes Gefüge aus Interaktionen, Orten, Menschen und Ereignissen. Jeder Mensch hat dabei im Optimalfall ein weit verzweigtes Netzwerk, auf das er zugreifen kann und das sich zum Teil über die ganze Welt erstreckt.

Es dürfte eine Herausforderung für die räumliche Planung sein, die Vielfalt dieser Welt im Kopf auch sinnlich erfahrbar zu machen. Ein ausschließliches Leben im Netz ist aufgrund von mangelnder sinnlicher Wahrnehmung nur sehr unbefriedigend und wird erfahrungsgemäß nur phasenweise auftreten. Allerdings ist das Netz mit dem stetigen Strom von Eindrücken, Bildern, Berichten, Expertenwissen und Reportagen, Unterhaltung und Musik - Dinge, die man mit Urbanität in Verbindung bringen würde - ein starker Konkurrent zum Leben in der Stadt. Die bisher an die Stadt gekoppelten, als „urban“ geltende Attribute und Funktionen sind zum Teil in das Internet abgewandert: Austausch, Handel, Begegnungen mit Bekanntem und Unbekanntem, Freizeit, Unterhaltung und Kultur. Selbstverständlich finden diese nicht nur dort statt, aber vor allem auch dort. Durch die Weitläufigkeit und den globalen Maßstab des Internet hat man in den digitalen Netzen quantitativ immer mehr Zugriff als in der Stadt.

5.3 Städte und Gemeinden netzwerken mit

Interaktion ist ein Grundbegriff der digitalen Kultur. Das Internet und individuelle Netzwerke bilden einen Nährboden für Kommunikation, Begegnung, Austausch und spontan entstehenden

de Kontakte. Das lokale Umfeld muss sich der Konkurrenzsituation zu den Kommunikationsnetzen bewusst werden. Denn erst eine sinnvolle Verknüpfung von analoger und digitaler Welt werden eine lebenswerte, urbane Stadt im 21. Jahrhundert ermöglichen.

Es könnte durchaus im Sinne der Stadtentwicklung sein, möglichst viele lokal-verortbare Weblogs zu haben. Der Stadtforscher Bernd Streich schreibt in seinem „Handbuch der Stadtplanung in der Wissensgesellschaft“:

„Was den Einsatz des Internets für Städte und Kommunen in der Ökonomie der Aufmerksamkeit betrifft, so treffen wir auf ein ziemlich zwiespältiges Meinungsbild, das zwischen den alten Denkkategorien der Geldökonomie und neuem Denken der Aufmerksamkeitsökonomie oszilliert. Zwar werden Internetauftritte allorts für unabdingbar gehalten, doch gleichzeitig wird von Entscheidungsträgern in Kommunen regelmäßig die Frage aufgeworfen, welchen Nutzen denn ein Internetauftritt bringe - wobei unter Nutzen allein oder überwiegend die monetären Vorteile verstanden werden. Solchen Zweifeln und Bedenken muß entgegengehalten werden, daß es in der Ökonomie der Aufmerksamkeit eben nicht entscheidend ist, wieviel Geld in den Wirtschaftskreislauf der jeweiligen Kommune oder Region fließt, sondern wieviel Aufmerksamkeit interessierten Mediennutzern abgerungen werden kann.“ [Streich, 2005, S. 510]

Es soll an dieser Stelle nicht darum gehen, öffentlich-rechtliche Akteure zu Weblogs zu bringen. Der Fokus liegt darauf, dass Städte und Gemeinden den Vorteil dieses bürgernahen Mediums erkennen lernen und unter Umständen zu Fördern beginnen. Denn in lokal verortbaren Stadt-Weblogs entstehen Analysen und Ideen, die ganz im Sinne eine aktiven Bürgerbeteiligung zu werten sind. Ein strategisch gut verteiltes Netzwerk von bloggenden Akteuren in der Stadt könnte sowohl für den Bürger, wie auch für die Städte und Gemeinden eine wichtige Informationsquelle bieten und Nutzungsmuster, Stadtentwicklung und lokale Politik miteinander verzahnen.

Es dürfte für Städte und Gemeinden eine gewinnbringende Strategie sein, in lokal verorteten Netzwerken nach Bedürfnissen Ausschau zu halten. Dabei sollte nicht vergessen werden, auch lokale Akteure zu aktivieren, zu sensibilisieren und zu mobilisieren. Die Bereitstellung von flexibel nutzbaren Flächen und Räumlichkeiten könnte eine sinnvolle Taktik sein, um einen Stadtentwicklungsprozess anzustoßen. Man denke auch an eine moderate Form von

temporären Nutzungen. Das Ziel sollte sein, Impulse zu setzen, immer auch im Hinblick darauf, wo und in welcher Form sich diese Impulse fortsetzen und vermehren lassen.

5.4 Kreislauf städtischer Kreativität

Im Zeitalter der Wissensgesellschaft ist die in den lokalen Akteuren verankerte Kreativität von unschätzbarem Wert. Der Stadtforscher Phil Wood schreibt in einer Untersuchung über den Kreislauf städtischer Kreativität:

“Jede Stadt muss sich grundsätzlich darüber klar werden, dass ihr Schicksal unauflöslich daran gebunden ist, wie gut - oder wie schlecht - sie mit Kreativität umgeht, die in ihren Bürgern angelegt ist. Die Fähigkeit einer Stadt, diese Kreativität wahrzunehmen, anzuerkennen, freizusetzen, zu nähren, nutzbar zu machen, gewinnbringend einzusetzen, aufrecht zu erhalten und schließlich wiederzuverwerten, wird in einem Klima des globalen Wettbewerbs über das Schicksal dieser Stadt entscheiden.” [Wood, 2003]

Eine Konzentration von bestimmten Nutzungsklustern dürfte sehr sinnvoll sein. Die Flächennutzungsplanung sollte der Flexibilität Rechnung tragen, aber auch Konzentrationen vorsehen. Eine Mischung aus solider Flächennutzungsplanung, Projektentwicklung und temporären Nutzungen dürfte auch Areale, die als „Zwischenstadt“ gelten, beleben. Gleichzeitig sollte das Potenzial historisch gewachsener, „kompakter“ städtischen Strukturen der europäischen Stadt ausgeschöpft werden. Dem Aspekt der „Grundunsicherheit“ und überraschenden Wendungen in der Stadtentwicklung, ausgehend von lokalen Akteuren, sollte in der Planung berücksichtigt werden.

5.5 Das Digitale ist ortlos, das Analoge einzigartig

Das Internet übernimmt eine Reihe von „urbanen“ Funktionen: Kommunikation, Information, Arbeit, Austausch, Handel, Freizeit. Es bleibt abzuwarten, inwiefern das Internet diese Funktionen monopolisieren wird. Tatsache ist allerdings, dass diese Funktionen schon jetzt zu einem gewissen Anteil in die Netze gewandert sind und vermutlich auch weiterhin dort verbleiben werden. Städte und Gemeinden müssen sich in diesem Zusammenhang neu positionieren.

Während sich das digitale Netz fortwährend wandelt, bleibt der gebaute Raum im Bestand. Ein Projekt im Digitalen ist genauso schnell wieder eingedampft, wie es aus der Traufe gehoben wurde. Für den gebauten Raum gilt das nicht. Der gebaute Raum ist einzigartig und sollte auch mit entsprechen Respekt behandelt werden. Daher sollte die Stadtentwicklung den Fokus sowohl auf Bereiche der „Zwischenstadt“ legen, aber auch die traditionellen, kompakten Strukturen der europäischen Stadt berücksichtigen: denn dieses sind Orte mit einer meist hochwertigen Qualität an Baustrukturen und öffentlichen Räumen. Da sich die Tendenz des mobile computing weiterhin verstärken wird, ist anzunehmen, dass der gebaute Raum von einer digitalen Schicht überlagert werden könnte. Die Stadtbewohner werden sich in der Umwelt an einer digitalen Oberfläche befinden. Hier findet Fluktuation statt, die das Gebaute nicht zu leisten vermag. Die Architektur und Planung sollte sich deshalb eine Sichtweise aneignen, die zu jedem Zeitpunkt eine höchstmögliche Flexibilität der Nutzung zulässt. Eine Spezialisierung von Raum kann unter Umständen sinnvoll sein, jedoch sollte man immer mögliche Exit-Strategien in der Hinterhand haben, um eine ursprünglich nicht geplante Entwicklung zulassen zu können. Denn zukünftig wird nur der Wandel und der Baubestand von Dauer sein.

Die zukünftigen Schwerpunkte der Stadtentwicklung könnten neben Nutzungsverteilungen auf sinnlichen Qualitäten liegen, die durch die Funktion der Kommunikationsnetze nicht substituiert werden können: Inszenierung, Monumentalität, symbolische architektonische Kommunikation und vor allem auch hochwertige Gestaltung öffentlicher Räume und naturräumliche und landschaftsästhetische Qualitäten. Das Thema „Aufenthaltsqualität“ sollte auf der Agenda weit oben stehen. Orte und Plätze müssen mit Bedeutung aufgeladen werden und entsprechend mit Nutzungen, Funktionen und architektonischen Elementen vorbereitet, durchdrungen und erweitert werden. Die Schaffung von Ereignissen an diesen Orten werden diese Orte in die Medienöffentlichkeit bringen und so einen Diskurs anstoßen oder in das Bewusstsein der Stadtbewohner dringen können. Eine lokale Identität, die vor allem in lokalen Akteuren angelegt ist, sollte dabei Berücksichtigung finden. Die Kreativität der Stadt sollte Priorität gegenüber „Kulturimporten“ haben, denn auf diesem Gebiet kann man mit der Vielfalt der Netze nicht konkurrieren. Eine aktive Auseinandersetzung mit der eigenen Umwelt erhöht das Identifikationspotenzial und das Selbstbewusstsein des Stadtbewohnes.

5.6 Die Freiheit im Internet muss gewährleistet bleiben

Heute lässt sich das Internet als freies Medium im Sinne der Allgemeinheit lesen. Doch im Zeitalter von Globalisierung und Neo-Kapitalismus ist diese Freiheit bedroht. Als Beispiele sehen wir die Zensur des Internets in China oder die Beschränkung der Beweglichkeit von Daten von großen Konzernen mittels Kopierschutztechnologien. Dies zeigt, dass die Freiheit nicht unbedingt gesichert ist.

„Ob das Internet seine Bedeutung als freies Kommunikations-Medium behalten wird, entscheidet sich heute. Die bisherige Freiheit gründet sich, entgegen der verbreiteten Mythen, nicht auf unveränderlichen technischen Gegebenheiten, sondern auf bewussten Entscheidungen der Internet-Pioniere.“ [Espenschied, 2001]

Trotz Beschwörung der Freiheit auch und gerade durch das Web 2.0 gibt es Hinweise darauf, dass das System des Internets kannibalisiert wird. Google ist dabei, die globalen Informationsressourcen zu monopolisieren, wobei unklar ist, in welche Richtung sich diese Machtposition entwickeln wird. Selbstverständlich ist mit der Architektur des World Wide Web grundsätzlich eine Alternative zu Monopolen möglich, aber Unklarheit herrscht auch hier über die Implementierung von Zukunftstechnologien.

„Welchen Weg eine Gesellschaft nehmen wird, hängt sicherlich nicht vom Code selbst ab, sondern von der Fähigkeit jeder einzelnen Gesellschaft und ihrer Institutionen, den Code durchzusetzen, ihm zu widerstehen und ihn zu verändern. Im Morgenrot des 21. Jahrhunderts gibt es in der Welt des Internet ein beunruhigendes Zusammentreffen: durchgängige libertäre Theorie als Allgemeingut und gleichzeitig zunehmend auf Kontrolle abzielende Praxis.“ [Castells, 2005, S.197]

Auch Tim Burners Lee, der Erfinder des Internet, schreibt in seinem Weblog:

„When I invented the Web, I didn't have to ask anyone's permission. Now, hundreds of millions of people are using it freely. I am worried that that is going end in the USA.“ [Weblog Tim Burners Lee]

Dragan Espenschied und Alvar Freude führten 2001 ein Experiment an der Merz Akademie Stuttgart durch. Sie manipulierten unbemerkt den Internetverkehr an der Akademie: Websites die am häufigsten von der Hochschule aus betrachtet wurden haben sie verändert. Die Schlussfolgerung aus ihrem Experiment:

„Es gelang uns mit einer nicht sonderlich ausgereiften Software, die Web-Zugriffe von ungefähr 200 Studenten zu kontrollieren. Mit effektiverer Software, besserer Hardware-Ausstattung wäre die Kontrolle über größere Netzwerke problemlos möglich. (...) [Wir wollen] verdeutlichen, dass das Internet aus Software besteht, und diese ist keinesfalls gottgegeben und unveränderlich: Wer die entsprechenden Möglichkeiten hat - darunter der Gesetzesgeber, Softwarekonzerne und Netz-Betreiber - kann die Funktionsweise des Netzes an eigene Interessen anpassen.“
[Espenschied, 2001]

Aus Sicht der digitalen Urbanität, im Sinne der Allgemeinheit als Ergänzung zu gebauten urbanen Räumen, muss die Freiheit im Internet gewährleistet bleiben. Neben dem Erhalt des Status Quo sollte man diese Grundsätze vor allem auch auf die mobile Kommunikation erweitern. Inwiefern der Gesetzgeber hierfür in die Verantwortung genommen werden sollte, bleibt zukünftig zu untersuchen.

6 Zusammenfassung

Gegenwärtig befindet sich die Stadt im Wandel: die Struktur der kompakten europäischen Stadt wird an Stadtrandgebieten durch neu entstandene heterogene Baustrukturen ergänzt. Diese „Zwischenstadt“ ist meist auf die Stadtregion und globalen Wettbewerb ausgerichtet. Gleichzeitig wandelt sich das Leben der Menschen durch technologischen Fortschritt: Kommunikationstechnologien greifen stark in das Leben des Einzelnen ein und verändern die Wahrnehmung. Durch allgegenwärtige Kommunikation, in Verbindung mit individueller Mobilität und veränderter Wahrnehmung, wird ein Wandel im Verständnis von *Urbanität* notwendig sein. Die kompakte Stadt verliert das Monopol an als *urban* geltenden Attributen. Viele städtische Funktionen sind zum Teil in die Kommunikationsnetze abgewandert: Austausch, Handel, Freizeit, Arbeit und Information.

Die politisch-demokratische Dimension der Urbanität benötigt Öffentlichkeit, um umgesetzt zu werden. Dabei lässt sich zwischen einer *urbanen Öffentlichkeit* und einer *Medienöffentlichkeit* unterscheiden. Die urbane Öffentlichkeit kann charakterisiert werden durch lokale Verortung und grundsätzliche Zugänglichkeit. Die Medienöffentlichkeit dagegen durch Distribution und redaktionelle Filter. Das Internet mit seinen Wurzeln in einer allgemeinen Zugänglichkeit und in freiheitlichem Austausch stellt in diesem Kontext eine Art „Zwischenöffentlichkeit“ her, an der idealtypisch jeder Bürger partizipieren kann. Die Nutzung von Internettechnologien, vor allem in Hinblick auf das *Web 2.0*, ermöglicht es jedem Stadtbürger, jenseits von redaktionellen Filtern über die Internetöffentlichkeit selbst eine Medienöffentlichkeit zu gestalten. Eine so erzeugte, lokal verortbare Medienöffentlichkeit weist dabei Bezugspunkte zum Regionaljournalismus auf und tritt als neue Form eines bürgernahen Regionaljournalismus zu Tage.

Über das Internet lassen sich leicht Kontakte zu Gleichgesinnten herstellen. Auf diese Art und Weise entstehen Netzwerke, die ohne computerbasierte Kommunikation nicht entstehen könnten. Diese Netzwerke prägen die Wahrnehmung des Einzelnen und beziehen sich nicht nur auf regionale, sondern auch auf überregionale Kontakte, mit denen man vor allem über Kommunikationsmedien in Verbindung bleibt. So wandelt sich die Wahrnehmung der Stadt - das Internet wird zu einer Ergänzung der lokalen Umgebung. Vereinzelt führen diese Netzwerke auch zu unmittelbaren Wirkungen auf den realen Raum, sei es durch Treffen im öffentlichen oder halb-öffentlichen Raum, einzelnen Initiativen, *FlashMobs* oder *SmartMobs*.

Aktuelle Entwicklungen des mobile computing werden die Wahrnehmung der Stadt weiter verändern.

Die Kommunikation über das Internet erhöht einerseits die Lebensqualität, weil man schnell einen Austausch mit Gleichgesinnten finden kann. Gleichzeitig aber wird die Lebensqualität auch vermindert, weil man bei der technisch vermittelten Kommunikation die meisten Sinne außen vor lässt. Auch ein Treffen im realen Raum benötigt bei räumlicher Entfernung einen erhöhten Mobilitätsaufwand, der sich in der Regel nicht spontan umsetzen lässt.

Die kulturelle und quantitative Vielfalt des Internet steht in Konkurrenz zur Realität der gebauten Stadt. Die urbane Stadt des 21. Jahrhunderts muss sich in diesem Kontext neu positionieren. Sie muss die Defizite der Internetkommunikation ausgleichen: der Verlust sinnlicher Wahrnehmung sollte durch die Gestaltung räumlicher Qualitäten kompensiert werden und so ein reizvolles Angebot als Gegensatz zur Internetkommunikation schaffen. Gleichzeitig sollte die Stadt die Zirkulation von Ideen, Haltungen und Meinungen der Stadtbürger im Internet als Chance im Sinne einer aktiven Bürgerbeteiligung wahrnehmen. Die von den Stadtbewohnern erzeugten Beiträge von lokal verortbaren Orten und Ereignissen sind meist durchdrungen von Ideen und Anregungen, die für die Stadtentwicklung bedeutsam sein könnten. Die Förderung und Aktivierung von lokalen Akteuren und eine flexible Nutzung von Flächen und Räumlichkeiten schafft Möglichkeiten, um „spontane“ Standortentwicklungsprozesse zu ermöglichen. Die in den Bürgern angelegte Kreativität ist ein großes Potenzial, das Impulse setzen kann. Ziel der Stadtentwicklung sollte sein, diese Impulse freizusetzen und umzusetzen, immer auch im Hinblick darauf, wie und in welcher Form sich diese Impulse fortsetzen und vermehren lassen.

7 Anhang

7.1 Interview mit Steffen Büffel über Weblogs und Regionalzeitung

Steffen Büffel ist als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Dozent an der Universität Trier tätig. Seine Forschungsinteressen liegen in Netzwerkkommunikation, Weblogs, Wikis und Social Software, Online-Journalismus und Netzwerk-Journalismus, Netzkultur und Virtual Communities, qualitative Rezeptionsforschung, e-Learning und innovative Lehr-/Lernformen, Usability von interaktiven Medien

Beschreibe doch mal kurz das Projekt „Trierischer Volksfreund“.

Der Trierische Volksfreund (TV) ist am 31. Oktober 2005 mit seinem Weblog-Projekt gestartet. Das Konzept sieht eine aus meiner Sicht intelligente und sehr weitgehende interaktive Öffnung in Richtung eines Dialogs mit den Lesern vor. Integriert im klassischen Onlineangebot des TV sind derzeit insgesamt 15 Blogs von Redakteuren, so genannte Autorenblogs, und parallel dazu eine Blog-Community von momentan ca. 300 Leser-Blogs. Das heisst, der TV lässt nicht nur seine Redakteure bloggen, sondern bietet interessierten Lesern die Möglichkeit ein eigens Weblog auf der Weblog-Plattform kostenlos zu eröffnen. Strategien der crossmedialen Verzahnung zwischen der Printausgabe und den Weblogs gibt es auf unterschiedlichen Ebenen: 1. Redakteure verlängern ihre Printberichterstattung in Form zusätzlicher Postings in ihren Autorenblogs. 2. Redakteure schreiben in ihren Blogs über lokalrelevante Themen, Leser mischen sich ein, geben Hinweise und kommentieren. Die interessantesten Kommentare und Meinungen werden vom Redakteur aus seinem Blog zusammengestellt und in Form eines Printbeitrags für die gedruckte Ausgabe aufbereitet. 3. Ein Redakteur beobachtet die Weblogs der Leser, betreibt sozusagen Themen- und Meinungsmonitoring. Ergeben sich Debatten, die auch für die Leser der gedruckten Ausgabe relevant und interessant sind, werden die unterschiedlichen Perspektiven gesammelt und redaktionell aufbereitet. Neben dieser Form der Integration von „Leser-Content“ bietet der TV noch ein Blattkritik-Blog an, in dem Leser zu ausgewählten Beiträgen ihre Meinungen und Kommentare posten können. Damit die crossmediale Verzahnung auch funktioniert, müssen sich die Journalisten neue Kompetenzen erarbeiten. Sie sind nicht mehr nur der kompetente Berichterstatter, sondern Themenmanager, Community-Manager und Moderator.

Wer hat den „Trierischer Volksfreund“ initiiert?

Den Trierischen Volksfreund gibt es seit 1875. Nach dem Krieg wurde er nach seiner Abschaltung wieder neu herausgegeben, von Verleger Nikolaus Koch. Inzwischen gehört der Trierische Volksfreund zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck, eine der größten deutschen Zeitungsverlage. Das Weblog-Projekt wurde im Jahr 2005 gestartet. Verantwortlich ist Alexander Houben, Chef vom Dienst.

Wie läuft der Entstehungsprozess der Zeitung ab?

Sorry, aber das kann ich nicht in 2 Sätzen beantworten. Aber was ich sagen kann ist, dass der TV inzwischen seine Redaktionsstruktur umgestellt hat. Während früher in klassischen Ressorts gearbeitet wurde und es eine Print- und eine Onlineredaktion gab, ist diese Trennung jetzt aufgehoben und man arbeitet in der so genannten News-Desk-Organisationsform. Dort sitzen die verantwortlichen Redakteure und behalten das aktuelle Tages- und Nachrichtengeschehen im Auge, entscheiden welche Inhalte vorab in der Onlineausgabe, welche z.B. via SMS oder MMS verbreitet werden und wie letztendlich die Printberichterstattung aussehen wird. Man ist so wesentlich flexibler, kann Themen intelligenter und aktueller behandeln.

Gibt es implizite oder explizite Aufrufe, Artikel einzureichen, oder arbeitet die Redaktion „pro-aktiv“ mit der Blogosphäre?

Letzteres ist der Fall. Wobei es durchaus auch Aufrufe gibt, sich in den Blogs per Kommentar oder einem eigenen Blog zu beteiligen. Entscheidend ist, dass die bloggenden Redakteure in der eigenen Blog-Community in den Leser-Blogs mitkommentieren und somit Diskussionen anregen und moderieren. Gleichzeitig zeigt dies den Lesern, dass sie wahrgenommen werden, was wiederum motivierend wirkt. Inzwischen gab es auch schon 3 Bloggertreffen an dem bloggende Leser und Redakteure teilgenommen haben.

Gibt es Erfahrungen, wo Blogger in Zusammenhang mit dem Trierischen Volksfreund Impulse setzen konnten?

Ein Beispiel: Ein Redakteur berichtete in seinem Blog über die Parkplatzprobleme in seinem Wohnviertel. Daraufhin meldeten sich bloggende Leser, die ebenfalls in dem Stadtteil wohnen

und ergänzten die Aussagen des Lokalredakteurs. Daraus hat dieser eine Spezialseite für die Printausgabe gebaut. Inzwischen kümmert sich der Ortsbeirat und eine Zukunftskonferenz mit der Problematik.

Wie wird der Trierische Volksfreund von den Stadtbewohnern aufgenommen? Gibt es regionalspezifische Besonderheiten?

Der TV ist Monopolist. Es gibt keine weitere Tageszeitung in der Region, was aber typisch ist für die meisten Regionen in Deutschland ist. Der Slogan des TV lautet: "Der Volksfreund - er gehört zum Leben". Auch wenn die Leser ihrer Zeitung in der Regel sehr kritisch gegenüber eingestellt sind, gehört er in der Tat zu ihrem Leben. Seit sich auch in den ländlichen Regionen die Folgen zunehmender Mobilität bemerkbar machen, ist vor allem die spezifische Regionalisierung der Zeitungsinhalte schwierig geworden. Der Volksfreund hat ein sehr großes Verbreitungsgebiet und bedient diese mit zahlreichen Regionalausgaben. Durch die geografische Mobilität der Bevölkerung entsteht das Problem, dass z.B. jemand in Bitburg wohnt, dort also die Bitburger Lokalausgabe bezieht, aber zum Beispiel in Saarburg arbeitet, in seiner Bitburger Ausgabe aber in der Regel nicht sehr viel über Saarburg erfährt. Durch eine Neustrukturierung der Regionalausgaben versucht man dieses Problem derzeit zu lösen. Online sind allerdings die PDF-Versionen aller Regionalausgaben abrufbar, allerdings nur für Abonennten.

Wo ist die Zukunft von Weblogs, gedruckter Zeitung und dem Regionaljournalismus?

In Zukunft werden Weblogs ein Bestandteil voll integrierter Community-Plattformen sein. Gerade die regionalen Medienhäuser müssen auf mehr Interaktivität setzen. Regionaljournalismus war schon immer Bürgerjournalismus, nur muss der Bürger mehr Beteiligungsmöglichkeiten bekommen. Der Aufbau und die Pflege einer funktionierenden Online-Community ist vor allem deswegen wichtig, weil die jungen Leute keine gedruckte Zeitung mehr lesen und in den seltesten Fällen ein Abo haben. Alles wird zunehmend online abgewickelt. Also muss die Zeitung um zukunftsfähig zu bleiben dort hin, wo die interessanten Kunden sind - und das ist nunmal im Web. Um Geld zu verdienen, wird man sich natürlich intelligente Geschäftsmodelle einfallen lassen müssen. Bis dahin sollte man aber die inhaltlichen Potentiale nutzen, die sich durch user-generated Content für die Verbesserung der Qualität der Printausgabe ergeben.

7.2 Fragebogen - Digitale Kultur in Kaiserslautern

1. Weißt Du was „The Great Escape“ ist?

(ja) (ungefähr) (nein)

2. Die Veranstaltungsreihe „The Great Escape“ gibt es jetzt seit über einem halben Jahr. Was hat sich dadurch für Dich verändert?

(viele) (weiß nicht) (nichts)

-

3. Bist Du der Meinung, dass die Veranstaltungsreihe „The Great Escape“ einen Einfluss auf die Stadtkultur Kaiserslauterns hat?

(ja) (weiß nicht) (nein)

4. Erfährst Du Neuigkeiten über digitale Kultur in Kaiserslautern durch „The Great Escape“?

(ja) (nein)

5. Kennst Du den Weblog „Digitalcouch“?

(ja) (nein)

6. Wie benutzt Du den Weblog „Digitalcouch“? (Mehrfachnennungen möglich)

(gar nicht)

(lese ich manchmal)

(lese ich regelmäßig)

(als Informationsquelle)

(als Diskussionsforum)

(als Partizipationsmöglichkeit)

(Veranstaltungstipps)

(kommentiere nie)

(kommentiere selten)

(kommentiere regelmäßig)

7. Hat die „Digitalcouch“ Deiner Meinung nach bisher einen Einfluss auf die Stadtkultur Kaiserslauterns gehabt?

(ja) (ein wenig) (nein)

8. Animiert Dich der Weblog „Digitalcouch“ oder „The Great Escape“ auch selbst aktiv zu werden und die Stadt mitzugestalten?

(ja) (weiß nicht) (nein)

9. Was gefällt Dir an dem Weblog „Digitalcouch“ oder „The Great Escape“ überhaupt nicht?

10. Würdest Du es begrüßen, wenn es noch weitere Kulturinitiativen in Kaiserslautern gäbe?

(ja) (egal) (nein)

11. Sollte es noch mehr Weblogs in Kaiserslautern geben?

(ja) (egal) (nein)

12. Blogst Du auch?

(ja) (nein)

Zur Person

Alter

Geschlecht

(männlich)

(weiblich)

Beruf

Vielen Dank für Unterstützung der Wissenschaft.

7.3 Fallbeispiel Diskurs über Kulturkritik im Weblog Digitalcouch

Die Artikel und die Diskussion als Ergänzung zu Kapitel 4.3.1: Kulturkritik an einem Club in Kaiserslautern. Zum Personenschutz wurden hier die Namen der betroffenen Akteure verändert. Die Diskussion in den Kommentaren wurde von allen Beteiligten unter Pseudonymen geführt und bleiben daher unverändert.

Zu der Kritik des Club Cola muss man allerdings noch eines hinzufügen: der Donnerstag (also die Lounge) war sehr schlecht besucht - es gab Abende, an denen nur zwei bis vier Personen anwesend waren. Wir sind an entsprechenden Donnerstagen bewußt in großen Gruppen (Männer und Frauen, 8 - 20 Leute) in die Lounge gekommen, um auch unseren Willen zu demonstrieren: wir mögen es hier, wir können viele Leute mitbringen, wir wollen die Lounge. Die Blogaktivitäten liefen also gewissermaßen parallel und haben lediglich die kritische Seite reflektiert.

Eintrag: Ufftaa Ufftaa Tätärää im Club Cola, 28. Januar 2006

28. Januar im Club Cola. Karaoke Night in dem Laden mit dem unwiderstehlichen Pfälzer Charme. Trotz freiem Eintritt musste ich mich an den finsternen Türstehen vorbeischieben, doch der Club Cola war gut gefüllt. Die Menschen schienen kontaktfreudig, die Musik annehmbar, aber auf den Beamer mal wieder volle Enttäuschung: lediglich Beamer Eigenwerbung statt spannender Visuals. Den Karaokepart haben wir dann verpasst, denn versprochen um 22.00 sind wir schon um 22.30 gegangen. Wir sind so ungeduldig und warten nicht gerne. 3 von 10 möglichen Punkten.

Sehr positiv aufgefallen ist an diesem Abend jedoch das Barbala. Die Musik war ausnehmend exzellent: an keinem Track konnte die überkritische Digitalcouch heute etwas aussetzen. Die Jugend fühlte sich wohl, wurde schnell, freundlich und sachgerecht bedient. 10 von 10 möglichen Punkten.

Kommentare:

1. Jo, könnten wir den nächsten Besuch vielleicht als Exkursion der "Great Escape" planen? Dann gibts nämlich auch einen Seminarschein!

Comment by Der Kabsi — January 30, 2006

2. Club Cola? So wie es aussieht ist mir eher nach einem Warm-Up im Barbala und einem leckeren Frühstück auf dem Stiftzplatz.

Comment by mw — January 30, 2006

3. Gell, da war doch noch was. . .

Comment by Der Kabsi — January 31, 2006

Eintrag: Club Cola Lounge im Aufwind?, 9. Februar 2006

Club Cola, Donnerstag den 9 Februar 2006

Die Kinderkrankheiten sind ausgemerzt, der Donnerstag im Club Cola fühlt sich zumindest mal nach richtiger Lounge an. Entspannte mediterrane Stimmung mit gediegenem, durchmischtem Publikum. So lässt man sich den Rotwein schmecken. Cocktails gibt es dort Donnerstags für 3,50 EUR. Für meinen Geschmack könnte die Musik etwas lauter sein, aber Geschmäcker sind bekanntlich verschieden.

Kommentare:

1. OK, jetzt probieren wir das zu Hause:

Zuerst schalten wir unseren Lieblingsstream ein. Ich empfehle <http://www.di.fm/mp3/lounge.pls> oder <http://www.di.fm/mp3/ambient.pls>

Dann auf den Fatboy (<http://www.fatboy.nl/>) lümmeln, die Augen schließen und der Musik lauschen. Nicht bewegen. Merkt ihr, wie es warm wird und die totale Entspannung eintritt?

Comment by Der Kabsi — February 12, 2006

Eintrag: Club Cola meets JUZ, 17. Februar 2006

Das ist nicht euer Ernst - lautet die Parole. Lounge, hallo? Statt dessen echte Pornos (DSF) auf den Beamern. Ja, Pornos. Titten und Möschen. In echt.

Der echten Bedienung (weiblich) schien der Pornodreck nicht zu störend. Pornos anstatt Nachschub. Hey? Traurig. Wir trauern gemeinsam um die Club Cola-Lounge. Denn so jung kommen wir nicht mehr zusammen. . . *sniff*

Wir sind geschlossen aufgetreten und haben die Party zu unserer Party gemacht. Im originalen JUZ-Style. Jeder darf mal an das DJ-Pult. Besondern fein ist das nicht, sondern eher schwach. Arme House-Sounds und zu grelles Licht. Der Club Cola scheint echt nicht zum ausgehen geeignet zu sein (unter der Woche).

Aber das ist ja der Standart.

PS: Ein großes Dankeschön für den Rucksack! Ihr wisst schon warum.

Kommentare:

1. Was du wolle?

Vielleicht sollte der Autor den Artikel noch einmal durchlesen und überarbeiten. So ist er zu wirr und erreicht nicht den üblichen Digitalcouch-Standard.

Comment by Der Kabsi — February 17, 2006

2. Ja, habe ein paar Details geändert. Sorry, aber die Emotionen mussten raus.

Comment by mw — February 17, 2006

3. Also ich kann das jetzt gar nicht nachvollziehen. Meiner Meinung nach ist der Club Cola eine der wenigen Locations in KL, die mal anständige Musik spielen. Okay, gestern war quasi nix los und wir waren irgendwann die einzigen Gäste, daher wohl auch diese ungewöhnlichen Ausnahmen wie "jeder mal an das DJ-Pult".

Ich kann mich auch erinnern, dass einige Gäste (also jemand von uns) sich beschwerten, als von den DSF Sexy Clips weggeschaltet wurde.

Auch "Arme House-Sounds und zu grelles Licht" kann ich beim besten Willen nicht verstehen, die Musik war zwar nicht mein Stil, aber gut (Lounge halt), und dunkel war es auch.

Ich finde, diese Kritik ist ziemlich unfair und trägt nicht gerade dazu bei, dass

sich hier in Lautern mal was zum Besseren wendet. Vielleicht war der Inhalt und die Form dieses Eintrags auch durch die Uhrzeit und den eventuellen Alkohol bedingt.

Wenn ich die Zeit hätte, würde ich dort jede Woche hingehen, denn hier stimmt mal fast alles: faire Eintrittspreise auch bei Special Guests, chillige Atmosphäre und gute, elektronische Musik.

Sowas sucht man hier in KL ansonsten vergeblich!

Comment by Der Flo — February 17, 2006

4. Schön, in den Kommentaren auch mal Gegenpositionen zu lesen.

Comment by mw — February 17, 2006

5. Und ja, es stimmt. Wir hatten gestern unseren Spass. Den hätten wir aber genausogut zuhause Haben können. TV an, und jeder darf mal an das DJ Pult. Fairerweise sollte man erwähnen, dass es sogar eine Freirunde vom Club Cola gab, denn wir hatte etas zu feiern und waren auch zahlrecich vertreten. Nein, nett sind die vom Club Cola schon, nur halt. . . Wozu machen die eine Lounge, wenn das Ambiente wie in einem Wirtshaus ist? *Comment by mw — February 17, 2006*

6. Also Wirtshaus war des jetzt wirklich nicht, aber das ist wohl für jeden subjektive Wahrnehmung. Am besten wäre es wohl, wenn du da mal ins Club Cola gehst, wenn kein „Lounge“ ist. „Plattenteller“ fand ich bisher das beste von den Events, die ich da miterlebt habe.

Dann fällt deine Kritik hoffentlich auch positiver aus *g*. Ich jedenfalls würde mir wünschen, dass der Club Cola beliebter wird, damit er nicht dem Untergang geweiht ist.

Comment by Der Flo — February 17, 2006

7. Ja, Hallo Flo. Genau darum geht es ja. Der Donnerstag könnte so schön sein. Aber da werden einfach handwerkliche Fehler begangen. Auch gestern wieder. DJ Burger war dieses mal sogar nichtmal anwesend. Einfach schade drum. Da verpufft soviel Potenzial.

Sollte vielleicht wirklich mal am Wochenende vorbeischauen, obwohl ich Technoevents nicht so sehr mag.

Comment by mw — February 17, 2006

8. Jaja, die Welt ist nicht schwarz und nicht weiss. Die Leute vom Club Cola waren auf jeder Fall nett, haben uns eine Runde ausgegeben und einen Rucksack bis ins Gusto hinterhergetragen, das ist schön und auch nicht selbstverständlich :-)

Aber klar isses dann doch mehr Zick-Zack-Style, wenn man über Fussball und Dummandy-Werbung am Ende in der DSF-Tittenshow endet. Da muss man als Gastgeber auch evtl. Wünsche aus dem Volk ignorieren, wenn man dauerhaft ein Lounge-Event installieren will.

Mein Fazit: Verdammt ihn nicht, den Club Cola! Lass uns die Welt und den Club Cola schöner machen :-)

Comment by pavel — February 17, 2006

9. Chacun à son goût sagt der Franzose in diesem Fall. Also jeder so wie er es mag, in dieser Welt leben wir. Für mich: 8 comments auf ein Blogposting, das riecht nach Auseinandersetzung, also sehr gut! Kabsi mahnt die 1.Version an, mw korrigiert, etc. So war es gedacht, mehr davon auf der digitalcouch! Zum Thema: Der Club Cola hat Topequipment und reizt dieses -für meinen Geschmack- nicht optimal aus, MEINE Meinung. Es ist eine Frage des Anspruchs an Qualität, nicht des Personals, die Leute sind korrekt (s.Rucksackaktion). Allerdings dachte ich es gibt beim Anspruch gewisse Limits nach unten und Lounge ist Lounge. Die Couch scheut es nicht (siehe das Posting "aufklärung rockt!") provokante Themen hart, ironisch, etc. zu vertreten, aber wenn ich mit Leuten, die ich mag und 2 Frauen, die ich gerne näher kennengelernt hätte, mit derart visuellem Schrott (Kicker versus StripperInnen) zugestrahlt werde, dann geht es mir wie mw, ich bin einfach stocksauer auf die Club Cola Macher!

Reaktionen gerne hier, in der Rheinpfalz, bei der nächsten GreatEscape, was auch immer: REDEN! MEHR REDEN! ... und nicht einfach abkonsumieren ...

Comment by Stephan — February 17, 2006

10. Jo!

Ich sitz eh am liebsten mit dem Rücken zu den Videoprojektionen, sonst lenken die mich so ab (schlimm ist das im Cafe Exxtra, da hängt an jeder Wand ein Display). :-)

Letzter Donnerstag war Club Cola, diesen Donnerstag Club Cola. Ist das jetzt ein regelmäßiger Treff, dann werde ich mich nächste Woche auch mal dorthin aufmachen, einen günstigen Cocktail zu schlürfen. . . mir machts nix aus, wenn es dort nicht gerammelt voll ist, im Gegenteil!

Comment by Der Kabsi — February 17, 2006

11. Möchte nur eins sagen: Hätte ich gewußt, daß der Rucksack so einer charakterlosen Person gehört, hät ich ihn lieber. . . !!! Wie meine Oma so schön zu sagen pflegt: UNDANK ist der Menschen LOHN. . . und ich würde sowieso alles ANDERS und BESSER machen,gelle!?! PS: Rucksackmann-man sieht sich immer zweimal im Leben!!!!!!!!!!!!!!!

Zum Thema DJ Burger: Ich entschuldige mich in aller höchster Form, daß Burger die UNVERSCHÄMTHEIT besitzt, seine hauptberufliche Tätigkeit als Architekt wahr bzw. ernst zu nehmen und deshalb MANHCHMAL nicht kann!!!!SORRRY!!! Trotz allem: großes LOB und dicker RESPEKT an Flo, daß er Charakter besitzt und ehrlich sagt, wie es mit den PORNOS etc. wirklich war!! DANKE Flo!!!

Comment by Der Lautrer — February 18, 2006

12. Anmerkung am Rande: Würde zuerst mein Deutsch in Wort und Schrift nochmals üben, bevor ich irgendwelche Kommentare ins Nezt setzen würde. . . !!!Der Flo ausgenommen!!!!

Comment by Der Lautrer — February 18, 2006

13. Letzter Einwurf zum Thema Rucksackmann: Möchte mich für die Form meines Kommentares bei Dir entschuldigen, kam unter Umständen eventuell etwas aggressiv rüber. . . Sorry!! Jedoch finde ich Deine Äußerungen sehr unverschämt bis introvertiert!!! In welchem anderen Laden hättest Du Deinen Rucksack bis an den Arsch gebracht bekommen, ohne das irgendetwas daraus entnommen worden wäre!!!

Comment by Der Lautrer — February 18, 2006

14. Ich glaube, hier sollte man mal das „Berufliche“ von „Privaten“ trennen. Wir kritisieren das Konzept der Lounge. Die Belegschaft ist ohne Frage unheimlich nett, gut aufgelegt und wir kommen auch gerne wieder.

Comment by mw — February 18, 2006

15. Mein Fazit: In der Regel ist es immer besser, wenn man emotionale Postings/Kommentare nochmal eine halbe Stunde liegen lässt, bevor man sie rausgibt. Das gilt für mw, das gilt mindestens genauso für den Lautrer. Dem Lautrer sei ausserdem folgendes gesagt: Der Rucksackmann ist unser völlig harmloser Franzose, der mit dieser Kontroverse rein gar nix zu tun hat :-)

Ach ja... ausserdem: Schwarz und Weiss, wie schon gesagt. Also ruhig Blut :-)

Comment by pavel — February 20, 2006

16. Ich würde ich mw einfach mal empfehlen es besser zu machen. Wenn er ein besseres Konzept für eine „wahre“ Lounge hat, dann soll er sie doch (z.B in KL) eröffnen und reich werden. Ich werde zur Eröffnung kommen und mir die „wahre“ Lounge ansehen. Und noch was kleines zum Stichwort Toleranz: Wenn für mich eine Lounge ein Toilette mit Fenster ist, dann ist das für mich die „wahre“ Lounge. Wem das nicht gefällt, Pech gehabt.

Surftipp: [http://de.wikipedia.org/wiki/Lounge_\(Bar\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Lounge_(Bar))

Zu besagtem Abend: Ich fand ihn gut!

Comment by heimwege — February 20, 2006

17. ... hier ist wohl die weisheit der welt zu erlangen!!!

Comment by someone else — February 20, 2006

18. ... übrigens ging es um russ meyer filme!!! unter pornos verstehe ich etwas anderes. oder seit ihr so konservativ?

Comment by someone else — February 20, 2006

19. @heimwege. okay, was müssen wir noch alles selbst machen in dieser schönen stadt? und dass es geht, dass es klappt, das die leute kommen etc haben wir mit „the great escape“ unter beweis gestellt. schön grß noch martin

Comment by mw — February 20, 2006

20. korrektur! es ging sogar nur um sexy sport clips auf DSF, die die leute (die menschen mit dem rucksack) doch selbst schauen wollten. euer begehren ist deswegen ja absolut lachhaft. undank ist der welten lohn!!!!

Comment by someone else — February 20, 2006

21. @mw

... was ist bitte „the great escape“?????? ich bin hier geboren und lebe seit fast 30 jahren in dieser wunderschönen stadt und hab davon noch nix gehört. war das eine 1tagesdiscoclubloungambientblabla?

Comment by someone else — February 20, 2006

22. Ja, leider konnte ich „the great escape“ noch nicht beiwohnen, will ich aber unbedingt noch nachholen. Ich hab bislang wirklich nur gutes darüber gehört. Kompliment. Aber ich finde man kann diese beiden Dinge nicht wirklich vergleichen, da eines komplett ohne finanzielle Risiken ist (Great escape), wohingegen das Andere unter einem gewissen kommerziellen Erfolgsdruck steht um existieren zu können.

Comment by heimwege — February 20, 2006

23. @someone_else: Was ist denn bitte das angesprochene Begehren? Bitte um Aufklärung. Vielleicht war das Posting ja überzogen und im Grundton zu negativ, aber Kritik kann man trotzdem mal hinnehmen und drüber nachdenken, statt ständig nur von Undank zu reden.

PS: Die DSF-Clips sind stockkonservativ wie ein miefigerSchulmädchenreport aus den 70ern. Russ Meyer ist dagegen sowas ähnliches wie Kult.

Comment by pavel — February 20, 2006

24. ...euer begehren ist stunk machen zu wollen. diese fucking clips wolltet übrigens ihr selbst sehen, da ihr die einzigen wart, die noch im club cola waren(laut info). zu viel kritik sehe ich auch als undank. motzen kann man(n) immer, etwas selbst machen wohl eher nicht. fuck peace !!!

Comment by someone else — February 20, 2006

25. Okay. Es reicht. Wir wollten konstruktiv sein, und jetzt beschimpft man sich nur gegenseitig. So war es nicht gedacht. Die Kommentare sind geschlossen.

Wir hatten auch gutes zu Vermelden gehabt. Siehe hier: „Club Cola im Aufwind?“ Das hier ist ein Weblog, wir posten unsere subjektiven Reviews. Wir wollen niemanden „fertig machen“.

Comment by mw — February 20, 2006

Eintrag: Stellungnahme zum Club Cola, 20. Februar 2006

Hallo liebe Club Cola Macher.

Ich (Martin) möchte hier mal im Namen der Digitalcouch eine kleine Stellungnahme schreiben. Es mag sein, dass es im letzten Posting etwas provokant zugegangen ist und es möglicherweise sogar einige Ungereimtheiten auf unserer Seite gab. Wir prüfen das noch nach. An dieser Stelle schreibe ich auch eine Entschuldigung. Vielleicht haben wir (insbesondere Ich) mich das ein oder andere Mal im Ton vergriffen, aber es hat doch zu einer interessanten Diskussion geführt?

Warum der Club Cola? Soweit mir bekannt ist, läuft das Wochenende im Club Cola ziemlich gut. Und das ist auch gut so! Events wie „Plattenteller“ scheinen ja auch wirklich Leute zu ziehen. Wir jedoch von der Couch (Universitätsumfeld) gehen nicht so gerne zu Technoevents am Wochenende. Daher erscheint uns der Donnerstag als der perfekte Tag für uns, zumal dort Lounge auf dem Flyer steht. Wie wir wissen, läuft die Lounge nicht so besonders gut. Was wir bemängelt ha-

ben war, dass dort - nach unserer Ansicht - einige handwerkliche Fehler gemacht wurden (gar keine großen). Wir denken der Donnerstag könnte, wenn man diese handwerklichen Fehler korrigieren würde, durchaus zu einem guten Ausgehtag für Universitätsangehörige werden. Ich habe mich auch mit DJ Burger mal kurz Unterhalten und mit einem der Club Cola Macher. Hier in diesem Weblog sind unter „Info“ die Bilder von den Machern. Ihr könnt uns auch ruhig mal persönlich ansprechen.

Unsere Kritik war, nochmals zusammengefasst:

1. DJ (der auf dem Flyer steht!!) war anwesend, aber stand nur an der Theke statt am DJ Pult.
2. Die Videobeamer wurden nur unadequat eingesetzt (TV Programm)
3. Der DJ (der auf dem Flyer steht!!) war nicht anwesend auch kein Ersatz.

So, und das war es auch schon. Wir würden euch gerne unterstützen, aber angesichts der kürzlich auf diesem Weblog geführten Diskussion steht das erstmal außer Frage.

Kommentare:

1. Aber hallo: „Unterstützung“ ist das Stichwort!

Die Couchlinge haben sich doch über leichte „handwerklichen Fehler“ beschwert, insbesondere die schlechten Visuals.

Also ich fände es toll, wenn die kreativen Köpfe der Couch anstatt Gemaule konstruktive Kritik durch Partizipation anbringen würden.

Ich freu mich schon auf einen Lounge-Donnerstag, wo wir eine audiovisuelle Cola-Couch-Coproduktion erfahren und erleben können. Nur ein Traum...?

Comment by Der Kabsi — February 20, 2006

2. Der Link mit Bildmaterial zum Thema hat mir noch gefehlt:

<http://www.flickr.com/photos/leobard/sets/72057594065830729/>

Comment by Der Kabsi — February 20, 2006

3. ach, und völlig neberm thema, aber sicher was für Euch, falls ihr diese methode noch nicht kennt, um städte wie z.B. lautern noch(!) schöner werden zu lassen:

Comment by Matze — February 20, 2006

4. <http://www.instructables.com/ex/i/7DBB34EAEDFF1028A1FC001143E7E506/?ALLSTEPS>

Comment by Matze — February 20, 2006

5. Naaaa, des is' zu Low-Fi. :-) Die Leds müssen schon gepulst betrieben werden. Erhöht erheblich die Batterielaufzeit!

Comment by Der Kabsi — February 20, 2006

6. Die LED-Throughies finde ich eigentlich sehr witzig... :)

Comment by mw — February 21, 2006

7. Sehr witzig! Ich schätze mal, wenn du in D. anfängst mit Lithium-Batterien um dich zu werfen wirst du wg. Umweltverschmutzung verhaftet.

Comment by Der Kabsi — February 21, 2006

8. ...vergleicht mal kritikpunkt 1 und 3 !!! fällt da was auf ? war er nun da oder nicht, der DJ? für jemanden der zufällig auf eure seite kommt, der aber auch schon im club cola essen war, hört sich das hier sehr geschwollen und neunmalklug an. ausserdem kann man jawohl nicht ne karaoke-party mit nem großen event vergleichen. egal.

Comment by elizabeth II. — February 26, 2006

8 Literaturverzeichnis

Verweise auf Websites waren am Tag der Abgabe dieser Arbeit erreichbar. Wenn zusätzlich ein Datum angegeben ist, bezieht sich dieses Datum auf den Tag der Veröffentlichung im Internet.

8.1 Quellen und Literatur

Aesche, Jens; Dimmer, Christian; Mythos öffentlicher Raum - wie öffentlich muss der Stadt-
raum der Zukunft noch sein?, Diplomarbeit an der Universität Kaiserslautern 2001

Ackermann, Paul; Das Bürgerhandbuch - Basisinformation und 66 Tipps zum Tun, Wo-
chenschauverlag, Schwalbach 2004

Becker, Konrad (Hrsg.); Die Politik der Infosphäre, Bundeszentrale für politische Bildung,
Bonn 2002

Bollmann, Stefan (Hrsg.); Kursbuch Neue Medien, Bollmann Verlag, Mannheim 1996

Castells, Manuel; Die Internet-Galaxie, VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 2005

Grassmuck, Volker; Freie Software - zwischen Privat und Gemeinderecht, Bundeszen-
trale für politische Bildung, Bonn 2002

Hauben, Michael; Hauben Rhonda - Netizens: On the History and Impact of Usenet and the
Internet, Wiley-IEEE Computer Society Press, 1997, online unter <http://www.columbia.edu/~hauben/netbook/>

Helbrecht, Ilse; Denkraum Stadt, in: Siebel 2004, S. 422 - 432

Herlyn, Ulfert; Zum Bedeutungswandel der öffentlichen Sphäre - Anmerkungen zur Ur-
banitätstheorie von H.P. Bahrtdt, in: Siebel 2004, S. 121 - 130

Kösch, Sascha; Das Ende des Telefons, Aktikel Zeitschrift De:Bug 103, DeBug Verlag, Berlin 2006

Lem, Stanislaw; Die Megabit-Bombe - Essays zum Hyperspace, Heise Verlag, Hannover 1999

Liebmann, Heike; Robischon, Tobias (Hrsg.); Städtische Kreativität – Potenzial für den Stadtumbau, IRS-Schader Stiftung 2003

Lovink, Geert; Dark Fiber - Auf den Spuren einer kritischen Internetkultur, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2003

McLuhan, Marshall; Der McLuhan Reader, Bollmann Verlag, Mannheim, 1997

Maar, Christa; Rötzer, Florian (Hrsg.); Virtual Cities - Die Neuerfindung der Stadt im Zeitalter der globalen Vernetzung, Birkhäuser, Basel 1997

Mertens, Mathias; Kaffeekochen für Millionen - die spektakulärsten Ereignisse im World Wide Web, Campus, Frankfurt am Main 2006

Mitchell, William; City of Bits - Space, Place, and the Infobahn, MIT press, ISBN 0-262-63176-8, 1995; *online Version erhältlich unter: http://mitpress2.mit.edu/e-books/City_of_Bits/*

Rheingold, Howard; Smart Mobs - The next social Revolution, Basic Books, 2002

Rifkin, Jeremy; Access - Das Verschwinden des Eigentums, Campus, Frankfurt am Main 2000

Röttgers, Janko; Mix, Burn R.I.P. - Das Ende der Musikindustrie, Heise, Hannover 2003

Rötzer, Florian; Die Telepolis - Urbanität im digitalen Zeitalter, Bollmann, Mannheim 1995

Sauberzweig, Dieter; Kultur und Urbanität, Archiv für Kommunalwissenschaften, 1. Halbjahresband, 25. Jahrgang, Kohlhammer, Stuttgart 1986

Schabert, Tilo (Hrsg.); Die Welt der Stadt, Piper, München 1991

Schmidt, Jan; Weblogs - Eine kommunikationssoziologische Studie, UVK Verlag, Konstanz 2006

Schreiber, Mathias; Die Stadt als Medium in: Schabert 1991, S.145 - 165

Schulzki-Haddouti, Christiane (Hrsg.); Bürgerrechte im Netz, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2003

Sennett, Richard; Civitas - Die Großstadt und die Kultur des Unterschieds, S.Fischer, Frankfurt am Main 1991

Siebel, Walter; Was macht eine Stadt urban? - Zur Stadtkultur und Stadtentwicklung, Oldenburger Universitätsreden Nr. 61, BIS Oldenburg, 1994

Siebel, Walter (Hrsg.); Die europäische Stadt, Suhrkamp, Frankfurt am Main 2004

Sieverts, Thomas; Zwischenstadt - zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land, Vieweg, Bauwelt Fundamente 118, Braunschweig 1997

Sieverts, Thomas; Koch, Michael; et al. (Hrsg.); Zwischenstadt - Inzwischen Stadt? Entdecken, Begreifen, Verändern, Verlag Müller und Busmann, Wuppertal 2005

Streich, Bernd; Stadtplanung in der Wissensgesellschaft - Ein Handbuch, VS Verlag, Wiesbaden, 2005

Turkle, Sherry; Leben im Netz - Identität in Zeiten des Internet, Rohwolt, Hamburg 1998

Picot, Arnold; Fischer, Tim (Hrsg.); Weblogs professionell, DPunkt Verlag, Heidelberg 2005, Spreeblick und der Jamba-Vorfall:

http://www.dpunkt.de/leseproben/3-89864-375-1/Kapitel_15.pdf

Palm, Gödart; Cyber, Medien, Wirklichkeit, Heise Verlag, Hannover 2004

Liebmann, Heike; Robischon, Tobias (Hrsg.); Städtische Kreativität, IRS, Schader Stiftung 2003

Flusser, Vliem; Medienkultur, Fischer Verlag, Frankfurt 1999

Wahjudi, Claudia; Metroloops - Berliner Kulturentwürfe, Ullstein Berlin 1999

Wood, Phil; Der Kreislauf urbaner Kreativität, in: Liebmann 2003,
online unter: http://www.volgacoe.ru/Cycle_of_Creativity.pdf

Wüst, Thomas; Urbanität - Ein Mythos und sein Potenzial, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2004

8.2 Websites

Blogplan, Räumliche Verortung von Blogs in Deutschlands größten Städten, <http://blogplan.de>

Bullentin Board Archiv, <http://archives.thebbs.org>

Citynetwork, Blogs, die über ihre Stadt schreiben, <http://citynetwork.node3000.de>

KM4042, Kommunikations- und Präsentationsplattform für Streetart und Interviews, <http://www.km4042.de>

Phlow, Magazin für Musik- und Netzkultur, <http://www.phlow.net>

Raumlabor Berlin, Gruppe für Architektur und Städtebau. <http://www.raumlabor-berlin.de>

Stadtwiki Karlsruhe, Wiki der Stadt Karlsruhe, <http://ka.stadtwiki.net/Hauptseite>

Yellowarrow, Websites des internationalen Streetartprojekts Yellowarrow, <http://yellowarrow.net>

8.3 Weblogs

020200, <http://node3000.de/020200>; Analog - Digital Design. Weblog des Verfassers, das parallel zur Vorbereitung und Erarbeitung dieser Arbeit geführt wurde.

Angerman2, <http://angermann2.com>; Local-Awareness, GIS, Space and Media

Boxhagenerplatz, <http://www.boxhagenerplatz.de>; Website und Newsportal des Boxhagener Platz, Berlin - Friedrichshain

Liebe-deine-Stadt, <http://www.liebe-deine-stadt.de/>; Netzmagazin für bewußtes Siedeln

Living in WoW, <http://www.gamersliving.com/wowblog/>; Weblog über das Leben in dem Onlinespiel World of Warcraft

MediaOcean, <http://www.mediaocean.de>; Weblog über Netzwerk- und Weblog-Kommunikation

MD, <http://www.gonium.net/md>; Weblog von Mathias Dalheimer

Rollberg, <http://www.rollberg.de/>; Weblog über einen Neuköllner Kiez, Berlin

Readers-Edition, <http://www.readers-edition.de/>; Projekt Bürgernaher Journalismus der Netzzeitung

Schockwellenreiter, <http://schockwellenreiter.de/>; A-Blogger aus Berlin - Neukölln

Spreeblick, <http://spreeblick.com/>; A-Blogger aus Deutschland

Tim Burners Lee, <http://dig.csail.mit.edu/breadcrumbs/blog/4>; Weblog von Tim Burners Lee

Viertelblog, <http://viertelblog.de/>; Weblog über das Nauwieser Viertel in Saarbrücken

8.4 Artikel auf Websites

Espenschied, Dragan; Freude, Alvan C.H. - insert_coin, Verborgene Mechanismen und Machtstrukturen im freisten Medium von allen, http://odem.org/insert_coin/, 16. Oktober 2001

Granovetter, Marc - **The Strength of Weak Ties**, American Journal of Sociology, Volume 78, Issue 6, May 1973
<http://www.stanford.edu/dept/soc/people/faculty/granovetter/documents/TheStrengthofWeakTies.pdf>

Heidegger, Gerald - **'Bloggen' im 18. Jahrhundert**,
<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/15/15601/1.html>, 15. September 2003

Holz, Patrick - **Was ist Web 2.0?**, Deutsche Darstellung von Artikel O'Reilly 2005,
http://twozero.uni-koeln.de/content/e14/index_ger.html, 2. Mai 2006

Kantel, Jörg - **Liebesbrief an Neukölln**, <http://www.zeit.de/online/2006/14/Neukoelln>, 6. April 2006

Lovink, Geert - **Textarchiv 1997 bis heute**, <http://laudanum.net/geert/> 1997 - 2006

Lovink, Geert - **Digitale Nihilisten**, Lettre International, Heft 73,
http://www.lettre.de/aktuell/73_Lovink.html 2006

O'Reilly, Tim - **What is Web 2.0, Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**, <http://www.oreilly.de/artikel/web20.html>, 30. September 2005

Raymons, Eric - **Die Kathedrale und der Basar**, <http://gnuwin.epfl.ch/articles/de/Kathedrale/>
deutsche Übersetzung vom 8. August 1999

Rötzer, Florian - Flanieren in den Datennetzen, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/2/2029/1.html>,
01. Januar 1996

Schmidt, Jan - „Wie ich blogge?!“- eine Online-Befragung, Artikel über eine empirische Studie zu Weblogs, <http://www.politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/blogger/jschmidtBlogger-Studie060214.shtml>, 15. Februar 2006

Schroer, Markus - Urbanität im Netz, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/4/4686/1.html>,
15. Januar 2001

Sixtus, Mario - Wenn dir plötzlich Hunderte applaudieren, Artikel über FlashMobs und SmartMobs, ursprünglich erschienen in Spiegel Online, http://www.sixtus.net/article/45.0.2.0_C/,
28. Juli 2003

8.5 Podcast

CeBIT06-FutureTalk Podiumsdiskussion, März 2006,

<http://www.dfki.de/cebit2006/futureparc/mp3/podiumsdiskussion.mp3>; Blogs, PR und Massenmedien;

<http://www.hardbloggingscientists.de/diskurs/cebit-future-talk-haeusler-cords-keuchel-baumann/>

Christoph Neuberger, Partizipation statt Redaktion? Neue Formate der Vermittlung öffentlicher Kommunikation im Internet, Vortrag Weblogs, Podcasting & Videojournalismus, ZKM, Karlsruhe, 23.9.2005, download: http://www.zkm.de/muw/media/mp3/neuberger_diskus.mp3

Philip Rosedale and Cory Ondrejka, Glimpse Inside a Metaverse: The Virtual World of Second Life, Google TechTalks March 1, 2006, download und stream unter:

<http://video.google.com/videoplay?docid=-5182759758975402950>

8.6 Konferenzen

Clash of Realites, Köln 2006, Computerspiele und Soziale Wirklichkeit, 22.-24. März 2006;
http://www.f01.fh-koeln.de/Kalender/2006/01/f01_msg_00388.html;

media-space 05, Stuttgart 2005, Medien im Raum / Raum in Medien 20.-23. Oktober 2005; <http://www.media-space.org>;

Weblogs, Podcasting & Videojournalismus, ZKM, Karlsruhe 2005, Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen, 23.-24. September 2005;
<http://www.zkm.de/muw/tagung.html>;

8.7 Vorträge

Dirk Höschen, World of Warcraft - in jedem steckt ein Held, Vortrag Clash of Realites Köln, 23.3.2006

Christoph Neuberger, Partizipation statt Redaktion? Neue Formate der Vermittlung öffentlicher Kommunikation im Internet, Vortrag Weblogs, Podcasting & Videojournalismus, ZKM, Karlsruhe, 23.9.2005, Infos: <http://www.zkm.de/muw/tagung.html>

Klaus Wiegerling, Identität und Scheinidentität im Internet und beim Ubiquitous Computing, Vortrag auf der media-space 05 Stuttgart, 21. Oktober 2005

8.8 Web 2.0 Services

Blogger, Blog-Anbieter, <http://blogger.com>

Dailymotion, Videosharing-Community, <http://dailymotion.com>

del.icio.us, Social Bookmark Community, <http://del.icio.us/>

Flickr, Fotosharing-Community, <http://flickr.com>

Last.fm, Social Music Community, <http://last.fm/>

Wikipedia, Freie Enzyklopädie, <http://wikipedia.de>

WordPress, Blog-System, <http://wordpress.org>

YouTube, Videosharing-Community, <http://youtube.com>