



# Co-Working-Spaces als Treffpunkte – Impulse für die Quartiersentwicklung? Das Beispiel Heidelberg

Anna Growe<sup>1</sup> · Sebastian Henn<sup>2</sup> · Christine Scheffer<sup>3</sup>

Online publiziert: 2. Juni 2020  
© Der/die Autor(en) 2020

## Zusammenfassung

Co-Working-Spaces fungieren mittlerweile in vielen Städten als neue Arbeitsorte für Wissens- und Kreativarbeit. Dieser Beitrag setzt sich am Beispiel Heidelberg mit möglichen Wechselwirkungen von Co-Working-Spaces und dem Quartier auseinander und unterscheidet dazu zwei Typen von Co-Working-Spaces: Solche, die durch Offenheit und Zugänglichkeit als Third Spaces und somit als Treffpunkt im Quartier wirken, sowie jene, die sich – einer High-Investment-Logik folgend – primär an den geschlossenen NutzerInnenkreis der Co-Working-Spaces selbst richten und somit keine Treffpunktfunktion für das Quartier haben. Aus Sicht der Quartiersentwicklung können beide Typen die lokale Ökonomie stärken, da sie neue Angebote für die Wissens- und Kreativarbeit bereitstellen und ihre NutzerInnen zusätzliche Nachfrage im Quartier generieren. Co-Working-Spaces, die als Third Spaces fungieren, können darüber hinaus Anknüpfungspunkte für die Quartiersentwicklung bieten, da ihre BetreiberInnen ein gesteigertes Interesse an einem engen Austausch mit der lokalen Ökonomie und an der Entwicklung ihrer unmittelbaren Umgebung haben.

**Schlüsselwörter** Lokale Ökonomie · Wissensökonomie · Kultur- und Kreativwirtschaft · Stadtentwicklung · Austausch

## Abstract

In many cities, co-working spaces serve as new workplaces for knowledge-based and creative activities. Using the example of Heidelberg, this article deals with possible interactions between co-working spaces and their surrounding neighbourhoods and distinguishes two types of co-working spaces: those spaces that, because of their openness and accessibility, act as third spaces and thus as meeting points in the neighbourhood, as well as those that, following a high investment logic, primarily aim at serving closed user groups of the spaces and do not act as meeting points for their neighbourhoods. From a neighbourhood development perspective, both types have the potential to strengthen the local economy as they provide new services for knowledge and creative work and generate additional demand for their users in the neighbourhood. Co-working spaces that serve as third spaces can offer additional points of contact for neighbourhood development, as their providers have an enhanced interest in a close exchange with the local economy and in the development of their immediate environment.

**Keywords** Local economy · Knowledge economy · Cultural and creative economy · Urban development · Exchange

---

Jun.-Prof. Dr. Anna Growe  
anna.growe@uni-heidelberg.de

✉ Prof. Dr. Sebastian Henn  
sebastian.henn@uni-jena.de

Christine Scheffer, B.Sc.  
c.scheffer@stud.uni-heidelberg.de

<sup>1</sup> Institut für Geographie, Universität Heidelberg, Berliner Str. 48, 69120 Heidelberg, Deutschland

<sup>2</sup> Institut für Geographie, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Löbdergraben 32, 07743 Jena, Deutschland

<sup>3</sup> Humboldtstraße 21, 69120 Heidelberg, Deutschland

## Einleitung

Sowohl in der Stadtforschung als auch in der Stadtentwicklungspraxis hat in den letzten Jahren die Auseinandersetzung mit sog. lokalen Ökonomien an Bedeutung gewonnen (Henn und Behling 2019). Der Begriff der lokalen Ökonomie wird dabei sehr uneinheitlich verwendet. Basierend auf einem jüngeren Begriffsverständnis sind mit lokaler Ökonomie „alle Waren und Dienstleistungen produzierenden und Wohlfahrt schaffenden Aktivitäten“ (Rommelspacher 1997, S. 11) angesprochen, „die in einem abgrenzbaren Teil einer Stadt überwiegend lokale Bedarfe decken oder dort einen relevanten Teil ihrer Arbeitskräfte rekrutieren“ (ebd.). Diesem Ansatz folgend zählen nach Henn und Behling (2019) Unternehmen dann zur lokalen Ökonomie, wenn sie (a) in einem Stadtteil sozial verankert sind und (b) auf Basis ökonomischer Prinzipien handeln. Auch wenn lokale Ökonomien nach diesem Verständnis prinzipiell in unterschiedlich strukturierten Stadtteilen angetroffen werden können, richtet sich der Fokus der Stadtforschung und der Stadtentwicklungspraxis bislang recht einseitig auf benachteiligte Quartiere bzw. Stadtteile mit besonderem Entwicklungsbedarf. Eine Folge davon ist, dass Untersuchungen zur lokalen Ökonomie bislang überwiegend Unternehmen betrachten, die durch sehr spezifische Merkmale und Problemlagen gekennzeichnet sind. Hierzu zählen u. a. eine sehr geringe wirtschaftliche Leistungskraft, eine Konzentration auf Einzelhandel und Gaststätten sowie die besondere Rolle der Inhaberpersönlichkeiten, welche die Unternehmen vielfach aus Mangel an Alternativen gründen und demzufolge häufig nicht über ausreichende Erfahrung in der Unternehmensführung verfügen (Henn und Behling 2019).

Im Folgenden zeigen wir, dass lokale Ökonomien auch solchen Quartieren wichtige Impulse bieten können, die nicht als benachteiligt anzusehen sind. Darüber hinaus vertreten wir die Ansicht, dass auch von Unternehmen, die nicht dem Einzelhandel bzw. der Gastronomie zuzurechnen sind, wichtige Entwicklungsimpulse auf die Entwicklung von Quartieren ausgehen können. Wir verdeutlichen unsere Überlegungen am Beispiel der Analyse von Co-Working-Spaces in Heidelberg als Beispiel für eine Stadt, die sich aktiv mit der Unterstützung von wissensintensiven Tätigkeiten befasst (Growe und Freytag 2019). Konkret vermuten wir, dass Co-Working-Spaces als neuartigen Elementen der lokalen Ökonomie insofern eine wichtige Rolle bei der Quartiersentwicklung zufällt, als sie spezifische Foren bieten, die dem Austausch von Ideen und Wissen zwischen Unternehmen einerseits und der Nachfrage nach im Quartier erzeugten Produkten und Diensten andererseits dienen können.

## Co-Working-Spaces als Treffpunkte

Selbstständige und Freischaffende in der Wissens- und Kreativökonomie sind bei der Wahl ihres Arbeitsorts deutlich flexibler als die meisten Angestellten. Für sie besteht zudem die Herausforderung – auch ohne eigene permanente Büroarbeitsorte – Face-to-Face-Interaktionen mit KundInnen oder ProjektpartnerInnen zur Vertrauensbildung oder für den Wissensaustausch eingehen zu müssen (Growe 2019b). Auf ihrer Seite besteht daher häufig der Wunsch, Arbeitsorte nutzen zu können, die einerseits ein temporäres Arbeiten gestatten, andererseits geschäftliche Treffen außerhalb der eigenen Wohnung sowie außerhalb öffentlich zugänglicher Umgebungen (z. B. Cafés) ermöglichen (Growe 2019a; Merkel 2015). Dieser Nachfrage kann über die Inanspruchnahme von Co-Working oder Co-Making-Spaces entsprochen werden (Merkel 2019; Spinuzzi 2012).

Co-Working-Spaces, als offene Bürolandschaften konzipiert, werden primär von solchen Personen in Anspruch genommen, die für ihre Arbeit typischerweise nicht viel mehr benötigen als einen Computer mit Internetzugang (Merkel 2015). Je nach Bedarf können sie zudem auch auf (3D-)Drucker, Konferenzräume oder von der offenen Bürolandschaft abgetrennte Büroräume zurückgreifen (Capdevila 2015; Merkel 2019; Schmidt 2019). Einige Co-Working-Spaces verfügen zudem über offen zugängliche Bereiche wie Cafés, in denen ebenfalls gearbeitet werden kann. Co-Working-Spaces regen nicht nur eine inspirierende Arbeitsatmosphäre an (Grazian 2019). Vielmehr wirken sich ihre professionelle Gestaltung sowie die mögliche Vernetzung mit anderen SpezialistInnen aus der Wissensarbeit positiv auf die beruflichen Netzwerke der NutzerInnen aus (Capdevila 2015; Merkel 2019; Spinuzzi et al. 2019) und stärken darüber die Identifikation mit der eigenen Arbeit (Gandini 2015).

Von ihnen gehen zudem auch Effekte auf Dritte aus. So hilft die räumliche Integration von Arbeit, Wohnen und Freizeit, Verkehr und damit verbundene Emissionen zu vermeiden. Co-Working-Spaces können zudem eine Änderung der Images von Straßenzügen oder Quartieren bedingen und zu einer symbolischen Aufwertung von Quartieren führen. Darüber hinaus können sie als Anziehungspunkt fungieren und weitere AkteurInnen in das Quartier ziehen, beispielsweise durch die Bereitstellung von Infrastrukturen, die es in der Stadt bislang nicht oder nur selten gab. Auch können andere AkteurInnen, die bereits im Quartier ansässig sind, die Angebote der Co-Working-Spaces, so z. B. Besprechungs- und Tagungsräume oder Arbeitscafés, in Anspruch nehmen, was Austauschprozesse innerhalb des Quartiers induzieren bzw. stärken kann. Co-Working-Spaces können vor diesem Hintergrund als willkommene „soft infrastructures“ verstanden werden, die (Sub-)Zentren mit Leben füllen (Jamal 2018).

**Tab. 1** Co-Working-Spaces in Heidelberg. (Quelle: Eigene Erhebung)

Name	Größe (m <sup>2</sup> ; Arbeitsplätze)	Kosten in Euro (Arbeitsplatz pro Tag; Arbeitsplatz pro Monat)	Typ	Einschätzung
Action House	100; 20	5; k. A.	A	Räumliche Nutzung flexibel und an aktuelle NutzerInnen angepasst Einrichtung von NutzerInnen selbst konzipiert und gestaltet Starker persönlicher Austausch untereinander mit familiärer Atmosphäre
Fensterplatz	75; 10	15; 120	A	Zwischennutzungslocation, Pop-up-Co-Working-Space Räumlichkeiten ohne festes Designkonzept, selbst gestaltet und von aktuellen NutzerInnen beeinflusst Offener Treffpunkt mit stark familiärem Charakter
Coworking im Dezer-nat 16	240; 36	11; 170	B (mit Nähe zu A)	Zwischennutzungslocation Einrichtung unkompliziert (funktional, familiär) und an NutzerInnen angepasst Austausch mit weiteren Kultur- und Kreativwirtschaftsakteuren aus dem Dezer-nat 16 sowie mit der Stadtbevölkerung erfolgt im Café Leitstelle im Dezer-nat 16
CoMaking Space	262; 10–20	k. A.; 25	A	Bietet technische Hardware und Know-how, damit NutzerInnen eigene Projekte umsetzen können Räumlichkeiten in hohem Maße werkstattorientiert Treffpunkt für Technikinteressierte mit hoher Vertrauensbasis
breidenbach studios	350; 12	k. A.; 100	A	Vermietet Ateliers und Proberäume Räumlichkeiten können selbst gestaltet werden Öffentlichkeit hat Zugang durch einen Galerieraum für Ausstellungen und Events
DAI Makerspace	160; 10–40	0; 0	A	Einrichtung gemeinwohlorientiert, Möglichkeit zur Verwirklichung eigener Projekte und zur Pflege des Austauschs mit Gemeinschaft Qualität und Robustheit bei Inanspruchnahme gemeinschaftlicher Räume im Vordergrund; alles soll selbsterklärend und einfach zu handhaben sein
B_Fabrik	500; 50	25; 199	B (mit Nähe zu A)	Co-Working-Arbeitsplätze für EinzelnutzerInnen und Bereitstellung von Räumen für Co-Working-Arbeitsplätze für Unternehmen Hohe Investition in modernes Design mit Bezug zur Thematik „Nachhaltigkeit“, gewerblicher Look (Bezug zum Genius Loci) Förderung interaktiven Arbeitens Fokus auf Nutzung von lokalen Produkten aus der Nachbarschaft (beispielsweise Kaffee)
ZGC Innohub	420; 40	k. A.; 320	B	Vorrangig Arbeitsplätze, mit Möglichkeit zur Kommunikation untereinander Hohe Investitionen in hochwertige Einrichtung und Design
Design Offices	4000; 350	29; 290	B	Corporate-Co-Working-Anbieter mit deutschlandweitem Standortnetz Meistens Neubauten in designstarkem Fabrikstyle mit moderner Arbeitsplatzinfrastruktur Orientierung an größeren Unternehmen und damit Bezug zur Wirtschaftsregion

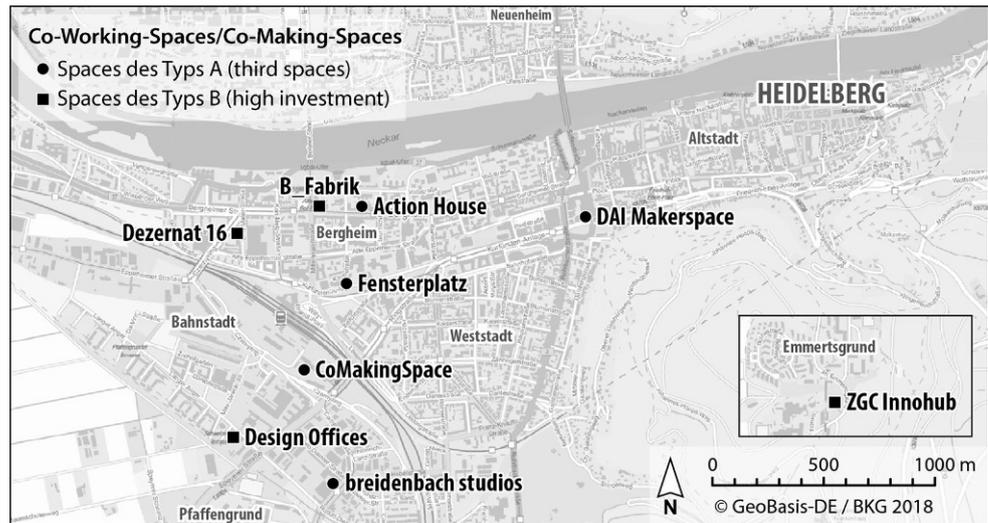
## Typisierung von Co-Working-Spaces

Auf der Grundlage von teilstandardisierten Interviews mit den BetreiberInnen aller neun im Jahr 2019 in Heidelberg vorhandenen Co-Working-Spaces (Tab. 1; Abb. 1), von Ortsbegehungen sowie von einem teilstandardisierten Interview mit der Leitung der Stabsstelle für Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Heidelberg wird im Folgenden eine Unterscheidung von Co-Working-Spaces hinsichtlich ihrer Funktion als Treffpunkt im Quartier in zwei Typen vorgeschlagen.

- Co-Working-Spaces vom Typ A (*Third Space*) basieren auf intensiven sozialen Kontakten zwischen ihrer Lei-

tung und den NutzerInnen. Eigeninitiative, ein starker Gemeinschaftsgedanke und die Hilfsbereitschaft unter den NutzerInnen sind wesentliche Kennzeichen. Die BetreiberInnen der Co-Working-Spaces handeln zwar auf Basis ökonomischer Prinzipien, allerdings steht bei ihnen nicht die Gewinnorientierung im Vordergrund, sondern vor allem die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen, Entscheidungen zu treffen, Geschäftsmodelle zu entwerfen und über Kombinationen von Ressourcen neue Lösungen zu erarbeiten. In der Konsequenz entstehen recht bunte und teilweise chaotisch wirkende Co-Working-Spaces (Abb. 2). Die materielle Gestaltung der Räume ist dabei nicht willkürlich, sondern transportiert deren Anspruch, Offenheit und Kreativität zu fördern

**Abb. 1** Lage der Co-Working-Spaces und Co-Making-Spaces in Heidelberg (2018/2019). (Entwurf: Anna Growe, Kartografie Volker Schniepp)



**Abb. 2** Ausstellung lokal erstellter Produkte (Schmuck, Kunst, Kosmetika) in einem Co-Working-Space vom Typ A. (Foto: C. Scheffer)

(Wagner und Growe 2020). Die Gestaltung dieser Co-Working-Spaces unterstützt auch die Idee, einen Ort zu schaffen, der weder Arbeits- noch Wohnort ist: einen sogenannten Dritten Ort (Third Space) (Brown 2017). Der Gemeinschaftsgedanke und die grundsätzliche Offenheit dieser Einrichtungen äußern sich auch in einem (im Vergleich zu Typ B) deutlich stärkeren Bezug auf das umgebende Quartier, beispielsweise in Form von öffentlich zugänglichen Cafés. Auch benachbarte KleinunternehmerInnen können von den Co-Working-Spaces profitieren: So fragen die Co-WorkerInnen beispielsweise Backwaren aus benachbarten Bäckereien nach; auch werden SchreinerInnen oder SchneiderInnen für die Anfertigung der Ausstattung herangezogen. Vielfach können auch benachbarte KleinunternehmerInnen in den Co-Working-Spaces Produkte ausstellen. Anzutreffen sind Typ-A-Co-Working-Spaces in Heidelberg in

eher von Gentrifizierung betroffenen, innenstadtnahen Stadtvierteln.

- Co-Working-Spaces vom Typ B (*High Investment*) sind charakterisiert durch kapitalintensive Investitionen. Ihre BetreiberInnen agieren typischerweise explizit gewinnorientiert, was besonders deutlich wird, wenn kommerzielle AnbieterInnen eine vergleichbare Start-up-Atmosphäre an Co-Working-Spaces in verschiedenen Städten zu generieren suchen. Das Angebot eines flexibel nutzbaren, aber auch verlässlichen Arbeitsorts mit einer modernen räumlichen und technischen Ausstattung steht im Vordergrund. Der Co-Working-Space wird primär als ein Arbeitsort verstanden, auch wenn seine innenarchitektonische Gestaltung eine klare Abgrenzung von traditionellen Büroarbeitsplätzen bewirkt (Grazian 2019). Ein klares Anliegen der BetreiberInnen ist das Schaffen von Austauschmöglichkeiten innerhalb des Co-Working-Spaces, beispielsweise im Rahmen von Veranstaltungen und Events. Die Cafés dieser Co-Working-Spaces und Vernetzungsveranstaltungen sind der Öffentlichkeit typischerweise nicht zugänglich. Wenngleich die NutzerInnen des Co-Working-Spaces auch einzelne Produkte (z. B. Backwaren) und Leistungen aus der unmittelbaren Quartiersumgebung nachfragen mögen, impliziert letzterer Aspekt doch auch eine recht klare Trennung des betreffenden Co-Working-Space und seiner NutzerInnen vom umgebenden Stadtteil. Typ-B-Co-Working-Spaces sind beispielsweise in Immobilien zu finden, die überregional vermarktet werden und damit typischerweise in solchen Stadtvierteln lokalisiert, in denen konventionelle Büroflächen zur Verfügung stehen.

Die hier vorgeschlagene Unterscheidung von Co-Working-Spaces darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass es auch Co-Working-Spaces gibt, die sich nicht ohne Weiteres

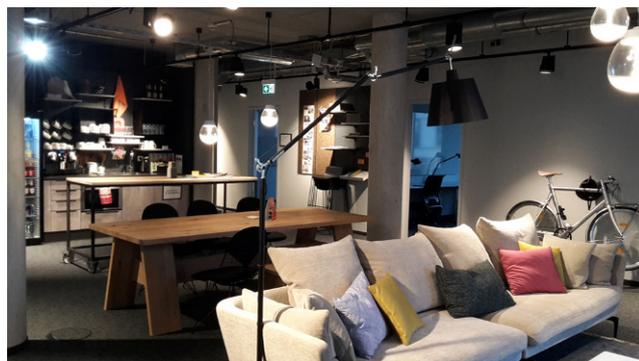


**Abb. 3** Erdgeschosslage und Schaufenster erhöhen die Zugänglichkeit und Einsichtigkeit des Treffpunkts „Fensterplatz“. (Foto: C. Scheffer)

einem der beiden Typen zuordnen lassen. Hierbei handelt es sich primär um solche Co-Working-Spaces, die angesichts der Bereitstellung von Arbeitsplätzen mit einer gewinnorientierten Perspektive grundsätzlich als Typ B (*High Investment*) zu klassifizieren wären, die aber aufgrund des starken lokalen Bezugs der BetreiberInnen zugleich die Typ A kennzeichnende starke lokale Einbettung erkennen lassen.

Die Tabelle zeigt, dass es große Unterschiede in den Kosten, insbesondere für die monatliche Nutzung eines Arbeitsplatzes, gibt. Die Höhe dieser Kosten einerseits sowie der von den BetreiberInnen in unterschiedlichem Maße hergestellte Bezug zum Quartier andererseits ermöglichen die Zuordnung zu den Typen A und B. Im Folgenden wird jeweils ein Beispiel der beiden Typen näher beschrieben.

Der Co-Working-Space „Fensterplatz“ (kurz: Fensterplatz; Abb. 3) ist ein Beispiel für Typ A. Seine Räumlichkeiten wurden als klassisches Zwischennutzungsprojekt von einem Leerstand zu einem Co-Working-Space umgewandelt. Der Fensterplatz zeichnet sich durch einen intensiven Austausch der Co-WorkerInnen untereinander aus. Von der Leitung des Co-Working-Space wird den Co-WorkerInnen schnell ein relativ großes Vertrauen entgegengebracht. Die damit einhergehende familiäre Arbeitsatmosphäre spiegelt sich in der Einrichtung wider, die sich gestalterisch an den Anforderungen der jeweils aktuellen NutzerInnen orientiert. Der Co-Working-Space wird von der Eigeninitiative sowie dem Engagement der Leitung und der NutzerInnen getragen. Dementsprechend ist die Einrichtung in ihrem Erscheinungsbild schlicht, aber kreativ gehalten. Die Inanspruchnahme der Räumlichkeiten setzt keine gesonderte Anmeldung voraus. Auch fallen Preise und Kosten für die MieterInnen der eingerichteten Arbeitsplätze niedrig aus, so dass die Eintrittsbarriere für neue NutzerInnengruppen sehr niedrig ist. Die anmietbaren Arbeitsplätze gestatten zwar konzentriertes Arbeiten, doch steht klar der soziale



**Abb. 4** Konzeptionell gestaltete gemeinsame Aufenthaltsräume in den Design Offices. (Foto: C. Scheffer)

Austausch zwischen NutzerInnen und BesucherInnen im Vordergrund. Zentrale Elemente des Geschäftsmodells des Fensterplatz umfassen den Zugang zu einer „Community“ und die Möglichkeit, die eigene Arbeit und Ideen außenwirksam und sichtbar (auch für AkteurInnen außerhalb der Fensterplatz-Gemeinschaft) zu inszenieren.

Ein Bezug zum Quartier besteht insofern, als durch Veranstaltungen im Fensterplatz (z.B. das sog. Fensterlunch) lokale Vernetzungen – insbesondere von Start-ups und Selbstständigen – angeregt werden; darüber hinaus bietet der Co-Working-Space lokalen Kleinstunternehmen Arbeitsorte an. Die NutzerInnen des Co-Working-Space erwerben zudem vielfach Backwaren im Stadtteil und greifen auf die Kaffeeangebote einer lokalen Rösterei zurück. Der Co-Working-Space fungiert zudem selbst als Café im Quartier. Da seine Flächen ebenso für Ausstellungen und Veranstaltungen genutzt werden, lernen außerdem auch viele Außenstehende den Co-Working-Space kennen. Die Beleuchtung der rund um die Uhr nutzbaren Räumlichkeiten erhöht die Sichtbarkeit und die Attraktivität dieses Standorts im Quartier. Auch aus diesem Grunde fällt dem Fensterplatz eine wichtige Funktion als Treffpunkt im Viertel zu.

Im Vergleich dazu sind die „Design Offices“ ein Beispiel für Co-Working-Spaces vom Typ B (Abb. 4). Als Teil eines deutschlandweit agierenden Corporate-Co-Working-Anbieters präsentieren sie sich mit einer klaren Gewinnorientierung und einer hohen Investition in einem noch jungen Stadtviertel Heidelbergs. Das Konzept ist eher auf etablierte Unternehmen und gut situierte Selbstständige, weniger auf in den Anfängen stehende Start-ups oder junge FreiberuflerInnen ausgerichtet. Ein moderner und gut ausgestatteter Arbeitsort mit festen Öffnungszeiten soll die NutzerInnen binden. Ein ansprechendes Design, das die komplett ausgestatteten Räumlichkeiten zwar kreativ, zugleich aber auch seriös und hochwertig wirken lässt, steht im Vordergrund des Einrichtungskonzepts. Vordringliches Anliegen ist die Kombination eines hochprofessionellen Service

mit der Vermittlung einer Start-up-Atmosphäre, die es den NutzerInnen des Co-Working-Space ermöglicht, sich als Teil eines erfolgreichen, modernen Unternehmens zu fühlen. Die Funktion des Co-Working-Space als Treffpunkt beschränkt sich ausschließlich auf den Co-Working-Space selbst. Die sozialen Interaktionen zwischen den NutzerInnen werden durch gemeinsame Aufenthaltsräume, insbesondere durch eine gemeinsame Küche und Sitzplätze zum Kaffeetrinken, sowie durch Veranstaltungen von der Leitung gefördert.

Der Bezug zur lokalen Ökonomie spielt bislang nur eine untergeordnete Rolle, was sich auch darin zeigt, dass die Qualität des Quartiers von der Standortleitung primär mit der guten verkehrlichen Anbindung in Verbindung gebracht wurde. Eine besondere Offenheit und Zugänglichkeit für nichtkommerzielle NutzerInnen aus dem Quartier bestehen nicht. Einschränkend ist allerdings anzumerken, dass das Quartier zum Zeitpunkt der Interviews noch nicht vollständig baulich erschlossen war. Zusammengefasst steht bei den Design Offices ein individuelles konzentriertes Arbeiten im Vordergrund. Ein attraktives Arbeitsumfeld in einem angesehenen Stadtviertel mit der Möglichkeit zur Vernetzung soll den NutzerInnen einen seriösen und repräsentativen, gleichzeitig jedoch auch einen modernen Arbeitsplatz bieten. Ausstattung und Lage der Design Offices schlagen sich jedoch auch erkennbar im Preis für die Inanspruchnahme der Arbeitsplätze nieder.

## Fazit

Die hier vorgeschlagene Klassifikation von Co-Working-Spaces in solche des Typs A (*Third Spaces*), des Typs B (*High Investment*) bzw. eine entsprechende Zwischenform basiert auf deren innerem Aufbau, d.h. den NutzerInnenbeziehungen im Co-Working-Space und der innenarchitektonischen Gestaltung einerseits, sowie ihrer Öffnung gegenüber dem Quartier andererseits. Als zentrale Ergebnisse lassen sich festhalten:

- In Co-Working-Spaces beider Typen wird die Vernetzung der NutzerInnen des Co-Working-Space untereinander unterstützt.
- Die innenarchitektonische Gestaltung ist zwar nicht primär ausschlaggebend für die Vernetzung der NutzerInnen untereinander, jedoch werden infolge der unterschiedlichen Gestaltungsmöglichkeiten verschiedene NutzerInnen angesprochen, so dass die innenarchitektonische Gestaltung indirekt die Zusammensetzung der *Community* in Co-Working-Spaces und damit auch im Stadtteil beeinflusst.
- Die Öffnung des Co-Working-Space gegenüber dem Quartier unterscheidet sich deutlich zwischen den beiden

Typen. Während bei Co-Working-Spaces vom Typ A (*Third Spaces*) eine deutliche Öffnung des Co-Working-Space zum Quartier beobachtet werden kann, sind Co-Working-Spaces des Typs B (*High Investment*) eher als vom Quartier abgekoppelt und primär als auf interne Vernetzungen fokussiert anzusehen.

Wenngleich Co-Working-Spaces des Typs A (*Third Spaces*) weitaus mehr Anknüpfungsmöglichkeiten bieten, sind beide Typen von Co-Working-Spaces aus mehreren Gründen für die Quartiersentwicklung grundsätzlich von Interesse:

1. Beide Co-Working-Space-Typen schaffen ergänzende und flexibel nutzbare Arbeitsplatzangebote im Quartier.
2. Co-Working-Spaces stellen zudem einen Ankerpunkt für die Entwicklung ökonomischer Aktivitäten im Quartier dar und generieren zusätzliche Nachfrage – insbesondere nach im Stadtteil angebotenen gastronomischen Angeboten. Durch die gezielte Bereitstellung von Räumen für die Kultur- und Kreativwirtschaft – sei es auch nur zeitweise – können folglich Impulse zur Belebung des Quartiers gesetzt werden (Heider 2011).
3. Einige Co-Working-Spaces, vor allem solche vom Typ A (*Third Spaces*), können zudem nicht nur als Treffpunkte für NutzerInnen der Co-Working-Spaces, sondern auch für Akteure im Quartier wirken. Diese Co-Working-Spaces sind unter anderem durch Austauschmöglichkeiten in den in ihnen eingerichteten öffentlich zugänglichen Cafés oder durch eine Öffnung der Co-Working-Spaces für Veranstaltungen und Ausstellungen charakterisiert. Typischerweise erhöht zudem eine gut einsichtige Erdgeschosslage die Sichtbarkeit dieses Typs als Treffpunkt und Kommunikationsplattform im Stadtteil. Beide Aspekte sind für Akteure aus dem Bereich der Quartiersentwicklung von Relevanz: So kann die gezielte Ansiedlung von Co-Working-Spaces, welche im Regelfall 24h am Tag nutzbar sind, in durch Leerstand gekennzeichneten Gebäudekomplexen und Straßenabschnitten dazu beitragen, diese mit Leben zu füllen.

Um im Kontext der Stadt- und Quartiersentwicklung von diesen Impulsen profitieren zu können, müssen prinzipiell natürlich ausreichend Raum für (Zwischen-)Nutzungen vorhanden sein und auch eine kritische Masse von NutzerInnen existieren. Grundsätzlich sollte die Stadtentwicklung bei Vorliegen dieser Mindestvoraussetzungen eine Integration dieser Räume in Maßnahmen der Förderung lokaler Ökonomien erwägen, um über die hier dargelegten Funktionen von Co-Working-Spaces – Arbeitsplatzangebote, Schaffung lokaler Nachfrage und Treffpunktfunktion – positive Effekte für das umgebende Quartier zu stimulieren.

**Funding** Open Access funding provided by Projekt DEAL.

**Open Access** Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

## Literatur

- Brown J (2017) Curating the “Third Place”? Coworking and the mediation of creativity. *Geoforum* 82:112–126. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.04.006>
- Capdevila I (2015) Coworking spaces and the localized dynamics of innovation in Barcelona. *Int J Innov Mgt* 19:1–25. <https://doi.org/10.1142/S1363919615400046>
- Gandini A (2015) The rise of coworking spaces: a literature review. *Ephemera* 15:193–205
- Grazian D (2019) Thank God it’s Monday: Manhattan coworking spaces in the new economy. *Theor Soc* 16:164. <https://doi.org/10.1007/s11186-019-09360-6>
- Growe A (2019a) Buzz at workplaces in knowledge-intensive service production: spatial settings of temporary spatial proximity. *Eur Urban Reg Stud* 26:434–448. <https://doi.org/10.1177/0969776418784999>
- Growe A (2019b) Developing trust in face-to-face interaction of knowledge-intensive business services (KIBS). *Reg Stud* 53:720–730. <https://doi.org/10.1080/00343404.2018.1473567>
- Growe A, Freytag T (2019) Image and implementation of sustainable urban development: Showcase projects and other projects in Freiburg, Heidelberg and Tübingen, Germany. *Raumforsch Raumordn* 77:457–474. <https://doi.org/10.2478/rara-2019-0035>
- Heider K (2011) Kreativwirtschaft und Quartiersentwicklung. Strategische Ansätze zur Entwicklung kreativer Räume in der Stadt. In: Frey O, Koch F (Hrsg) *Die Zukunft der europäischen Stadt: Stadtpolitik, Stadtplanung und Stadtgesellschaft im Wandel*. VS, Wiesbaden, S 136–152
- Henn S, Behling M (2019) Lokale Ökonomie – Begriff, Merkmale und konzeptionelle Abgrenzung. In: Henn S, Behling M, Schäfer S (Hrsg) *Lokale Ökonomie – Konzepte, Quartierskontexte und Interventionen*. Springer, Berlin, Heidelberg, S 1–22
- Jamal AC (2018) Coworking spaces in mid-sized cities: a partner in downtown economic development. *Environ Plann A* 50:773–788. <https://doi.org/10.1177/0308518X18760857>
- Merkel J (2015) Coworking in the city. *Ephemera* 15:121–139
- Merkel J (2019) ‘Freelance isn’t free.’ Co-working as a critical urban practice to cope with informality in creative labour markets. *Urban Stud* 56:526–547. <https://doi.org/10.1177/0042098018782374>
- Rommelspacher T (1997) Die Bedeutung der lokalen Ökonomien für die städtische Wirtschaftsstruktur und -entwicklung. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung (Hrsg) *Lokale Ökonomie und Wirtschaftsförderung in Stadtteilen mit besonderem Erneuerungsbedarf*. ILS, Dortmund, S 11–14
- Schmidt S (2019) In the making: Open Creative Labs as an emerging topic in economic geography? *Geogr Compass* 13:1–16. <https://doi.org/10.1111/gec3.12463>
- Spinuzzi C (2012) Working alone together. *J Bus Tech Commun* 26:399–441. <https://doi.org/10.1177/1050651912444070>
- Spinuzzi C, Bodrozic Z, Scaratti G, Ivaldi S (2019) “Coworking is about community” but what is “community” in coworking? *J Bus Tech Commun* 33:112–140. <https://doi.org/10.1177/1050651918816357>
- Wagner M, Growe A (2020) Creativity-enhancing work environments: eventisation through an inspiring work atmosphere in temporary proximity. *Raumforsch Raumordn* 78:53–70. <https://doi.org/10.2478/rara-2019-0039>