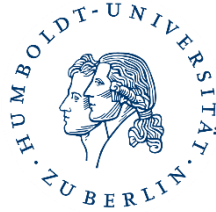


Humboldt-Universität zu Berlin

Geographisches Institut



Bachelorarbeit zum Thema

**Nutzen von Coworking Spaces für die lokale Bevölkerung am  
Beispiel des COCONAT-Space Klein Glien**

Abgabedatum: 04.12.2023

Eingereicht von: Lukas Höhne

Matrikelnummer: 608137

Studiengang: Bachelor of Arts Geographie

Anschrift: 14822 Linthe, OT Alt Bork 8

Telefon: 0174 3265376

E-Mail: yxlukas123gmail.com

Betreuer: Prof. Dr. Henning Nuissl

Zweitprüfer: M. A. Carl-Jan Dihlmann

## Inhaltsverzeichnis

1. Einführung .....	1
2. Coworking Spaces als Element ländlicher Regionalentwicklung .....	3
2.1 Coworking Spaces auf dem Land .....	3
2.2 Die kreative Klasse .....	6
2.3 Das COCONAT-Space .....	12
3. Methodisches Vorgehen .....	15
3.1 Erhebungsmethode, Ansprache und Interviewleitfaden .....	15
3.2 Auswertungsmethode .....	19
3.3 Positionalität .....	20
4. Walking Interviews mit COCONAT-Nutzer:innen.....	22
4.1 Allgemeines zu den Walking Interviews .....	22
4.2 Das COCONAT-Space und die kreative Klasse.....	25
4.3 Das COCONAT-Space und die kreative Gemeinschaft .....	30
4.4 Das COCONAT-Space und das kreative Dorf .....	34
4.5 Forschungsergebnisse .....	39
4.6 Reflexion der Forschungsergebnisse.....	41
5. Fazit.....	43
Literaturverzeichnis .....	45
Abbildungsverzeichnis .....	53
Anhang .....	55

## 1. Einführung

Moderne Informations- und Kommunikationstechnologie lösen in der Geographie kontroverse Diskussionen aus. Während HOLZ (2019, S. 257) infolge der Digitalisierung eine „Zivilisation ohne Zentralen“ prognostiziert, betont SASSEN (1997) die weiterhin herausragende Bedeutung von Städten.

Die Debatte findet einen Nährboden in der Veränderung der Arbeitswelt. Durch flexible Arbeitszeiten und Breitbandausbau werden immer mehr Branchen ortsunabhängig. Das Berlin Institut für Bevölkerung und Entwicklung (2022, S. 6) hält fest, dass „die Digitalisierung [viele Berufe] landkompatibel [macht]“. Währenddessen sinkt in vielen Städten die Lebensqualität (HAUSER, 2019, S. 133).

Als Folge dieser Entwicklung tritt das Arbeitsmodell Coworking vermehrt im ländlichen Raum auf (SCHÜRZINGER, 2023). Coworking-Spaces auf dem Land bieten Wissensarbeiter:innen einen attraktiven Arbeitsplatz in der Natur, bringen aber auch vielfältige Vorteile für ländliche Regionen mit sich (GEISBERGER, 2023, S. 35 - 36).

Coworking Spaces auf dem Land weisen Konfliktpotenziale auf. Coworking Spaces auf dem Land ziehen Wissensarbeiter:innen aus der Stadt an (HÖLZEL & DE VRIES, 2021, S. 117), sollten jedoch gleichzeitig die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung berücksichtigen. Ländliche Coworking Spaces werfen die Frage auf, ob die lokale Bevölkerung von ihnen profitiert.

Die vorliegende Arbeit möchte diese Frage anhand eines Fallbeispiels beantworten. Im Zentrum der Forschung steht das COCONAT-Space Klein Glien in der brandenburgischen Region Naturpark Hoher Fläming. Die Beschäftigung mit dem COCONAT-Space erfolgt entlang dieser Gliederung:

Zunächst werden die Eigenschaften und Zielstellungen von Coworking Spaces auf dem Land geschildert. Darauf folgt die theoretische Annäherung an Coworking Spaces unter Verwendung von RICHARD FLORIDAS (2019, 2003) Konzept der kreativen Klasse. Die vorhandene Theorie zeigt auf, dass Coworking Spaces auf dem Land der Polarisierung von Stadt und Land entgegenwirken. Gleichermäßen können Coworking Spaces auf dem Land die Polarisierung von Bevölkerungsgruppen auf dem Land verstärken. Das zweite Kapitel schließt mit der Vorstellung des Fallbeispiels.

Das nächste Kapitel widmet sich der angewandten Methode. „Walking Interviews“ (EVANS & JONES, 2011, S. 849) mit COCONAT-Nutzer:innen ermöglichen einen Zugang zu den Beziehungen und Praktiken, die das COCONAT-Space fördert. Inwiefern die lokale Bevölkerung Teil dieser Beziehungen und Praktiken ist, macht die anschließende qualitative Inhaltsanalyse erkenntlich. Abschließend gilt es, die Forschungsergebnisse zu reflektieren.

Der Diskurs um die Zukunft ländlicher Räume wird damit um ein weiteres Projektbeispiel ergänzt.

## 2. Coworking Spaces als Element ländlicher Regionalentwicklung

### 2.1 Coworking Spaces auf dem Land

Wissen gilt zunehmend als wichtigste Quelle für den Wohlstand einer Region (BRINT, 2001, S. 101 – 103). Die voranschreitende Digitalisierung treibt die Verteilung von Wissen voran (MIEG, 2013, S. 4). Im Zuge dieser Entwicklung hat sich der Begriff „Wissensgesellschaft“ (ebd., S. 3) herausgebildet.

In der Wissensgesellschaft findet eine räumliche Neuorganisation von Arbeit statt. Die Gruppe der Wissensarbeiter:innen, die sich durch „geistig-schöpferische[ ] Qualifikationen und Tätigkeiten“ (HELBRECHT, 2011, S. 4) auszeichnet, veranschaulicht diesen Wandel. Wissensintensive Berufe lösen sich von festen Räumlichkeiten (GROWE et. al., 2020, S. 74). An jedem Ort, der über einen Internetzugang verfügt, können Wissensarbeiter:innen ihrem Beruf nachgehen (ebd.). Folglich arbeiten Wissensarbeiter:innen vermehrt im öffentlichen Raum (RUS & OREL, 2015, S. 1020 - 1021).

In Cafés und Restaurants treffen Wissensarbeiter:innen aus unterschiedlichen Unternehmen aufeinander. Die Verlagerung von Wissensarbeit in den öffentlichen Raum schöpft neue ökonomische Potenziale aus und ist Ausdruck einer neuen Freiheit der Wissensarbeiter:innen (FLORIDA, 2019, S. 183 – 202). Eine Region kann ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit steigern, indem sie Verbindungen zwischen Wissensarbeiter:innen erleichtert (OLDENBURG, 2013, S. 16 - 17).

Gleichzeitig konfrontiert die Wissensökonomie Wissensarbeiter:innen mit unbeständigen Beschäftigungsverhältnissen (VIVANT, 2013, S. 58 - 60). Traditionelle Unternehmensstrukturen stellen Arbeitskräften ein Sicherheitsnetz bereit, das in der Wissensökonomie verloren geht (HELBRECHT, 2011, S. 7 - 8). Der Austausch „herkömmliche[r] Bürogemeinschaften“ (BERNHARDT, 2021a, S. 35) mit wechselnden, informellen Kontakten steht exemplarisch dafür. Coworking Spaces setzen an diesem Punkt an.

Coworking Spaces bringen „voneinander unabhängig tätige Wissensarbeiter“ (WERTHER, 2019, S. 228) in „eine[m] gemeinsamen, geteilten Arbeitsraum“ (ebd.) zusammen. Coworking Spaces betten Wissensarbeiter:innen in Gemeinschaften ein, berücksichtigen jedoch den individualistischen Arbeitsstil der Wissensarbeiter:innen

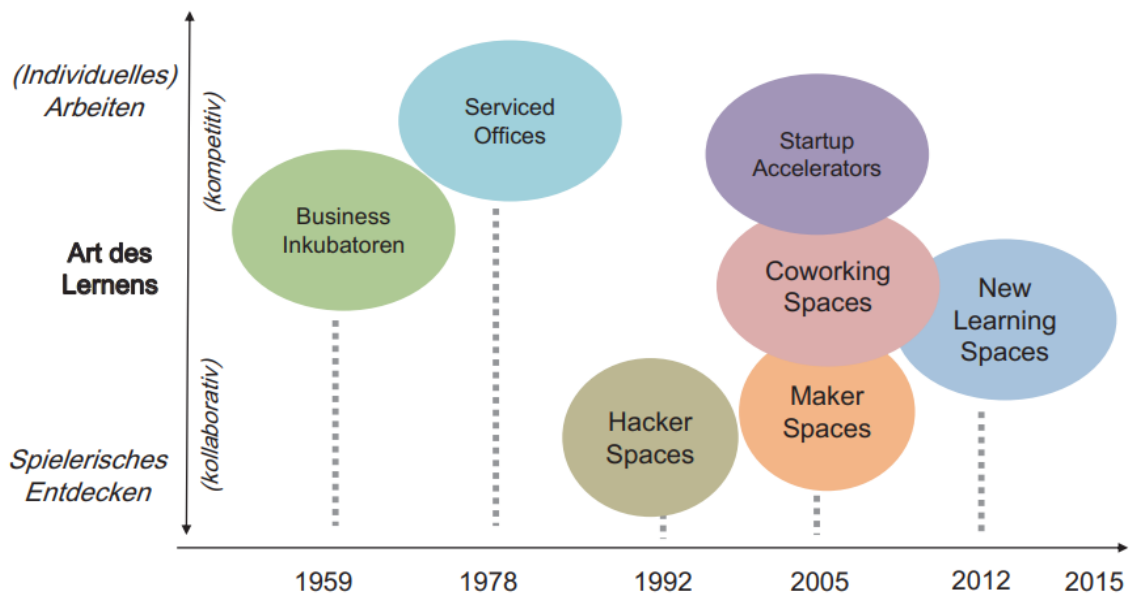
(WERHTER, 2021, S. 9 – 10). Den Wissensarbeiter:innen bleibt es überlassen, ob sie das Coworking Space als Ort hedonistischer Geselligkeit interpretieren oder das Coworking Space lediglich aus beruflichen Gründen nutzen (BERNHARDT, 2021b, S. 52 – 55).

Coworking Spaces bestehen aus Gemeinschafts- und Einzelräumen (BARNSTEDT, 2021). Das „Open-Space-Büro“ (BERNHARDT, 2021a, S. 31) kultiviert das Gemeinschaftsgefühl im Coworking Space. Im Open-Space-Büro (**Abb. 1**) treten ansonsten unverbundene Wissensarbeiter:innen in Kontakt (BARNSTEDT, 2021, S. 44 - 45). Ein Coworking Spaces stellt ebenso „reguläre Arbeitsplätze“ (WERTHER, 2021, S. 4) zur Verfügung, in denen sich Wissensarbeiter:innen von der Gemeinschaft separieren können (BARNSTEDT, 2021, S. 45 - 46).



**Abb. 1:** Open-Space-Büro im Coworking Space Smartvillage München  
(RUMPF, S., 2018)

Coworking Spaces gingen aus ähnlichen Organisationsformen des Arbeitens hervor (WERTHER, 2021, S. 15). **Abb. 2** macht erkenntlich, dass Hacker Spaces konstitutiv für das Aufkommen von Coworking Spaces waren (FOERTSCH & CAGNOL, 2013). Hacker Spaces stellen die kollaborative Auseinandersetzung mit digitalen Technologien in den Vordergrund (ebd.). Coworking Spaces erweitern diesen Ansatz, da sie Wissensarbeiter:innen aus unterschiedlichen Branchen vernetzen.



**Abb. 2:** Coworking Spaces im Kontext anderer Organisationsformen von Wissensarbeit (WERTHER, 2021, S. 16)

Coworking Spaces waren lange Zeit ein ausschließlich urbanes Phänomen (WIEDEMANN & KLUG, 2021, S. 20). Die voranschreitende Digitalisierung führt zu mehr Gründungen von Coworking Spaces im ländlichen Raum (SCHÜRZINGER, 2023). Digitalisierungsmaßnahmen haben sich in der Stadtpolitik etabliert (POPPE, 2021, S. 31). Die Digitalisierung ländlicher Regionen ist hingegen ein recht junger Ansatz der Regionalentwicklung. In der Literatur tritt der Begriff „Smarte Regionen“ (ebd.) auf. Nach WILL (2022, S. 459) ist eine Smart Region „eine Region [...], die digitale bzw. technologische Innovationen mit sozialen Innovationen und institutionellen Innovationen verknüpft“. Coworking Spaces sind Element einer Smart Region (RUSCHEINSKI, 2023, S. 20).

Coworking Spaces erhöhen die Lebensqualität ländlicher Regionen. Ein Coworking Space ist ein wohnortnaher Arbeitsraum, der lange Pendlerstrecken obsolet macht (WERTHER, 2021, S. 97; GEISBERGER, 2023, S. 35 – 36). Neben einer Zeitersparnis für die Pendler:innen profitiert auch die Umwelt von verkürzten Pendlerstrecken (SCHÜRZINGER, 2023, S. 252). Ungenutzte Gebäude erhalten durch Coworking-Projekte wieder eine Funktion (WERTHER, 2021, S. 97; GEISBERGER, 2023, S. 36).

Durch Coworking Spaces bleiben Wissensarbeiter:innen auf dem Land (WERTHER, 2021, S. 97). Gleichzeitig sorgen Coworking Spaces auf Land dafür, dass Wissensarbeiter:innen in ländliche Regionen ziehen (GEISBERGER, 2023, S. 35 - 36). Dieser Aspekt von Coworking Spaces ist besonders bedeutsam für die Regionalentwicklung. Denn die Strukturprobleme ländlicher Regionen liegen unter anderem im Wegzug von Wissensarbeiter:innen begründet (ebd., S. 26). Das nächste Teilkapitel führt diesen Punkt aus.

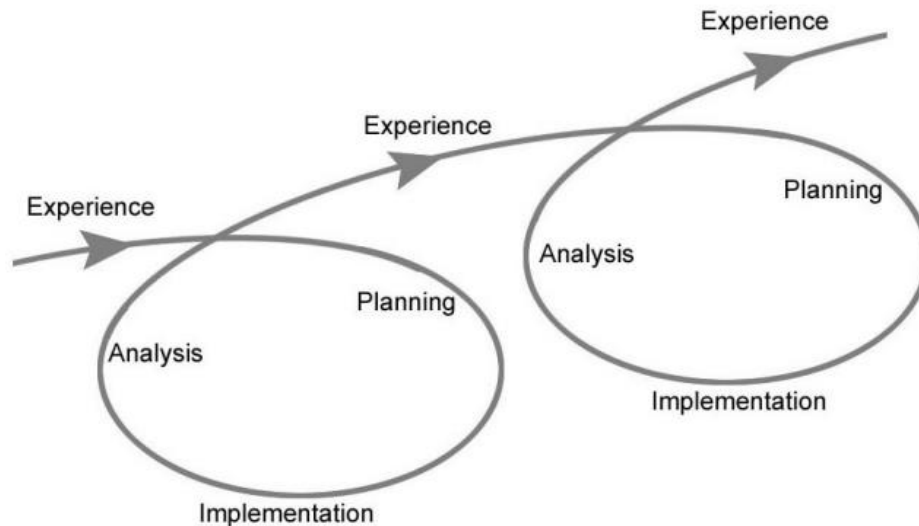
## 2.2 Die kreative Klasse

Die Digitalisierung verändert das Verhältnis zwischen Stadt und Land vereinzelt, beispielsweise wenn Unternehmen ihren Standort in ländliche Regionen verlagern (EDER, 2019, S. 84 - 85). Insgesamt sind Städte nach wie vor der Dreh- und Angelpunkte von Wirtschaft und Gesellschaft (MIEG, 2013, S. 3 - 4; SASSEN, 1997, S. 39 - 43).

Die Wirtschaftsgeographie hat diverse Theorien hervorgebracht, um diesen Umstand zu erklären. Für die vorliegende Arbeit wurde RICHARD FLORIDAS (2019, 2003) Konzept der kreativen Klasse ausgewählt. FLORIDA (2019, 2003) stellt eine neue gesellschaftliche Klasse in das Zentrum seiner Theorie. Mitglieder dieser Klasse verrichten Wissensarbeit (FLORIDA, 2019, S. 38 - 44). Jedoch trägt diese neue Klasse nicht reines Wissen zur Ökonomie bei. Vielmehr zeichnet sich die neue Klasse dadurch aus, dass sie bestehende Ideen und Wissensformen neu arrangiert (ebd.). Um das begrifflich deutlich zu machen, spricht FLORIDA (ebd., S. 38) von der „Creative Class“. In Anlehnung an HELBRECHT (2011, S. 4) sind in der vorliegenden Arbeit die Begriffe „Wissensarbeiter:innen“, „Kreative“ und „kreative Klasse“ gleichbedeutend.

Die Differenzierung von Wissen und Kreativität bildet den Ausgangspunkt für FLORIDAS (2019, 2003) weitere Ausführungen. Kreatives Arbeiten ist ein hochkomplexer Vorgang (**Abb. 3**). Kreatives Arbeiten bedeutet, „original ideas“ (BRECKNOCK, 2004, S. 3) zu entwickeln. Dafür muss Wissen angeeignet und in einem anregenden Umfeld reflektiert werden (ebd.).





**Abb. 3:** Entstehungsprozess kreativer Ideen (BRECKNOCK, 2004, S. 3)

Hieraus kann abgeleitet werden: Um Wissensarbeit im Sinne eines kreativen Schaffens auszuführen, nehmen Mitglieder der kreativen Klasse eine bestimmte Haltung zur Welt ein. Die Kreativen wollen sich selbst verwirklichen (FLORIDA, 2019, S. 56) und stehen in enger Beziehung zu ihrer Arbeit (ebd., S. 56 - 57). Kreatives Arbeiten verlangt eine aufgeschlossene Weltsicht, da die Ideen anderer die eigene Arbeit befruchten müssen (ebd., S. 57 - 59).

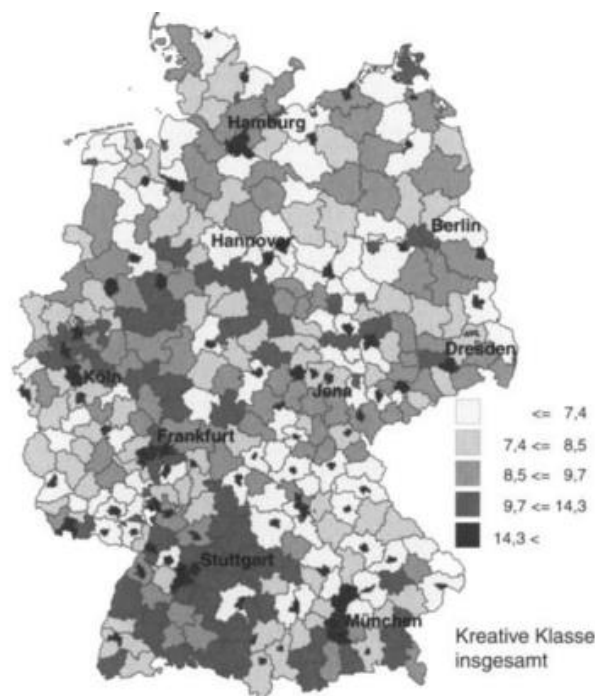
Der Kontakt zu anderen Kreativen begünstigt kreatives Arbeiten (ebd., S. 18 - 23). FLORIDA (2019, 2003) schlussfolgert daraus, dass in der Wissensökonomie diejenigen Städte und Regionen prosperieren, die die Kreativen auf engen Raum vernetzen. Ziehen Städte und Regionen die Kreativen an, bedingen die Kreativen einen Aufschwung für die gesamte Region (ebd.).

Kritiker:innen des Kreativen-Klassen-Konzeptes sehen in FLORIDAS (2019, 2003) Argumentation eine undifferenzierte Reproduktion der Humankapitaltheorie (FRITSCH & STÜTZER, 2007, S. 16 - 17). Die Humankapitaltheorie beschreibt, dass flexible, gebildete Arbeitskräfte den Fortschritt einer Region bestimmen (FLORIDA, 2003, S- 6 - 7). Parallelen zwischen der Humankapitaltheorie und dem Konzept der kreativen Klasse existieren. FLORIDA (2019, S. 193 - 194) referenziert die Humankapitaltheorie unter anderem selbst.

Allerdings erweitert FLORIDA (2019, 2003) die Humankapitaltheorie. Denn die Skizzierung der Wissensarbeiter:innen als kreative Klasse ermöglicht es, sowohl die

ökonomische Zugkraft als auch die charakteristischen Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Wissensarbeiter:innen in einen Zusammenhang zu bringen (FLORIDA, 2003, S. 7 - 9). MERKEL (2017, S. 75) erkennt den Mehrwert von FLORIDAS (2019) Konzept darin, dass „ein soziologisches Argument [...] mit einem wirtschaftsgeographischen Argument [...] verknüpft [wird]“.

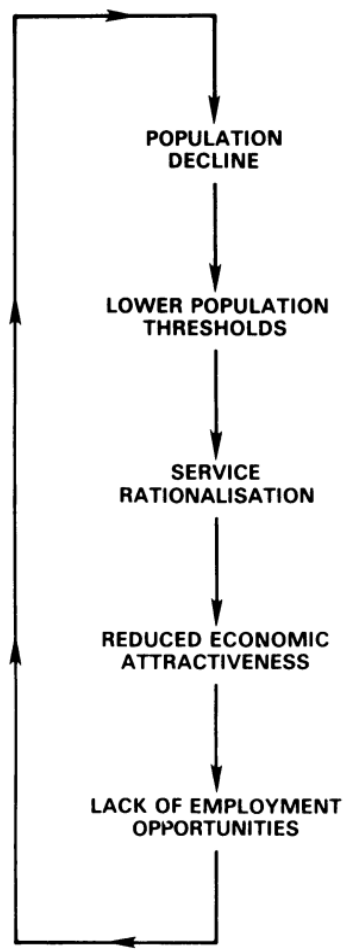
FLORIDA (2019, S. 183 - 202) leitet aus seiner Theorie ab, dass die kreative Klasse ursächlich dafür ist, dass Städte weiterhin eine große Relevanz aufweisen. Städte konzentrieren Personen und bieten Platz für unterschiedliche Kulturen, wodurch kreative Prozesse angestoßen werden (MERKEL & OPPEN, 2012, S. 11 - 14). Städte würdigen ebenso den expressiven Charakter der kreativen Klasse (HELBRECHT & DIRKSMEIER, 2013, S. 287 - 288). Die räumliche Verteilung der kreativen Klasse in Deutschland spiegelt wider, dass die kreative Klasse eine Ansiedlung im urbanen Raum präferiert (siehe **Abb. 4**).



**Abb. 4:** Verteilung der kreativen Klasse in Deutschland in Prozent der Bevölkerung (FRITSCH & STÜTZER, 2007, S. 21)

Während Städte das passende Umfeld für die kreative Klasse bereitstellen, erfüllen ländliche Regionen nicht die Ansprüche der kreativen Klasse. Die Folge ist ein „population decline“ (CLOKE, 1985, S. 17) auf dem Land. Verlassen viele Menschen

eine Region, können öffentliche Dienstleistungen nicht mehr wirtschaftlich betrieben werden (RUSCHEINSKI, 2023, S. 12; GEISBERGER, 2023, S. 26). Fehlende öffentliche Dienstleistungen bewirken eine niedrige Lebensqualität, die wiederum den Wegzug der kreativen Klasse verstärkt (RUSCHEINSKI, 2023, S. 12). Wegen der resultierenden Rückständigkeit ländlicher Wirtschaftssysteme sowie des fehlenden Kontaktes zu anderen Kreativen, meidet die kreative Klasse ländliche Regionen. Die einzelnen Strukturprobleme fügen sich in einem selbst verstärkenden Kreislauf zusammen (**Abb. 5**). Vor diesem Hintergrund erscheint die gegenwärtige Polarisierung von Stadt und Land (ebd.) nicht widersprüchlich.



**Abb. 5:** Teufelskreis der Entvölkerung (CLOKE, 1985, S.18)

Coworking Spaces adressieren Strukturprobleme ländlicher Regionen in vielfacher Weise: Coworking Spaces leisten mit integrierten Einrichtungen mitunter einen Beitrag zur lokalen Daseinsvorsorge (BERNHARDT, 2021a, S. 32). Coworking Spaces stellen einen Raum bereit, in dem Wissensarbeiter:innen aufeinandertreffen. Die Wissensökonomie hängt von solchen Orten ab (COHENDET et. al., 2010). Zusätzlich

profitieren die Kreativen davon in besonderer Weise. Denn die physische und sozialgeographische Konstitution ländlicher Räume veranlasst die Kreativen dazu, hergebrachte Denk- und Handlungsweisen der städtischen Wissensökonomie infrage zu stellen (SCHMIDT, 2020, S. 158).

Der Zuzug der Kreativen kann sich problematisch auf eine Region auswirken. Ein Kernargument FLORIDAS (2019, 2003) ist, dass von der Ansiedlung der kreativen Klasse alle Bevölkerungsschichten profitieren. PECK (2005, S. 755 - 759) hingegen argumentiert, dass der Fokus auf die kreative Klasse diejenigen benachteiligt, die nicht an die Wissensökonomie angeschlossen sind. Mitglieder der kreativen Klasse stehen nicht in einem Verhältnis zur Dienstleistungs- und Arbeitsgesellschaft mit beiderseitigem Vorteil (ebd.). Stattdessen trennen sich die Kreativen in „like-minded enclaves“ (ebd., S. 758) von den Nicht-Kreativen ab.

Viele Autoren bauen in ihrer Kritik auf PECKs Ausführungen auf. So beschäftigt sich PRATT (2011) mit den kulturellen Auswirkungen der kreativen Klasse auf die Stadt. FLORIDA (2019, S. 280 - 303) skizziert die kreative Klasse als weltoffene Mitglieder der Stadtgesellschaft, die in enger Beziehung zu ihrem Stadtteil stehen. Die kreative Klasse sucht „Social Interaction[s]“ (ebd., S. 290) und schätzt die „Authenticity“ (ebd., S. 294) ihrer Umgebung, die sich beispielsweise in „historic buildings [...] or specific cultural attributes“ (ebd.) ausdrückt. FLORIDA (2019, S. 280) spricht von der „Quality of Place“, die entscheidet, ob eine Region die kreative Klasse anziehen kann. Die lokale Bevölkerung leidet darunter, weil die kreative Klasse den inklusiven und diversen Charakter des Stadtteils zerstört (PRATT, 2011, S. 5 -7). Verändert sich ein Stadtteil zugunsten der kreativen Klasse, müssen die Eingesessenen mit einem „down-grading [of] their demands and needs“ (ebd., S. 12) rechnen. Die kreative Klasse nimmt die (vorher erwünschten) Eigenschaften des Stadtteils nicht an, sondern bewirkt immense Veränderungen des Stadtteils (PRATT, 2011).

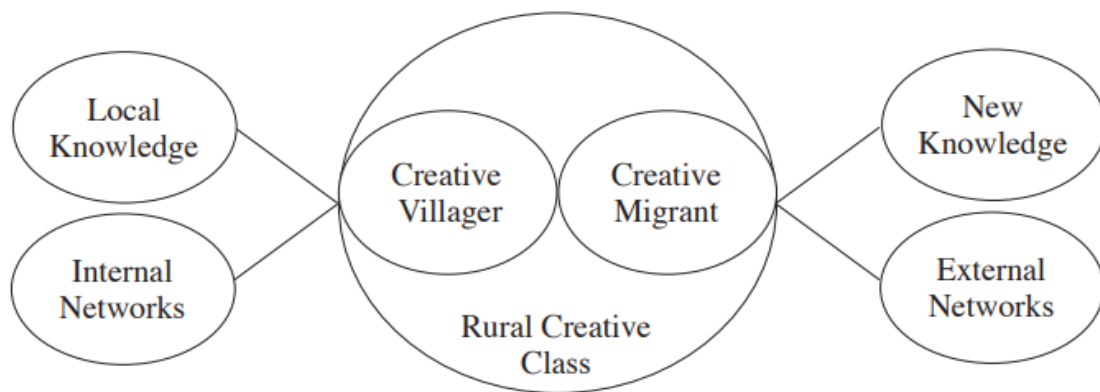
Zieht ein Stadtteil erfolgreich die kreative Klasse an, geht der individuelle Charakter des Stadtteils verloren (VIVANT, 2013, S. 61 - 62). Konsumwünsche der kreativen Klasse überformen den öffentlichen Raum (ebd.). Hochwertige kulturelle Angebote treten im Stadtteil auf, während die lokale Bevölkerung grundlegende Versorgungsbedarfe nicht mehr stillen kann (BARNES et. al., 2006). Die kreative Klasse verdrängt die Nicht-Kreativen aus der Stadt (PRATT, 2011, S. 11 - 16).

Im Arbeitsalltag stehen die Kreativen vor komplexen geistigen Herausforderungen. Des Weiteren ist die Arbeit der kreativen Klasse unbeständig, da die Kreativen vorwiegend individualistisch in Einzelprojekten arbeiten. Die Wissensökonomie schafft neue Innovationspotenziale, setzt die Wissensarbeiter:innen aber unter Druck. Die Wissensarbeiter:innen müssen hohe Ansprüche erfüllen sowie mit fluktuierenden Anstellungen und wechselnden Rollen umgehen. (HELBRECHT, 2011)

Aus dieser Lage heraus eignet sich die kreative Klasse den Stadtraum an. Der räumliche Zusammenschluss der kreativen Klasse sowie die damit einhergehenden Verdrängungen der Nicht-Kreativen stellt für HELBRECHT (2011, S. 11) ein „kompensatorisches Verhalten“ dar. Die Kreativen sind nicht mehr in traditionelle Beziehungen wie Arbeit oder Familie eingebettet (FLORIDA, 2019). Die Kreativen gleichen das aus, indem sie sich in „sozialstrukturell homogenen Stadtteil[en]“ (HELBRECHT, 2011, S 13) absondern.

Coworking Spaces auf dem Land können eine weiterführende Kompensationsstrategie der kreativen Klasse verkörpern. Schotten sich die Kreativen auf dem Land in Coworking Spaces von der lokalen Bevölkerung ab, spalten Coworking Spaces die ländliche Gesellschaft. Einen Gegenentwurf dazu entwickeln RASTGHALAM et. al. (2017, S. 35) mit dem „Creative Village Approach“.

Das Creative Village zieht die kreative Klasse an, integriert die kreative Klasse aber im selben Schritt in ein neues sozioökonomisches System (ebd., S. 41) (siehe **Abb. 6**). Wissensarbeiter:innen, die auf das Land ziehen, treffen im Creative Village auf die lokale Bevölkerung (ebd., S. 40 - 41). Aus diesem Zusammenschluss entsteht die „rural creative class“ (ebd., S. 41). Das Creative Village synthetisiert kreative Arbeiten wie sie FLORIDA (2019, S. 38 - 44) definiert und die etablierten ökonomischen und sozialen Praktiken des Dorfes, wodurch ein Mehrwert für alle Beteiligten entsteht (RASTGHALAM et. al., 2017).



**Abb. 6:** Im Creative Village entsteht die ländliche kreative Klasse (RASTGHALAM et. al., 2017, S. 41)

Um nach den Vorstellungen des Creative Village Approaches zu wirken, müssen Coworking Spaces auf dem Land die kreative Klasse anziehen und gleichzeitig in das lokale Geschehen integrieren. Die vorliegende Arbeit möchte prüfen, inwiefern das COCONAT-Space in Klein Glien den Creative Village Approach verwirklicht.

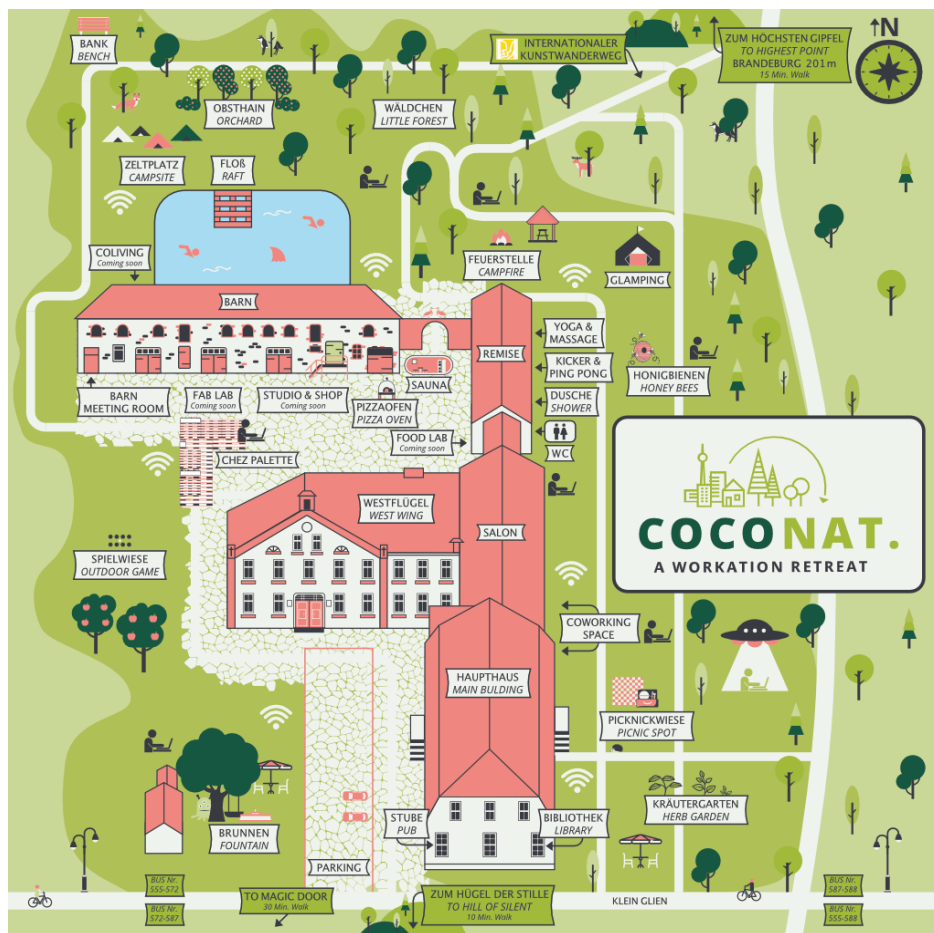
### 2.3 Das COCONAT-Space

Das COCONAT-Space (Community and Concentrated Work in Nature) ist ein Workation Retreat (BÄHR et. al., 2020, S. 50 - 51). Das heißt, dass das COCONAT-Space neben Arbeitsplätzen für Wissensarbeiter:innen ein breites Portfolio anderer Aktivitäten vorweist (CoWorkLand, 2022, S. 20 - 21). Das COCONAT-Space präsentiert sich als „ein[en] neue[n] Ort für konzentrierte Arbeit auf dem Land“ (Coconat, o. J.).

Das COCONAT-Space befindet sich im Dorf Klein Glien, das Teil der Gemeinde Bad Belzig ist (Stadt Bad Belzig - Stadtportrait und Ortsteile, o. J.). Bad Belzig ist die Kreisstadt des Landkreises Potsdam-Mittelmark. Einen weiteren räumlichen Bezugsrahmen bietet die Region Naturpark Hoher Fläming.

Das Gelände des COCONAT-Space war früher ein Agrarbetrieb, der später in ein Hotel umgewandelt wurde (ASHER et. al., 2022, S. 34 - 35). Seit 2017 nutzen Wissensarbeiter:innen das Gelände als Coworking Space (Coconat - Mission & Vision, o. J.). Das COCONAT-Space verfügt über Arbeitsplätze unterschiedlicher Art, verteilt über ein vier Hektar großes Gelände (Wissensplattform Zukunftsorte - Coconat, o. J.). Weiterhin befinden sich Einrichtungen auf dem Gelände, die dem gemeinsamen

Wohnen, sog. Coliving, dienen. Man kann das COCONAT-Space auch als Hotel nutzen (Coconat - A Workation Retreat, o. J.). **Abb. 7** stellt das Gelände dar.



**Abb. 7:** Karte des COCONAT-Space (Coconat – Community and Concentrated Work in Natur, o. J.)

Vom COCONAT-Space ging die Initiative Smart Village e. V. Hoher Fläming aus (Coconat - Mission & Vision, o. J.). Der Smart Village e. V. Hoher Fläming folgt der Idee einer Smart Region, mit Hilfe digitaler Technologien die Lebensbedingungen in der Region zu verbessern (smartVILLAGE, o. J.). Gleichmaßen gehört das COCONAT-Space zum Netzwerk Zukunftsorte (Coconat - Mission & Vision, o. J.), das Projekte für neuartiges Leben auf dem Land miteinander verbindet (Netzwerk Zukunftsorte, o. J.).

Das COCONAT-Space taucht bereits in der Literatur zu Coworking auf dem Land auf (SCHMIDT, 2020, S. 157; HEINZEL & ENGSTLER, 2021, S. 28). Das BBA-Fachmagazin bezeichnete das COCONAT-Space als „[g]elungene[s] Beispiel[ ] für Coworking auf

dem Land“ (BENITZ, 2021). Die Betreiber:innen möchten mit dem COCONAT-Space ein „gemeinwohlorientiertes Unternehmenskonzept“ (Netz der Regionen, o. J.) verfolgen. Das COCONAT-Space gewann des Weiteren den deutschen Tourismuspreis 2019 (Wissensplattform Zukunftsorte - Coconat, o. J.).

Die Theorie zeigt auf, dass die kreative Klasse ambivalent auf Räume wirkt. Ähnlich könnte das COCONAT-Space den Hohen Fläming ökonomischen Fortschritt ermöglichen, dabei aber die Abschottung zwischen Kreativen und Nicht-Kreativen erhärten. Empirische Daten sollen darlegen, ob das COCONAT-Space wirklich „ein inklusives und inspirierendes Umfeld für alle Menschen“ (BENITZ, 2021) darstellt. Oder ob die lokale Bevölkerung nicht vom COCONAT-Space profitiert.



### 3. Methodisches Vorgehen

#### 3.1 Erhebungsmethode, Ansprache und Interviewleitfaden

Um zu klären, ob die lokale Bevölkerung vom COCONAT-Space profitiert, benötigt man Daten darüber, was auf dem COCONAT-Gelände passiert. Dafür muss eine Methode gewählt werden, die nicht nur abbildet, welche Personengruppen das COCONAT-Space nutzen, sondern zugleich Nutzungsformen und Hintergründe der Nutzungsformen zu Tage fördert. Quantitative Verfahren könnten einen ersten Eindruck liefern. Dennoch wären quantitative Verfahren nicht dazu in der Lage, ein tieferes Verständnis für die Geschehnisse auf dem COCONAT-Gelände zu schaffen.

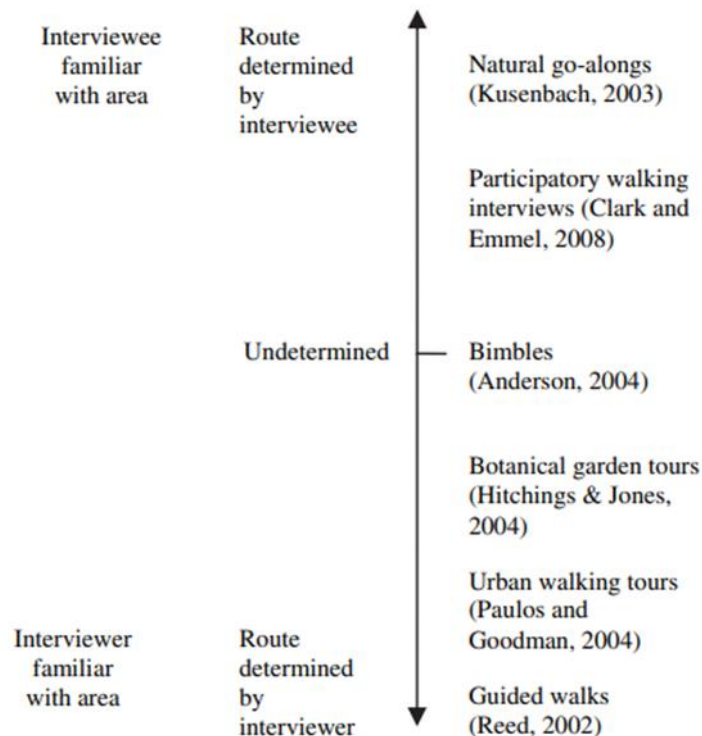
Daher fällt die Wahl auf ein qualitatives Verfahren. Das qualitative Verfahren muss an Personen ansetzen, die wissen, welche Geschehnisse das COCONAT-Space prägen. Die Forschung geht davon aus, dass Personen, die das COCONAT-Space regelmäßig nutzen, über dieses Wissen verfügen. Diese Personengruppe wird als „COCONAT-Nutzer:innen“ definiert. Der Begriff „COCONAT-Nutzer:innen“ wurde mit der Absicht gewählt, die Forschung für jede mögliche Nutzungsform offenzuhalten. Es sollen nicht nur Wissensarbeiter:innen bzw. die kreative Klasse angesprochen werden. Gerade die Nutzer:innen, die man nicht der kreativen Klasse zuordnen kann, sind für eine umfassende Betrachtung des COCONAT-Space unerlässlich.

Von den denkbaren qualitativen Methoden erscheinen Walking Interviews am plausibelsten. KINNEY (2017, S. 1) definiert Walking Interviews wie folgt: „A walking interview is when the researcher walks alongside the participant during an interview in a given location“.

Walking Interviews bringen Daten darüber hervor, wie Interviewpartner:innen einen Bezug zu ihrer Umgebung herstellen (KÜHL, 2016, S. 40 - 41). Insofern eröffnen Walking Interviews mit COCONAT-Nutzer:innen auf dem COCONAT-Gelände einen Einblick darin, wie sich die Beziehung zwischen COCONAT-Nutzer:innen und COCONAT-Space gestaltet und welche Rolle die lokale Bevölkerung dabei spielt.

Das COCONAT-Gelände bietet optimale Voraussetzung für Walking Interviews. Die verschiedenen Bereiche und Räumlichkeiten auf dem COCONAT-Gelände sind zu Fuß leicht zugänglich. Das COCONAT-Gelände ist so groß, dass man das gesamte Gelände innerhalb eines Walking Interviews abgehen kann.

Walking Interviews lassen sich anhand unterschiedlicher Ausprägungsformen untergliedern. EVANS & JONES (2011, S. 850) haben dafür eine Typologie entwickelt (**Abb. 8**)



**Abb. 8:** Verschiedene Ausprägungsformen von Walking Interviews (EVANS & JONES, 2011, S. 850)

**Abb. 8** legt dar, dass participatory walking interviews zum Einsatz kommen, wenn Interviewpartner:innen mit dem Gelände bekannt sind. Räumliches Vorwissen ermöglicht es den Interviewpartner:innen, die Führung des Interviews zu übernehmen (KINNEY, 2017, S. 2). Da die COCONAT-Nutzer:innen bereits intensive Erfahrungen mit dem COCONAT-Space gemacht haben, können participatory walking interviews belastbare Daten über das COCONAT-Space generieren.

Die Ansprache der Interviewpartner:innen wird über einen Aushang auf dem COCONAT-Gelände realisiert. Der Aushang (**Anhang 1**) klärt über das Forschungsvorhaben auf, weist auf den Modus des Interviews und inhaltliche Schwerpunkte hin und enthält Kontaktdaten. Der Aushang wurde in deutscher und englischer Sprache verfasst.

Der Aushang wurde im Eingangsbereich des Haupthauses, am sog. „Community-Board“ aufgehängt (siehe **Abb. 9 & Abb. 10**). Das Haupthaus ist der zentrale Orientierungspunkt auf dem Gelände. Räumlichkeiten mit unterschiedlichen Funktionen umgeben das Haupthaus (Bibliothek, Coworking, Hotelzimmer, Garten). Viele COCONAT-Nutzer:innen mit unterschiedlichen Nutzungsabsichten könnten auf den Aushang aufmerksam werden.



**Abb. 9:** Karte des COCONAT-Space, Aushang mit rotem Pfeil markiert (Coconat – Community and Concentrated Work in Natur, o. J.)



**Abb. 10:** Community-Board im COCONAT-Space (Eigene Abbildung, 22.11.2023)

Das Interview wird mit einem Leitfaden, also in halbstandardisierter Form, durchgeführt. Der Leitfaden (**Anhang 2**) enthält grundlegende Fragen an die COCONAT-Nutzer:innen sowie vier Themengebiete: Das Leben auf dem Land, Begegnungen & Community, bedeutsame Orte und Mission on the ground. Die Formulierung „Mission on the Ground“ geht auf Steckbriefe der COCONAT-Nutzer:innen zurück, die im Hauptgebäude des COCONAT-Space aushängen. Der Begriff stimmt mit dem Ziel der Forschung überein, die Walking Interviews nicht auf Wissensarbeiter:innen zu limitieren.

Der Leitfaden wird auf einem Klemmbrett positioniert, sodass man während des Interviews auf den Leitfaden zurückgreifen kann. Der/ die Interviewpartner:in beantwortet die Fragen in keiner festgelegten Reihenfolge, da trotz Leitfaden eine möglichst natürliche Gesprächssituation zustande kommen soll.

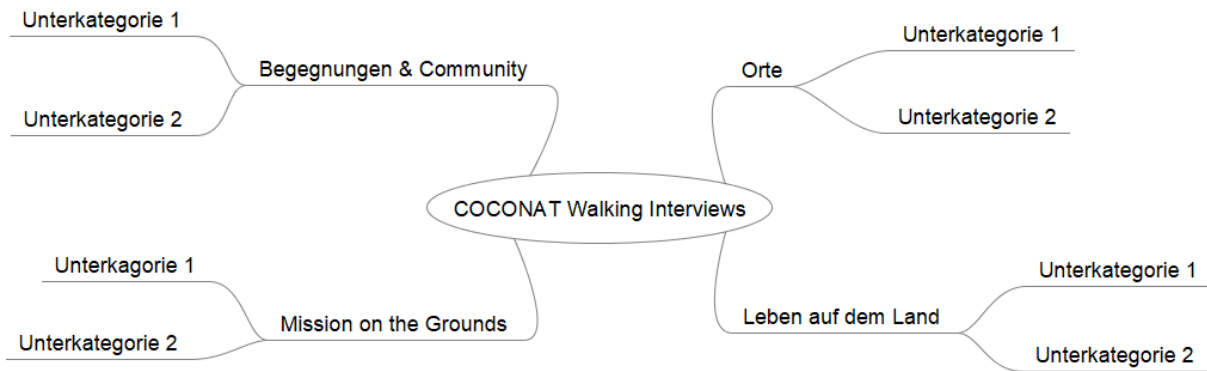
Die Walking Interviews werden mit einem Field Recorder und Mikrofon aufgezeichnet. Die Geräte stehen vier Wochen zur Verfügung. Die Transkription erfolgt nach den Regeln, die KUCKARTZ & RÄDIKE (2019, S. 44 - 45) aufgestellt haben. Die Transkriptionssoftware Amberscript unterstützt die Transkription. Die befragten Personen erhalten die Transkripte und dürfen nachträglich Änderungen vornehmen.

### 3.2 Auswertungsmethode

Die inhaltlich-strukturierende qualitative Inhaltsanalyse, wie sie unter anderem SCHREIER (2014) darstellt, dient dazu, das Ausgangsmaterial auszuwerten. Die inhaltlich-strukturierende qualitative Inhaltsanalyse beruht auf der qualitativen Inhaltsanalyse nach MAYRING (1994). MAYRING (1994, S. 164) unterscheidet bei der qualitativen Inhaltsanalyse zwischen „Zusammenfassung [...] Explikation [...] [und] Strukturierung“. Die inhaltlich-strukturierende qualitative Inhaltsanalyse ist ein Prozess der Explikation und Strukturierung von Material (SCHREIER, 2014).

Die Explikation setzt die Aussagen der COCONAT-Nutzer:innen in einen größeren Zusammenhang (MAYRING, 1994, S. 167). Die Aussagen der COCONAT-Nutzer:innen werden unter Verwendung des theoretischen Vorwissens analysiert. MAYRING (ebd.) spricht hier vom „enge[n] Textkontext“. „Der weite Textkontext“ (ebd.) hingegen umfasst „über den Text hinausgehende Informationen über Textverfasser, Adressaten, Interpreten [und] kulturelles Umfeld“ (ebd.). Da diese Informationen einen wesentlichen Einfluss auf die Forschungsergebnisse nehmen, müssen diese Informationen transparent gemacht werden. Zu diesem Zweck macht die vorliegende Arbeit, anschließend an den Vorschlag von WEBER & WERNITZ (2021, S. 12 - 13), von Interviewjournals Gebrauch (**Anhang 4a - f**).

Die Strukturierung überführt die individuellen Erfahrungen der COCONAT-Nutzer:innen in ein gemeinsames Kategoriensystem (MAYRING, 1994, S. 169 - 172). Der Interviewleitfaden legt die Oberkategorien fest, Unterkategorien folgen aus dem Material (SCHREIER, 2014, Kapitel 2.1 Inhaltlich-strukturierende qualitative Inhaltsanalyse, Absatz 4). Oberkategorien werden in den Interviewtranskripten basierend auf den Farben eines Code-Plans (**Anhang 5**) hervorgehoben. Die Mindmap-Software Freemind soll (erneut an einen Vorschlag von WEBER & WERNITZ (2021, S. 9) anschließend) die Darstellung des Kategoriensystems unterstützen (**Abb. 11**).



**Abb. 11:** Kategoriensystem der Walking Interviews dargestellt in Freemind (eigene Abbildung)

Die Anzahl der COCONAT-Nutzer:innen befindet sich in der Größenordnung von 50 (Wissensplattform Zukunftsorte - Coconat, o. J.). Eine genaue Grundgesamtheit lässt sich nicht festmachen. Vor diesem Hintergrund scheint eine Stichprobengröße von sechs bis zwölf Walking Interviews realistisch. Die inhaltlich-strukturierende Inhaltsanalyse passt zu dieser Menge an Material. Da die inhaltlich-strukturierende Inhaltsanalyse den Fokus auf die „Erfassung von Themen“ (SCHREIER, 2014, Kapitel 3.1 Zusammenfassung, Abs. 2) legt, kann sie auch aus kleinen Stichproben bedeutsame Aussagen konkludieren.

### 3.3 Positionalität

Abschließend gilt es zu bestimmen, welche Position gegenüber dem Forschungsfeld eingenommen wird. Für eine angemessene Annäherung an das Forschungsfeld ist es essentiell, die zu erwartenden Beziehungen zu evaluieren (DOWLING, 2005, S. 32). COCONAT-Nutzer:innen wurden eingangs als Personen definiert, die das COCONAT-Space regelmäßig nutzen. Diese offene Herangehensweise soll gewährleisten, dass die Alltagspraktiken auf dem COCONAT-Gelände aus verschiedenen Perspektiven erschlossen werden. Daraus folgt die Herausforderung, mit unterschiedlichen „power dynamics“ (ebd., S. 33) umzugehen.

Eine große Rolle spielt, welche „Mission on the Ground“ der/ die COCONAT-Nutzer:in erfüllt. Walking Interviews mit Wissensarbeiter:innen finden beispielsweise unter speziellen Rahmenbedingungen statt. Bildung und finanzielle Mittel verschaffen den Wissensarbeiter:innen einen hohen gesellschaftlichen Status (HÖLZEL & DE VRIES,

2021, S. 117; FLORIDA, 2019, S. 38 - 30). DOWLING (2005, S. 32) spricht an dieser Stelle von einer „asymmetrical relationship“.

Der Aushang spricht auch Personen in weniger privilegierten Positionen an. Beziehungen zu Personen, die dem COCONAT-Team angehören und nicht zur kreativen Klasse gehören, sind anders konstituiert als Beziehungen zu Mitgliedern der kreativen Klasse. Mitglieder der kreativen Klasse verfügen beispielsweise über die Ressourcen (z. B. Sprachcodes), sich gegen gegebenenfalls kritische Frage zu behaupten. Die Forschung steht vor der Aufgabe, darzustellen, wie sich Beziehungen auf die Walking Interviews auswirken.



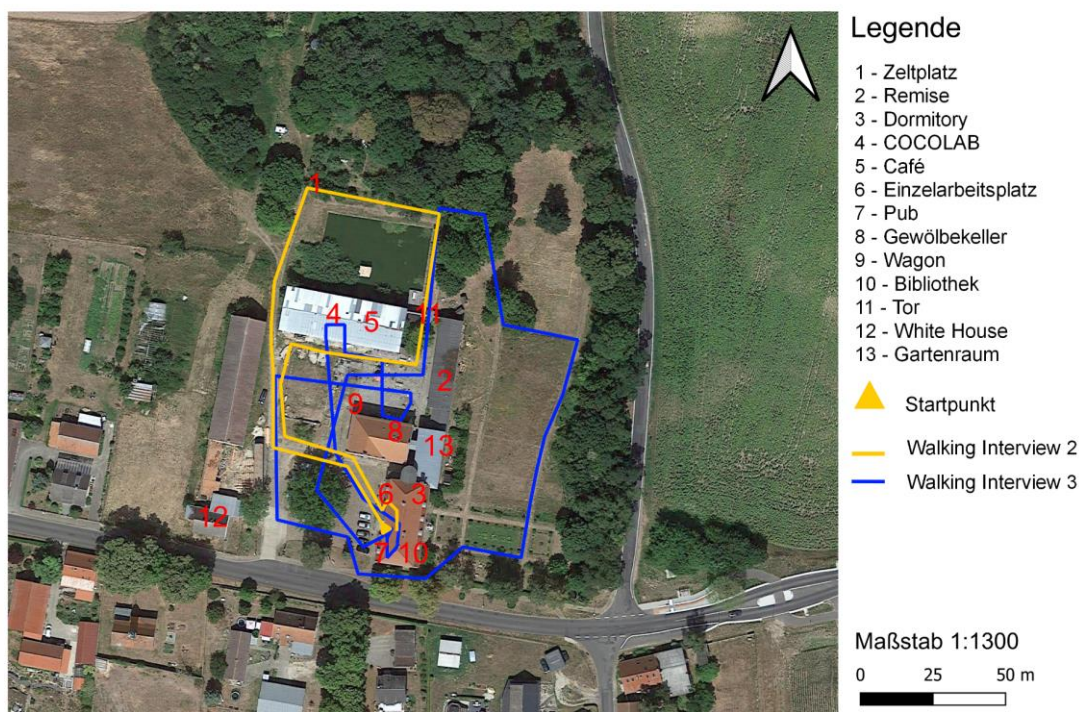
## 4. Walking Interviews mit COCONAT-Nutzer:innen

### 4.1 Allgemeines zu den Walking Interviews

Es wurden sechs Walking Interviews durchgeführt, vier davon auf Deutsch, zwei davon auf Englisch. Die Transkripte lassen sich im **Anhang 3a - f** nachlesen. Interviewjournale (**Anhang 4a - f**) halten die jeweiligen Kontextinformationen fest. Die Nummerierung der Interviewpartner:innen erfolgt analog zu den Buchstaben: **Anhang 3a** enthält Interview eins, **Anhang 3b** enthält Interview zwei usw.

Das kürzeste Walking Interview dauerte 26:01 Minuten, das längste 37:33 Minuten. Die gewählten Strecken unterscheiden sich zum Teil stark voneinander. Das zweite Walking Interview weist die kürzeste Strecke auf und umfasst zwei bedeutsame Orte. Das dritte Walking Interview bildet große Teile des Geländes ab (**Abb. 12**).

Walking Interview zwei und drei im Vergleich, COCONAT-Space (Oktober 2023)



**Abb. 12:** Vergleich der Walking Interviews zwei und drei (eigene Darstellung in QGIS)

Die Befragten erhielten am Anfang eine kurze Einweisung. Die Befragten wurden darauf hingewiesen, dass sie die Strecke und Länge des Walking Interviews



bestimmen. Den Befragten stand es frei, Fragen nicht zu beantworten. Auch wurde betont, dass Orte auf dem COCONAT-Gelände im Fokus stehen sollten.

Jedes Walking Interview begann mit grundsätzlichen Fragen. Diese sollten den Einstieg in die Interview-Situation erleichtern. Gleichermaßen wurden damit Kontextinformationen wie Alter, Beruf und Vorerfahrungen mit Coworking erfasst. Danach folgte die Frage, wo für den/ die Interviewpartner:in ein durchschnittlicher COCONAT-Tag beginnen würde. Anschließend wurden die Interviewpartner:innen darum gebeten, diesen Ort aufzusuchen. Dort angelangt, schilderten die Interviewpartner:innen, was sie mit dem Ort verbinden. Dadurch sollte die Funktionsweise eines Walking Interviews exemplifiziert werden.

Die Walking Interviews endeten mit der Frage, wie die Interviewpartner:innen die Zukunft Brandenburgs bzw. des Hohen Flämings einschätzen. Die Frage sollte den Interviewpartner:innen die Möglichkeit geben, das COCONAT-Space in einen größeren Kontext einzuordnen. Außerdem bekamen die Proband:innen so die Möglichkeit, ihre wichtigsten Gedanken zusammenzufassen.

Die Walking Interviews zeigen unterschiedliche Nutzungsformen. Die Interviewpartner:innen aus dem ersten (**Anhang 3a**) und zweiten (**Anhang 3b**) Walking Interview arbeiten in kreativen Berufen. Interviewpartner eins (folgend mit P1 abgekürzt) ist Programmierer, Interviewpartnerin zwei (folgend mit P2 abgekürzt) ist Korrektorin. P1 und P2 nutzen das COCONAT-Space für Coworking. P1 hat in der Vergangenheit das Coliving-Angebot wahrgenommen: „*[!]ch habe bis [...] Ende August hier gezeltet*“. P2 berichtete, dass sie aktuell auf dem COCONAT-Gelände zeltet.

Die anderen Interviewpartner:innen (**Anhang 3c - 3f**) nutzen das COCONAT-Space, sind jedoch auch im COCONAT-Space angestellt. Interviewpartner drei (folgend mit P3 abgekürzt) und Interviewpartner fünf (folgend mit P5 abgekürzt) halten das COCONAT-Space instand. Interviewpartnerin vier (folgend mit P4 abgekürzt) übernimmt als „*community manager*“ organisatorische Aufgaben, Interviewpartner sechs (folgend mit P6 abgekürzt) koordiniert als „*Landschaftsarchitekt*“ die räumliche Ausgestaltung des Geländes. P6 nutzte bereits das Coliving-Angebot.

Die Interviewpartner:innen waren unterschiedlich intensiv mit dem COCONAT-Space vertraut. P6 und P2 nutzen das COCONAT-Space „*seit drei Jahren*“, P5 wies die kürzeste Nutzungsdauer auf: „*It would have been a little over a week and a half*“.

Vier Interviewpartner:innen haben Erfahrungen mit anderen Coworking Spaces gemacht. P3 verglich das COCONAT-Space mit der „*Alte[n] Hölle*“. Die Alte Hölle ist ein alternativer Wohn- und Arbeitsort für Wissensarbeiter:innen in der Nähe des COCONAT-Space (Wissensplattform Zukunftsorte - Alte Hölle, o. J.). Mit der Alten Hölle wurde ein ehemaliges Hotel einer neuen Nutzung zugeführt (Alte Hölle, o. J.). P3 wohnt auf dem Gelände der Alten Hölle und fährt jeden Tag mit dem Fahrrad zum COCONAT-Space. Wie das COCONAT-Space gehört die Alte Hölle zum Netzwerk Zukunftsorte (Wissensplattform Zukunftsorte - Alte Hölle, o. J.).

Das COCONAT-Space weist Verbindungen zu weiteren Projekten auf. P2 beschrieb, dass das „*ZEGG [...] einen großen Einfluss auf die Region*“ hat. Das ZEGG (Zentrum für Experimentelle Gesellschaftsgestaltung) wirbt für eine alternative Lebensführung in der Kreisstadt Bad Belzig (Wegweiser Hoher Fläming, o. J.). Wie im COCONAT-Space erproben Personen im ZEGG neuartige Gemeinschaftsformen auf dem Land (ZEGG, o. J.).

Das COCONAT-Space kollaboriert mit der Plattform „*Worldpackers*“. Sowohl P4 als auch P5 sind durch Worldpackers auf das COCONAT-Space aufmerksam geworden. Worldpackers bietet Reisen im Verbund mit gemeinnütziger Arbeit an (<https://www.worldpackers.com/>). Internationale Reisende arbeiten im COCONAT-Space im Austausch für kostenloses Wohnen auf dem Gelände. P4 stammt aus Mexiko, P5 aus Australien.

Die restlichen Interviewpartner:innen stammen aus Deutschland, vorwiegend aus dem urbanen Kontext. P1 schätzt seinen Hintergrund als „*eher städtisch*“ ein. P2 hat „*lange in Hamburg gelebt*“, P3 führt aus, dass die Digitalisierungsprojekte im Hohen Fläming es ihm ermöglichten, von Leipzig in einen ländlichen Raum zu ziehen. P6 bezeichnete sich selbst als „*analoger Nomade*“, der das Leben auf dem Land präferiert.

## 4.2 Das COCONAT-Space und die kreative Klasse

Bereits die Interviewpartner:innen geben einen Hinweis darauf, dass COCONAT-Nutzer:innen vor allem aus dem urbanen Kontext stammen. Zwei Befragte heben Berlin als Herkunftsort der COCONAT-Nutzer:innen hervor (siehe **Anhang 3c** und **Anhang 3f**). P2 führt aus, dass COCONAT-Nutzer:innen Wissensarbeit verrichten:

*„Ja, da sind schon viele ITler. Dann kenne ich auch eine, [...] die auch Korrektur liest. Ja, beziehungsweise noch mehr. Einen habe ich kennengelernt, der eine Website betreibt, ähm, zu Fotografie, der selber auch Kurse anbietet, aber auch Produkte bespricht [...]“* (**Anhang 3b**, S. 3)

P1 und P2 sind Wissensarbeiter:innen, die aus der Stadt kommen. Die Formulierung von P1 deutet darauf hin, dass er zunächst ein Leben in der Stadt bevorzugte:

*„Ländlich ist eigentlich gar nicht so meins gewesen, aber ja, immer Großstadt ist ja auch irgendwie [...] ätzend.“* (**Anhang 3a**, S. 2)

Der Proband schätzt *„das kulturelle Angebot und die ganzen Verwirklichungsmöglichkeiten“* der Stadt, assoziiert jedoch mit städtischem Leben Oberflächlichkeit. Im Gegenzug dazu sei das Leben auf dem Land *„bodenständig“* und habe *„irgendwie auch was [...] tieferes“*. P1 und P2 sehen die Stadt weniger als inspirierendes Umfeld für ihre Tätigkeiten. P2 hält im Widerspruch zu FLORIDAS (2019, 2003) Überlegungen fest, dass das Stadtleben mit *„zu viele[n] Menschen, zu viel Lärm [und] zu viele[n] Reize[n]“* einhergeht. Das COCONAT-Space schafft einen Arbeitsraum, der mehr den Bedürfnissen von P1 und P2 entspricht. P1 und P2 regenerieren ihre Kreativität in ländlicher Umgebung.

P2 hebt *„Tierbegegnungen“* gegenüber menschlichen Begegnungen hervor. Die gewählte Strecke der Probandin (**Anhang 4b**) drückt das ebenso aus. P2 ging vom Startpunkt aus zum Zeltplatz (**Abb. 13**). Der Zeltplatz befindet sich im nördlichen Teil des Geländes. Bäume begrenzen den Zeltplatz im Norden, Westen und Osten. Südlich des Zeltplatzes ist ein Teich gelegen, der wiederum an eine Scheune grenzt. Der Zeltplatz kann nicht von außerhalb des Geländes eingesehen werden. Der Zeltplatz repräsentiert für die Probandin Rückzug und Naturverbundenheit:

„[...] ich liebe es, wenn ich morgens aus dem Zelt gehe, und das ist halt diese frische Luft. Der Baum, die Bäume werfen mir gerade Äpfel zu [...].“ (Anhang 3b, S. 3)



**Abb. 13:** Zeltplatz auf dem COCONAT-Gelände (eigene Abbildung, 23.11.2023)

Vom Zeltplatz führte das Walking Interview am Teich vorbei und dann zurück ins Hauptgebäude. P2 präsentierte im Hauptgebäude ihren Einzelarbeitsplatz (**Abb. 14**). Der Einzelarbeitsplatz inspirierte P2 zu weiteren Ausführungen über die Vorteile von Coworking. Im COCONAT-Space könne *„man jederzeit mal Smalltalk halten mit irgendwem“*. P2 lobt die Hintergrundgeräusche aus der Bar. Die Bar selbst oder andere Orte der Gemeinschaft treten im Interview nicht hervor.



**Abb. 14:** Einzelarbeitsplatz im Hauptgebäude des COCONAT-Space (eigene Abbildung, 23.11.2023)

P2 hat keinen Kontakt zur lokalen Bevölkerung, weil ihr Interesse an gemeinschaftlichen Tätigkeiten allgemein gering ausfällt. Allerdings berichtet P2 von Konfliktlinien, die mögliche Verbindungen zwischen den Kreativen und der lokalen Bevölkerung blockieren:

*„Also, ich hatte es mal, dass ich mit dem Taxi vom Bahnhof hierhergefahren bin und sagte zum COCONAT, und dann sagt [...] der Taxifahrer: ‘Ach ja, das komische COCONAT!’ Dann habe ich gefragt, was ist denn daran komisch? Und dann hat er gesagt ‘Ja, es ist halt irgendwie so ...’, das heißt, er hatte Vorbehalte, aber gar nicht konkret, sondern es war halt irgendwas Neues, und das war dann komisch. Also so eine typische Abwehrreaktion aus Nichtwissen heraus [...] Das [...] fand ich irgendwie sehr bezeichnend. Aber ich glaube, auf der anderen Seite ist es auch so, dass bei diesem Gut, ist ja schon viel ausprobiert worden, und hier sind viel Fördergelder auch reingeflossen, nach der Wende auch gerade. Und, ähm, diese Projekte scheitern zu sehen, das ist ja für das Dorf bei so einem zentralen Punkt auch deprimierend [...].“ (Anhang 3b, S. 4)*

Das COCONAT-Space ist kein harmonischer Begegnungsraum von Zugezogenen und der lokalen Bevölkerung. Die lokale Bevölkerung beäugt das COCONAT-Space

kritisch, da das Dorf Klein Glien maßgeblich von der Nutzung des Gutshofes abhängt. Aussagen aus anderen Interviews untermauern, dass die lokale Bevölkerung nicht in das Geschehen auf dem COCONAT-Gelände integriert ist:

*„Sie[, Mitglieder der lokalen Bevölkerung,] nutzen die Feuerwehr, da gibt es die Schnittstelle, aber ansonsten ist die Nutzung auf dem COCONAT also wenig mit den Leuten aus Klein Glien verbunden.“ (Anhang 3f, S. 4)*

*„Perhaps the local area doesn't have too much to do with COCONAT itself.“ (Anhang 3e, S. 7)*

Die Interviewpartner:innen haben dafür Erklärungsmuster entwickelt. P2 schreibt der lokalen Bevölkerung eine gewisse „[R]eserviert[heit]“ zu und nimmt an, dass lokale Unternehmen keinen „Bedarf“ an den Funktionen des COCONAT-Space haben. Diese Perspektive erscheint plausibel, insbesondere wenn man die bisherigen Begegnungen der Probandin mit der lokalen Bevölkerung einbezieht (siehe oben). P4 fügt hinzu, dass die Verslossenheit der lokalen Bevölkerung auf sprachliche Barrieren zurückgeht:

*„[W]e here in COCONAT, we speak English, but if you go to [...] any of the other villages, it's hard to find someone to communicate.“ (Anhang 3d, S. 10)*

Das COCONAT-Space erfüllt nicht die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung. Hingegen vermarkten die Betreiber:innen des COCONAT-Space ein Lebensmodell an Wissensarbeiter:innen aus der Stadt. Zum einen spricht das COCONAT-Space den Arbeitswillen der kreativen Klasse an (Coconat - Arbeiten, o. J.). Zum anderen inszeniert das COCONAT-Space die regenerative Kraft der Region Naturpark Hoher Fläming (Coconat - Entspannen, o. J.). Das COCONAT-Space wirbt mit dem Credo: „Relax [a]nd get some work done“ (Coconat - Buchungsanfrage, o. J.).

Die Interviewpartner:innen artikulieren diese Doppelbedeutung des COCONAT-Space mit einem differenzierten Vokabular. P1 spricht von „work-life-blending“ (Anhang 3a, S. 3), P6 ordnet das COCONAT-Space in eine „New Work Culture“ (Anhang 3f, S. 7) ein. Bei New Work verschwimmen die Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben (WERTHER, 2021, S. 239). FLORIDA (2019, S. 143 - 147) akzentuiert, dass Mitglieder der kreativen Klasse ihre Freizeit so gestalten, dass sie ihren beruflichen Tätigkeiten effektiver nachgehen können.



Das COCONAT-Space bietet regenerative Beschäftigungen für Wissensarbeiter:innen. Beispielsweise findet in der Remise (**Abb. 15**) Yoga statt (**Anhang 3a**, S. 6; **Anhang 3d**, S. 6). Die Remise befindet sich im Mittelpunkt des Geländes zwischen Hauptgebäude und Park im Norden. Die Remise wird aus unterschiedlichen Gründen zur Anlaufstelle. Die Coliving-Gäste, die auf dem Gelände zelten, verwenden die Küche in der Remise (**Anhang 3a**, S. 5; **Anhang 3e**, S. 10). Seminargruppen halten hier Treffen ab, gleichermaßen kann die Remise auch „*entertainment purposes*“ erfüllen (**Anhang 3d**, S. 6). Die Remise repräsentiert das COCONAT-Space im Ganzen. Arbeit und Freizeit verschwimmen, individualisierte Arbeitskräfte pflegen hier ein Gemeinschaftsleben.

Die Umfunktionierung eines ehemaligen Gutshofes in Räumlichkeiten, die Arbeit und Freizeit miteinander integrieren, erscheint als Kompensationsstrategie der kreativen Klasse. Im COCONAT-Space begegnet die kreative Klasse den hohen Arbeitsanforderungen mit sportlichen Aktivitäten und Naturnähe. Eine Abkopplung der kreativen Klasse von der lokalen Bevölkerung kann man in COCONAT-Space durchaus feststellen (bspw. P2 und in Teilen P1). Abtrennungen von der lokalen Bevölkerung sind jedoch mehr ein Folgeeffekt der Naturzuwendung als das tatsächliche kompensatorische Moment. P6 (**Anhang 3f**, S. 8) bezeichnete Wissensarbeiter:innen im COCONAT-Space als „*Leidensgefährten*“, die mit dem COCONAT-Space eine „*Art von Ausbeutungskultur auch noch ästhetisier[e]n*“. In diesem Prozess der Rauman eignung wird Ländlichkeit zu einer „*Konsumware*“ (siehe **Anhang 3f**, 7), die keinen Mehrwert für die lokale Bevölkerung produziert.



**Abb. 15:** Die Remise auf dem COCONAT-Gelände verbindet Berufs- und Privatleben  
(eigene Abbildung, 23.11.2023)

#### 4.3 Das COCONAT-Space und die kreative Gemeinschaft

Die COCONAT-Nutzer:innen sind untereinander bekannt. Das wird unter anderem daran deutlich, dass sich die Interviewpartner:innen gegenseitig referenzieren. P1 erwähnt beispielsweise P4 und P6. Außerdem trafen die Interviewpartner:innen während der Walking Interviews auf andere Interviewpartner:innen (beispielsweise unterbrach P1 das Walking Interview der Probandin zwei). Trotzdem erfährt P2 die Gemeinschaftsbildung im COCONAT-Space nur „am Rande“. Ferner erklärt P1:

*„[...] Community? [Ich habe] jetzt das Wort [...] hier nicht so gespeichert.“*

Die Wissensarbeiter:innen, die das COCONAT-Space regelmäßig nutzen, bilden keine feste Gemeinschaft. Das COCONAT-Space kultiviert vorwiegend ein Gemeinschaftsgefühl innerhalb des COCONAT-Teams. Das COCONAT-Team setzt sich aus internationalen Freiwilligen (P4, P5), hoch mobilen Wissensarbeiter:innen (P6) und vereinzelt Dienstleister:innen aus der lokalen Bevölkerung zusammen. Für die letztere Gruppe nannte P1 als auch P2 die „Rezeptionistin“ als Beispiel.



Das integrative COCONAT-Team macht das COCONAT-Space zur Anlaufstelle für internationale Gäste. Somit erhöht das COCONAT-Space die internationale Präsenz der Region Naturpark Hoher Fläming. P5 unterstreicht, dass er ohne das COCONAT-Space nicht auf die Region Naturpark Hoher Fläming aufmerksam geworden wäre:

*„I mean, [...] it's beautiful here as well. It's not an area I ever would have considered traveling to, if it wasn't for this opportunity at a COCONAT.“ (Anhang e, S. 11)*

P5 gehört zu den Freiwilligen, die ein kurzweiliges Wohn- und Arbeitsarrangement auf dem COCONAT-Gelände wahrnehmen. Daneben ist das COCONAT-Space ein Raum für Migrant:innen, die länger in der Region Naturpark Hoher Fläming leben möchten. P4 berichtet, dass es Migrant:innen schwerfällt, in der Region Naturpark Hoher Fläming (in einem umfassenden Sinne) anzukommen:

*„[S]ometimes it can be a little bit difficult to integrate with the local community when you want to live here for a long time, maybe just for a couple of days, like I guess is in here, you don't notice that. But when you decide to live in this area as an immigrant, uh, it can be a little bit difficult.“*

SAUNDERS (2011) schreibt Begegnungsräumen die Fähigkeit zu, Zuwander:innen das Ankommen in Städten (in einem umfassenden sozioökonomischen Sinne) zu erleichtern. Das COCONAT-Space übernimmt diese Funktion im Hohen Fläming. Das gilt für die internationalen COCONAT-Nutzer:innen genauso wie für Wissensarbeiter:innen aus Deutschland. P1 (**Anhang 3a**, S. 8) schildert ausführlich, dass ihm das COCONAT-Space Kontaktmöglichkeiten in der Region eröffnete (**Anhang 3a**, S. 8). P1 verwendet den Begriff „*Andocken*“. Es fällt auf, dass der Kontakt vorwiegend zu den „*ganzen Zugezogenen*“ besteht. Eine Vermischung mit der eingesessenen Bevölkerung findet nicht statt. An anderer Stelle sagt P1 aus:

*„Naja, es gibt halt einmal [...] diese Trennung so ein bisschen zwischen Leuten, die aus der Region richtig kommen, und Leuten, die halt hier so zugezogen sind. Dass, wenn man hier auf die ganzen Feiern geht[,] [...] dann ist das halt auch meistens so ein bisschen getrennt, ne.“*

Ähnlich fällt der Kontakt zwischen den internationalen COCONAT-Nutzer:innen und der lokalen Bevölkerung aus. P4 und P5 berichten, dass sie keine intensiven Beziehungen zur lokalen Bevölkerung führen.

Im Falle der internationalen Freiwilligen führt das auf den Umstand zurück, dass das COCONAT-Space alle Daseinsgrundfunktionen erfüllt. Für die Freiwilligen besteht nicht die Notwendigkeit, das COCONAT-Space zu verlassen. Die internationalen Freiwilligen leben im White House (**Abb. 16**). Das White House ist ein ehemaliges Wohnhaus, das zur Herberge umfunktioniert wurde. Bis zu neun Freiwillige können im White House Unterkunft finden (**Anhang 3e**, S. 3). Arbeit, Freizeit und Versorgung finden auf dem restlichen Gelände statt.



**Abb. 16:** Im White House wohnen die Volunteers (eigene Abbildung, 23.11.2023)

Internationale Freiwillige, feste Mitglieder des COCONAT-Teams und Wissensarbeiter:innen kommen im Pub (**Abb. 17**) zusammen. Das Pub befindet sich im südlichen Teil des Hauptgebäudes. Alle Interviewpartner:innen, die auch für das COCONAT-Space arbeiten, präsentierten das Pub während des Walking Interviews. P3 hob hervor, dass im Pub die Teammitglieder ihre Tagesaufgaben erhalten. P4 koordiniert vom Pub aus das COCONAT-Team. Das Pub ist nicht der einzige, aber ein stark frequentierter Raum für die Mahlzeiten im COCONAT-Space (siehe **Anhang 3e**, S. 3). P5 (**Anhang 3e**, S. 11) bezeichnete das Pub als „*the heart of the place*“.

COCONAT-Nutzer:innen verschmelzen im COCONAT-Space zu einer Gemeinschaft, die sich nicht auf Wissensarbeiter:innen beschränkt. P5 unterstreicht diesen Umstand:

*„It just seems to be very level ground amongst everyone.” ( Anhang 3e, S.8)*



**Abb. 17:** Im Pub kommen alle COCONAT-Nutzer:innen zusammen (eigene Abbildung, 23.11.2023)

Im COCONAT-Space entsteht keine Gemeinschaft der Kreativen, sondern eine kreative Gemeinschaft. Beispielsweise interpretiert P3 seine Anstellung als Hausmeister als expressive, kreative Tätigkeit; P3 spricht vom „Orte herstellen“. Es handelt sich um kein exploitatives Verhältnis nach PECK (2005). Ganz nach FLORIDAS (2019) Vorstellungen führt die Zusammenarbeit der Kreativen und Nicht-Kreativen zu beiderseitigem Vorteil. P3 führt an anderer Stelle aus, dass die COCONAT-Betreiber:innen die Mitglieder im COCONAT-Team in ihren individuellen Tätigkeiten unterstützen. P4 untermauert, dass es dabei keine Rolle spielt, welcher Art von Arbeit die Teammitglieder nachgehen:

*„[...] [T]he concept is [...] to use [...] the skills of each person and improve them.” (Anhang 3d, S. 4)*

Das COCONAT-Space etabliert eine klassenübergreifende, internationale Gemeinschaft. Die COCONAT-Community begünstigt den Zuzug von

Wissensarbeiter:innen und formt einen leerstehenden Gutshof in ein vitales Dorfzentrum um. Man könnte daher an dieser Stelle festhalten, dass das COCONAT-Space Vorteile für die lokale Bevölkerung erbringt. Dagegen ließe sich argumentieren, dass die lokale Bevölkerung kein Teil der COCONAT-Community ist.

#### 4.4 Das COCONAT-Space und das kreative Dorf

Abschließend soll geprüft werden, ob das COCONAT-Space im Sinne des Creative Village Approaches die kreative Klasse und die lokale Bevölkerung verbindet.

P6 hat bereits professionelle Kooperationen mit der lokalen Bevölkerung initiiert. Dafür führt er zunächst eine *„Gartenlandschaftsbaufirma aus Lübnitz, [...] die hier [im COCONAT-Space] die größeren Flächen mäh[t]“* als Beispiel an. Des Weiteren unterstützt ein *„Baumpfleger [...] aus Wiesenburg“* die Instandhaltung des COCONAT-Space. P6 äußert, dass Verbindungen zum *„Naturparkverein“* Hoher Fläming bestehen. Der Naturparkverein Hoher Fläming stellt eine zentrale Organisation für den Umweltschutz im Hohen Fläming dar (Naturparkverein Hoher Fläming, o. J.). Es zeigt sich erneut, wie intensiv das COCONAT-Space mit lokalen Institutionen vernetzt ist.

Die kollaborative Raumgestaltung des COCONAT-Space ist ein Paradebeispiel für den Creative Village Approach. Der Landschaftsarchitekt kann sich verwirklichen, die lokalen Akteur:innen erhalten einen Auftrag und die COCONAT-Nutzer:innen profitieren von einer hochwertigen Arbeitsumgebung. P6 untermauert seine Beschreibungen mit starkem Raumbezug. So deutet der P6 beim Durchtreten des Tors (**Abb. 18**) nach Norden und erläutert: *„[...] wir haben im Winter diese Scheine geöffnet zum Hagelberg“*. Die Formulierung *„[...] wir haben“* deutet erneut auf die gemeinschaftliche Gestaltung des Geländes hin.





**Abb. 18:** Das Tor bildet den Übergang zwischen Gebäuden und dem Park im Norden  
(eigene Abbildung, 23.11.2023)

Das COCOLAB (**Abb. 19**) ist ein weiterer Anknüpfungspunkt zur lokalen Bevölkerung. Das COCOLAB befindet sich in der Scheune südlich vom Teich und kann über den zentralen Platz des COCONAT-Geländes betreten werden. Im COCOLAB werden neuartige Arbeitsverhältnisse zwischen der kreativen Klasse und Handwerker:innen erprobt (smartVILLAGE - Projekte (o. J.)). Den COCONAT-Nutzer:innen stehen im COCOLAB unterschiedliche Maschinen zur Verfügung. P5 präsentierte im COCOLAB die „3D-Printers“ und die „CNC-machine“. Beide Maschinen verlangen technisches, digitales Know-How, produzieren jedoch materielle Güter. Der von P3 erwähnte „Laser Cut Workshop“ steht in ähnlicher Weise am Übergangspunkt zweier Wirtschaftsbereiche.



**Abb. 19:** COCOLAB kurz nach der Renovierung im Frühjahr 2022 (OPEN COCOLAB, o. J.)

Das COCOLAB beschränkt sich nicht auf die COCONAT-Nutzer:innen. P3 betont, dass die Betreiber:innen des COCONAT-Space *„sehr interessiert [daran] sind“*, die lokale Bevölkerung für Events wie den Laser Cut Workshop zu begeistern. Auch P2 (**Anhang 3b**, S. 5) hebt das COCOLAB als Ansatzpunkt hervor, um die lokale Bevölkerung stärker in das Geschehen auf dem COCONAT-Gelände zu integrieren. P4 gibt an, dass Personen aus dem Dorf das COCOLAB nutzen:

*„But also there are a couple of regular coworkers that are from the community that use the co-working spaces to do their own jobs, like they are not staying in COCONAT, but they use a, for example, [the] Laboratorium.“* (**Anhang 3d**, S. 5)

P3 beantwortet die Frage, inwiefern die lokale Bevölkerung das COCOLAB nutzt, ambivalent:

*„Kann ich mir vorstellen, obwohl auch wieder nicht, weil die meisten Haushalte, die ich jetzt schon kennengelernt habe, die, die länger hier sind, sind alle eigentlich mit einer Werkstatt ausgerichtet und brauchen dann den Coworking Teil hier nicht.“* (**Anhang 3c**, S. 5)



Es ergibt sich kein eindeutiges Bild darüber, ob oder wie intensiv die lokale Bevölkerung das COCOLAB nutzt. Fest steht jedoch, dass von Seiten des COCONAT-Space das Interesse besteht, Praktiken im Sinne des Creative Village Approaches zu etablieren.

Neben Elementen, die man dem Creative Village Approach zuordnen kann, schafft das COCONAT-Space einen anderen Mehrwert für die lokale Bevölkerung. Dazu gehört das Café (**Abb. 20**). Das Café befindet sich zwischen COCOLAB und der Remise und ist ebenfalls über den zentralen Platz zugänglich. Die Betreiberin des Cafés war vorher beim COCONAT-Space angestellt, erhielt jedoch die Möglichkeit, sich mit ihrem Café selbst zu verwirklichen. Das Café auf dem COCONAT-Space verbessert die Daseinsvorsorge im Dorf. P4 expliziert den Mehrwert des Cafés für die lokale Bevölkerung:

*„Nobody was using it and [she] create[d] something really special here, not just for her, but also for the guests and the community. [...] [o]n the weekends, that's when you see the people from Klein Glien or from Halberg, or the villages that are around come to this place.”*



**Abb. 20:** Café Wildmut trägt zur lokalen Daseinsvorsorge bei (eigene Abbildung, 23.11.2023)



Weiterhin finden im COCONAT-Space öffentliche Veranstaltungen statt. P3 stellte den Gewölbekeller als Ort für „Events“ heraus. Das COCONAT-Space möchte mit diesen Veranstaltungen die lokale Bevölkerung ansprechen (Netz der Regionen, o. J.). Regelmäßige öffentliche Veranstaltungen auf einem zentralen Platz in Klein Glien steigern die Lebensqualität vor Ort. Dennoch hat P3 (**Anhang 3c**, S. 4) „*noch nicht so oft miterlebt*“, dass Mitglieder der lokalen Bevölkerung an den Veranstaltungen teilnehmen. P3 fasst zusammen:

*„Ich weiß nicht, ob das schon sehr gelingt, alle Klein Gliener und Wiesenburger einzuladen, daran teilzunehmen.“* (**Anhang 3c**, S. 4)

P6 berichtet über eine solche Veranstaltung (**Anhang 3f**, S. 4). Das fünfjährige Jubiläum des COCONAT-Space ließ im Mai 2022 diverse Akteur:innen auf dem zentralen Platz (**Abb. 21**) zusammenkommen. Im Laufe der Feierlichkeiten soll „*der ehemalige Bürgermeister*“ Klein Gliens geäußert haben, dass „*das [COCONAT-Space] ungefähr das Beste [sei], was dem Dorf hätte passieren können*“. Viele Argumente sprechen für diese These: Das COCONAT-Space schafft Arbeitsplätze, erhöht den Bekanntheitsgrad des Hohen Flämings und verbessert die Versorgungslage in Klein Glien. Dennoch erweisen sich die positiven Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung als weniger ausgeprägt.



**Abb. 21:** Zentraler Platz auf dem COCONAT-Gelände (eigene Abbildung, 23.11.2023)

## 4.5 Forschungsergebnisse

**Abb. 22** stellt die Ober- und Unterkategorien dar. Die Unterkategorien bilden die Themen ab, die von den Interviewpartner:innen am häufigsten genannt und mit substantziellen Aussagen fundiert wurden. Die von MAYRING (1994, S. 170) vorgeschlagenen „Strukturierungsdimensionen“ dienen dazu, Unterkategorien differenziert zu beschreiben („Definition[,] [...] Ankerbeispiele[] [...] [und] Kodierregeln“ (ebd.)).



**Abb. 22:** Ober- und Unterkategorien der Walking Interviews dargestellt in Freemind (eigene Darstellung)

In der Oberkategorie „Mission on the Ground“ traten drei Themenfelder hervor. Coworking, Coliving und Arbeit für COCONAT sind die drei Hauptziele, die die COCONAT-Nutzer:innen auf dem Gelände verfolgen. Einige Interviewpartner:innen bilden Mischformen aus. Beispielsweise kombiniert P2 Coworking mit Coliving. P5 arbeitet für das COCONAT-Space und wohnt auf dem Gelände. Auffällig ist, dass die Mitglieder des COCONAT-Teams (P3, P4, P5 & P6) ihre Arbeit oft als Selbstaussdruck interpretieren. In **Anhang 6a** kann man die vollständige Code-Tabelle nachlesen.

Die Oberkategorie „Begegnungen & Community“ setzt sich aus drei Themengebieten zusammen. Eine Coworking-Community bestehend aus unabhängigen Wissensarbeiter:innen bildet sich im COCONAT-Space nicht. Das COCONAT-Team bildet die COCONAT-Community, in die sich Coworker:innen nach eigenem Bedarf einbringen. Die lokale Bevölkerung ist kein Teil der COCONAT-Community. Teilweise

wurden Konfliktlinien zwischen der COCONAT-Community und der lokalen Bevölkerung konstatiert. Allerdings brachten die Walking Interviews ebenfalls kollaborative Tätigkeiten eines Creative Villages zum Vorschein (z. B. das COCOLAB). **Anhang 6b** fasst die Ergebnisse zusammen.

Die Walking Interviews brachten hervor, dass das COCONAT-Space von Personen genutzt wird, die im urbanen Kontext gelebt haben. Zitate aus der Oberkategorie „Leben auf dem Land“ geben einen Hinweis darauf, dass das COCONAT-Space aktiv als Gegenmodell zum klassischen urbanen Leben der kreativen Klasse konzipiert wird. Die Nähe zur Natur zieht die kreative Klasse ins Dorf. Naturnahe Lebensstile lassen sich als neue Kompensationsstrategie der kreativen Klasse interpretieren. Die kreative Klasse schottet sich im COCONAT-Space jedoch nicht von der restlichen Gesellschaft ab. Die Funktion des COCONAT-Space als Ankunftsort wurde im Vorhinein nicht theoretisch erschlossen. Ausführungen machen die Code-Tabellen im **Anhang 6c**.

**Anhang 6d** überführt die wichtigsten Orte auf dem COCONAT-Gelände in eine tabellarische Übersicht. Vom Zeltplatz, vom Pub und der Remise profitiert die lokale Bevölkerung nicht. Das Café verbessert die Daseinsvorsorge im Dorf, das COCOLAB versucht Verbindungen zwischen Handwerker:innen aus der Region und Wissensarbeiter:innen zu knüpfen. Das Pub wurde am häufigsten während der Interviews aufgesucht (vier Mal). Die Interviewpartner:innen erwähnten am häufigsten das Pub (fünf Mal) und das COCOLAB (fünf Mal).

Das COCONAT-Space repräsentiert FLORIDAS (2019, S. 7) Vorstellungen einer „creative economy“. Die COCONAT-Nutzer:innen vertreten eine offene Welthaltung und wollen sich auf dem Gelände selbst verwirklichen. Das Angebot reicht dabei von klassischen Coworking bis hin zu physischer Arbeit und „Orte herstellen“. Die unterschiedlichen intrinsischen Interessen der COCONAT-Nutzer:innen schließen einen ungenutzten Gutshof an die gegenwärtige Ökonomie an.

Die lokale Bevölkerung profitiert davon, ist jedoch kein Teil der COCONAT-Gemeinschaft. Die Walking Interviews zeigen, dass Konfliktlinien zwischen dem COCONAT-Space und der lokalen Bevölkerung bestehen. Angebote wie das COCOLAB und öffentliche Veranstaltungen sind vorhanden, werden aber kaum wahrgenommen. Eine übergeordnete Gemeinschaft aus lokaler Bevölkerung und

COCONAT-Nutzer:innen entsteht nicht. Praktiken im Sinne des Creative Village Approaches haben sich vereinzelt etabliert, treten aber insgesamt nur am Rande auf.

Die Gründe dafür können unterschiedlicher Natur sein. Einerseits könnte das von den Interviewpartner:innen vorgebrachte Argument der „[R]eserviert[heit]“ zutreffen. Die lokale Bevölkerung sei demnach voreingenommen, da viele Bemühungen, den Gutshof in Klein Glien wiederzubeleben, gescheitert sind. Andererseits wäre es denkbar, dass die COCONAT-Betreiber:innen noch keinen Weg gefunden haben, um die lokale Bevölkerung, Wissensarbeiter:innen und internationale Gäste gleichzeitig anzusprechen.

#### 4.6 Reflexion der Forschungsergebnisse

Walking Interviews erwiesen sich als sinnvolle Methode, um das Geschehen auf dem COCONAT-Gelände zu erschließen. Die Interviewpartner:innen zogen in den Walking Interviews Verbindungen zwischen ihren Tätigkeiten auf dem COCONAT-Gelände und den besuchten Orten. Einigen Interviewpartner:innen fiel es leichter, Raum und persönliche Erfahrungen in einen Kontext zu bringen.

P6 ließ sich während des Walking Interviews am stärksten vom COCONAT-Gelände inspirieren. P6 unterstrich seine Aussagen mit Fingerzeigen und Handbewegungen und gelang es, die Führung zu übernehmen. Das Walking Interview mit Interviewpartner sechs implizierte die größte Machtasymmetrie. P6 konnte durch seine Ausbildung zum Landschaftsarchitekten in elaborierter Weise über das COCONAT-Space referieren.

Bei den restlichen Interviewpartner:innen gestaltete sich die Machtbeziehung ausgeglichener. Die Befragten aus den ersten fünf Walking Interviews waren weniger dazu geneigt, die Führung zu übernehmen. Oft warteten die Interviewpartner:innen auf Nachfragen oder mussten darauf hingewiesen werden, einen Raumbezug herzustellen. Dies störte den natürlichen Gesprächsfluss, war aber notwendig, um den räumlichen Fokus der Forschungsfrage zu erhalten. Die vorherige Erklärung der Forschungsmethode sowie die Frage, wo ein typischer COCONAT-Tag für die befragte Person beginnt, waren nicht ausreichend, um eine ähnliche Ausgangsbasis für alle Interviewpartner:innen zu schaffen.

Des Weiteren ist es fraglich, ob durch die sechs Walking Interviews die theoretische Sättigung erreicht wurde. Sechs Walking Interviews wurden im Methodenkapitel als Minimum definiert. Dass nur dieses Minimum erreicht wurde, liegt in der Ansprache der Interviewpartner:innen begründet. Der Aushang erwies sich als ineffektiver Weg der Kontaktaufnahme. Keine Person meldete sich über die angegebenen Kontaktwege. Personen, die sich regelmäßig auf dem COCONAT-Gelände aufhielten, mussten persönlich angesprochen werden.

Die Methode bildet nicht die Perspektive der lokalen Bevölkerung ab. Eine quantitative oder qualitative Methode, die die Forschung um die Perspektive der lokalen Bevölkerung ergänzt, hätte eine umfassende Antwort auf die Forschungsfrage erlaubt. Beispielsweise hätten Gruppendiskussionen mit Vertreter:innen einzelner Gruppen (COCONAT-Betreiber:innen, COCONAT-Nutzer:innen, Lokalpolitik, Handwerker:innen aus der Region o. Ä.) gezeigt, wo Konfliktlinien in Hinblick auf das COCONAT-Space verlaufen.

Die Annäherung an das COCONAT-Space erfolgte aus einer kritischen Perspektive. Bereits die Forschungsfrage enthält die Vermutung, dass die lokale Bevölkerung nicht vom COCONAT-Space profitiert. Die Theorie zur kreativen Klasse plausibilisiert derartige Hypothesen. Jedoch lässt sich nicht leugnen, dass das Forschungsinteresse am COCONAT-Space aus einem spekulativen Misstrauen heraus entstand.

Mit dem Eintreten in das Feld änderte sich diese Betrachtungsweise. Der regelmäßige Aufenthalt im COCONAT-Space sowie der persönliche Kontakt mit Coworker:innen und Team-Mitgliedern führten zu einer „schrittweisen Aufgabe der Außenperspektive“ (FLICK, 2016, S. 149). Man könnte dafür argumentieren, dass damit eine wissenschaftlich distanzierte Haltung zum COCONAT-Space verloren ging (ebd., S. 149 - 152.). Jedoch konnte ein tiefgehender Einblick in das COCONAT-Space erst erreicht werden, indem man „Vertrautheit“ (ebd., S. 149) zwischen COCONAT-Nutzer:innen und Forscher schafft. Dafür musste man selbst zum Coworker werden.

## 5. Fazit

Das Verhältnis zwischen ländlichen und städtischen Räumen gehört zu den relevantesten Themen der Wirtschafts- und Sozialgeographie. Derzeit bringen Informations- und Kommunikationstechnologien, New Work sowie veränderte Werte und Bedürfnisse neue Stadt-Land-Beziehungen hervor. Coworking Spaces auf dem Land sind Teil dieses Wandels.

Coworking Spaces auf dem Land stehen zwischen zwei Parteien. Zum einen erproben Wissensarbeiter:innen aus der Stadt in ländlichen Coworking Spaces einen unkonventionellen Lebensstil. Zum anderen möchten die Mitglieder der lokalen Bevölkerung von der Umfunktionierung leerstehender Gebäude profitieren.

Ein Coworking Spaces kann vormals landwirtschaftlich geprägte Region zum Aufschwung verhelfen. Neben der Verbesserung der lokalen Daseinsvorsorge, sorgt der Zuzug von Wissensarbeiter:innen für neue Dynamiken in der Dorfgemeinschaft. RICHARD FLORIDA (2019, 2003) schreibt Wissensarbeiter:innen die Fähigkeit zu, den Wohlstand einer Region zu sichern. Inspirieren sich die Wissensarbeiter:innen in einem gemeinsamen Begegnungsraum wie einem Coworking Spaces, kann das für strukturschwache, ländliche Regionen einen Anschluss an die Wissensökonomie bedeuten.

Jedoch hat die Literatur gezeigt, dass es problematisch sein kann, wenn Wissensarbeiter:innen bzw. Kreative unter sich bleiben. Der gemeinsame Aufstieg der Region wird dann von Abschottung blockiert. Zusätzlich leidet darunter die lokale Bevölkerung, da die Infrastruktur nicht mehr ihren Bedürfnissen entspricht.

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, das COCONAT-Space in Klein Glien anhand dieser Vorüberlegungen einzuordnen. Gezeigt hat sich, dass zwischen COCONAT-Nutzer:innen und der lokalen Bevölkerung Konflikte vorherrschen. Zunächst erscheint das COCONAT-Space als neues Lifestyle-Produkt einer privilegierten Schicht, die sich von der lokalen Bevölkerung abschottet.

Allerdings haben die Walking Interviews ebenso etablierte Praktiken zu Tage gefördert, die im Sinne des Creative Village Approaches allen Beteiligten von Nutzen

sind. Insbesondere das COCOLAB erwies sich als Raum, der das kollaborative Denken von Wissensarbeiter:innen mit handwerklichen Tätigkeiten verbindet. Die lokale Bevölkerung scheint dieses Angebot begrenzt wahrzunehmen.

Vor Durchführung der Walking Interviews wurde nicht erwartet, dass das COCONAT-Space die Funktion eines Ankunftsortes übernimmt. Im COCONAT-Space kommen Wissensarbeiter:innen aus Deutschland mit internationalen Freiwilligen, Migrant:innen und dem COCONAT-Team zusammen. Die lokale Bevölkerung ist jedoch kein Teil der COCONAT-Gemeinschaft.

Betreiber:innen des COCONAT-Space halten FLORIDAS (2019, 2003) Credo der kreativen Selbstverwirklichung hoch. Bisher nimmt die lokale Bevölkerung nicht daran teil, sondern profitiert vornehmlich von indirekten Effekten. Gründe dafür wurden im Rahmen dieser Bachelorarbeit lediglich vermutet.

Zusammenfassend handelt es sich beim COCONAT-Space um einen Ort, an dem vielfältige Phänomene zusammenkommen. Die Rückkehr der kreativen Klasse in den ländlichen Raum, die voranschreitende Digitalisierung sowie vereinzelte Kollaborationen zwischen innovativen und traditionellen Wirtschaftszweigen lassen in Klein Glien einen einzigartigen Ort entstehen. Man kann Interviewpartnerin vier nachvollziehen, wenn sie auf die Frage, ob es Orte in Städten gibt, die dem COCONAT-Space ähneln, entgegnet:

*„Not even [...] just [in] the city, like in the world.“* (Anhang 3d, S. 6 – 7).



## Literaturverzeichnis

- Alte Hölle. (o. J.). Alte Hölle – Lebendiger Projektort für nachhaltiges Leben, Begegnung, Handwerk, Digitalisierung & Kunst. <https://alte-hoelle.de/>, 22.11.2023).
- Asher, U., Bade, K., Heiß, L., Hentschel, P. & Paaß, J. (2022). Übermorgen – Vom Leerstand zum Zukunftsort. *Netzwerk Zukunftsorte* (Hrsg.). 1. Auflage (5000), Brandenburg.
- Bähr, U., Biemann, J., Lietzau, J., & Hentschel, P. (2020). Coworking im ländlichen Raum: Menschen, Modelle, Trends. Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). *CoWorkLand & Netzwerk Zukunftsorte*. <https://doi.org/10.11586/2020076>
- Barnstedt, T. (2021). Veränderung von Gewohnheiten durch die Architektur und Gestaltung von Coworking-Arbeitswelten. In Werther, S. (Hrsg.). *Coworking als Revolution der Arbeitswelt: von Corporate Coworking bis zu Workation*. (S. 38 – 51). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Barnes, K., Waitt, G., Gill, N., & Gibson, C. (2006). Community and nostalgia in urban revitalisation: A critique of urban village and creative class strategies as remedies for social 'problems'. *Australian Geographer*, 37(3), S. 335 – 354.
- Benitz, G. (14. März, 2021). Coworking auf dem Land – ein neuer Trend? BBA-Fachmagazin für Architekten, Planer und Bauingenieure. In: <https://www.bba-online.de/news/coworking-auf-dem-land-ein-neuer-trend/>, Abrufdatum: 29.10.2023.
- Berlin Institut für Bevölkerung und Entwicklung. (2022). Landlust neu vermessen – Wie sich das Wanderungsgeschehen in Deutschland gewandelt hat. [https://www.berlin-institut.org/fileadmin/Redaktion/Publikationen/Berlin-Institut\\_\\_\\_Wuestenrot\\_Stiftung\\_Landlust\\_neu\\_vermessen.pdf](https://www.berlin-institut.org/fileadmin/Redaktion/Publikationen/Berlin-Institut___Wuestenrot_Stiftung_Landlust_neu_vermessen.pdf)
- Bernhardt, A. (2021a). Coworking-Atmosphären: Zum Zusammenspiel von kuratierten Räumen und der Sicht der Coworkenden als Raumhandelnde Subjekte. Springer VS.

- Bernhardt, A. (2021b). Coworking-Gemeinschaft aus Sicht der Nutzer:innen. In Werther, S. (Hrsg.). *Coworking als Revolution der Arbeitswelt: von Corporate Coworking bis zu Workation*. (S. 51 – 66). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Brint, S. (2001). Professionals and the 'Knowledge Economy': Rethinking the Theory of Postindustrial Society.
- Brecknock, R. (2004). Creative capital: Creative industries in the creative city. Retrieved March, 3, 2007.
- Dowling, R. (2005). Power, subjectivity and ethics in qualitative research. In *Qualitative research methods in human geography*, Oxford University Press. S. 19 - 29.
- Cloke, P. (1985). Counterurbanisation: a rural perspective. *Geography*, Vol. 70 (1), S. 13 – 23.
- Coconat. (o. J.). Coconat – Community and Concentrated Work in Nature. <https://coconat-space.com/de/>, Abrufdatum: 27.10.2023.
- Coconat – Arbeiten. (o. J.). A Workation Retreat – Dein Arbeitsplatz mitten in der Natur. <https://coconat-space.com/de/arbeiten/>, Abrufdatum: 22.11.2023.
- Coconat - A Workation Retreat. (o. J.). A Workation Retreat – Ruhe ohne allein zu sein. <https://coconat-space.com/de/uebernachten/>, Abrufdatum: 02.11.2023.
- Coconat – Buchungsanfragen. (o. J.). Buchungsanfrage – Relax and get some work done. <https://coconat-space.com/de/buchungsanfrage/>, Abrufdatum: 22.11.2023.
- Coconat – Entspannen. (o. J.). A Workation Retreat – In 5 Minuten vom Schreibtisch in die Natur. <https://coconat-space.com/de/entspannen/>, Abrufdatum: 22.11.2023.
- Coconat – Mission & Vision. (o. J.). Mission & Vision. <https://coconat-space.com/de/about/#:~:text=Nach%20zwei%20erfolgreichen%20Testl%C3%A4ufen%20er%C3%B6ffnete,2017%20dauerhaft%20im%20Gutshof%20Glien>, Abrufdatum: 02.11.2023.
- Cohendet, P., Grandadam, D., & Simon, L. (2010). The anatomy of the creative city. *Industry and innovation*, 17(1), S. 91 – 111. <https://doi.org/10.1080/13662710903573869>

- CoWorkLand. (2022). Chancen und Risiken für Coworking in den ländlichen Räumen Niedersachsens. <https://www.mb.niedersachsen.de/startseite/aktuelles/presseinformationen/studie-sieht-gute-chancen-fur-landliches-coworking-in-niedersachsen-213396.html>, Abrufdatum: 01.10.2023.
- Eder, J. (2019). Wissensintensität und Innovationen im ländlichen Raum: Unternehmen im Spannungsfeld zwischen Tradition, überregionalen Netzwerken und Digitalisierung. In Bußjäger, P., Keuschnigg, G., Schramek, C. (Hrsg.). *Raum neu denken – von der Digitalisierung zur Dezentralisierung*. (S. 71 – 91.) Institut für Föderalismus – Schriftenreihe Band 127
- Evans, J., & Jones, P. (2011). The walking interview: Methodology, mobility and place. *Applied geography*, 31(2), S. 849 – 858.
- Flick, U. (2016.) *Qualitative Sozialforschung – Eine Einführung*. Komplett aktualisierte Neuauflage. Rowohlt Taschenbuch Verlag. Erscheinungsort der Originalausgabe: Reinbeck bei Hamburg, Erscheinungsjahr der Originalausgabe: 1995. Verwendete Ausgabe: 10. Auflage, 2021.
- Florida, R. (2003). Cities and the creative class. *City & community*, 2(1). S. 3 – 19.
- Florida, R. (2019). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books. Updated 2019 Paperback Edition. Erscheinungsjahr der Originaledition: 2002.
- Foertsch, C. & Canol, R. (2013, 22. August). Es war einmal ... Die Geschichte von Coworking in Zahlen. *Deskmag – The Coworking Magazine*. <https://www.deskmag.com/de/coworking-spaces/die-geschichte-von-coworking-spaces-in-zahlen-zeitleiste-868>, Abrufdatum: 01.10.2023.
- Fritsch, M., & Stützer, M. (2007). Die Geographie der Kreativen Klasse in Deutschland: The geography of the Creative Class in Germany. *Raumforschung und Raumordnung*, 65 (1), S. 15 – 29. <https://doi.org/10.1007/BF03183820>
- Geisberger, M. (2023). Smarte Regionen – Ländlicher Raum als Chancenraum? In Ahrens, D. (Hrsg.) *Smart Region: Angewandte digitale Lösungen für den ländlichen Raum*. (S. 25 – 41). Springer Fachmedien Wiesbaden.. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-38236-0>

- Growe, A., Henn, S. & Scheffer, C. (2020). Co-Working-Spaces als Treffpunkt – Impulse für die Quartiersentwicklung? Das Beispiel Hagelberg. *Standort*, 44, S. 73 – 79.
- Hauser, C. (2019). Digitalisierung im ländlichen Raum: Die dritte Dimension der Disparität? In Bußjäger, P., Keuschnigg, G., Schramek, C. (Hrsg.). *Raum neu denken – von der Digitalisierung zur Dezentralisierung*. (S. 125 – 141). New Academic Press. Institut für Föderalismus – Schriftenreihe Band 127
- Heinzel, V. & Engstler, M. (2021). SWOT-Analyse zum Vergleich der Potenziale und Herausforderungen vielfältiger Varianten von Coworking. In Werther, S. (Hrsg.). *Coworking als Revolution der Arbeitswelt: von Corporate Coworking bis zu Workation*. (S. 18 – 38). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-62657-3>
- Helbrecht, I. (2011). Die neue Intoleranz der kreativen Klasse: Veränderungen in der Stadtkultur durch das Arbeitsethos der flexiblen Ökonomie. In Frey, O. & Koch, F. (Hrsg.). *Die Zukunft der Europäischen Stadt: Stadtpolitik, Stadtplanung und Stadtgesellschaft im Wandel*, S. 119 – 135.
- Helbrecht, I. & Dirksmeier, P. (2013). Stadt und Performanz. In Miege, H. & Heyl, C. (Hrsg.). *Stadt. – Ein interdisziplinäres Handbuch*. (S. 283 – 298). Verlag J. B. Metzler Stuttgart, Weimar
- Holz, C. (2019). Digitalisierung ist Dezentralisierung. Ein Essay über die Anfänge einer digitalen Gesellschaft ohne Zentralen. In Bußjäger, P., Keuschnigg, G., Schramek, C. (Hrsg.). *Raum neu denken – von der Digitalisierung zur Dezentralisierung*. (S. 257 – 272.). New Academic Press. Institut für Föderalismus – Schriftenreihe Band 127.
- Hölzel, M. & de Vries, W. T. (2021). Moderne Arbeitsformen durch Coworking als Chance ländlicher Entwicklung. In Werther, S. (Hrsg.). *Coworking als Revolution der Arbeitswelt: von Corporate Coworking bis zu Workation*. (S. 111 – 132). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-62657-3>
- Kühl, J. (2016). Walking Interviews als Methode zur Erhebung alltäglicher Raumproduktionen. *Europa Regional*, 23(2), S. 35 – 48.

- Kinney, P. (2017). Walking interviews. *Social research update*, 67(1-4).
- Kuckartz, S. & Rädiker. (2019). Analyse qualitativer Daten mit MAXQDA. Springer VS.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-22095-2>
- Mayring, P. (1994). Qualitative inhaltsanalyse, UVK Univ.-Verl. Konstanz. Vol. 14, 159 – 175.
- Mieg, H. (2013). Einleitung: Perspektiven der Stadtforschung. In Mieg, H. & Heyl, C. (Hrsg.). *Stadt. – Ein interdisziplinäres Handbuch*. (S. 1 – 14). Verlag J. B. Metzler Stuttgart, Weimar.
- Merkel, J. (2017). Richard Florida: The rise of the creative class. In Eckhard, F. (Hrsg.). *Schlüsselwerke der Stadtforschung*, Springer, Berlin. S. 69 – 90.
- Merkel, J., & Oppen, M. (2012). Bedeutungsvolle Orte. Eine kultursoziologische Annäherung an kreative Handlungsressourcen in Städten.
- Naturparkverein Hoher Fläming e. V. (o. J.). Naturparkverein Hoher Fläming – Naturparkzentrum. <https://www.naturpark-hoher-flaeming.de/naturparkzentrum/naturparkverein-hoher-flaeming-e.v..html>,  
 Abrufdatum: 24.11.2023.
- Netz der Regionen. (o. J.). Coconat workation retreat. <https://hub.netz-der-regionen.net/index.php/pages/2430-coconat>, Abrufdatum: 01.11.2023.
- Netzwerk Zukunftsorte. (o. J.). *Netzwerk Zukunftsorte – Offene Orte für Leben & Arbeiten auf dem Land*. <https://zukunftsorte.land/>, Abrufdatum: 28.10.2023.
- Oldenburg, R. (2013). The café as a third place. In Tjora, A., & Scambler, G. (Hrsg.). *Café society*. (S. 7 – 21). New York: Palgrave Macmillan.
- OPEN COCOLAB. (o. J.). *Am Dienstag den 29.03.2022 zieht der Frühling bei uns ein und wir öffnen die Türen zum Open Cocolab*. <https://coconat-space.com/de/events/open-cocolab/>. Die oberen und unteren Ränder des Bildes wurden abgeschnitten. Abrufdatum 27.11.2023.
- Poppe, T. (2021). Teamwork für Smart Regionen – Stadtwerke gestalten den digitalen Wandel für mehr Lebensqualität. In Mertens, A., Ahrend, K. M., Kopsch, A., Stork, W. (Hrsg.). *Smart Region – Die digitale Transformation einer Region nachhaltig*

- gestalten*. S. 29 – 39. Springer Fachmedien Wiesbaden.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-29726-8>
- Peck, J. (2005). Struggling with the creative class. *International journal of urban and regional research*, 29(4), S. 740 – 770.
- Pratt, A. C. (2011). The cultural contradictions of the creative city. *City, culture and society*, 2(3), S. 123 – 130.
- Rastghalam, M., Seidaiy, E., & Nouri, H. (2017). The Creative Village Approach as a Tool for Creating Village Futures. *Journal of Futures Studies*, 21(3). S. 35 – 48.
- Rus, A., & Orel, M. (2015). Coworking: a community of work. *Teorija in Praksa*, 52(6), S. 1017 – 1038.
- Ruscheinski, T. (2023). Herausforderungen ländlicher Räume – das Ziel gleichwertiger Lebensverhältnisse. In Ahrens, D. (Hrsg.) *Smart Region: Angewandte digitale Lösungen für den ländlichen Raum*. (S. 9 – 23). Springer Fachmedien Wiesbaden.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-38236-0>
- Sassen, S. (1997). Metropolen des Weltmarktes – Die neue Rolle der Global Cities (2. Aufl.). Campus Verlag, Frankfurt/ Main.
- Saunders, D. (2011). Die neue Völkerwanderung – Arrival Ctiy. Deutschland. Pantheon-Verlag, Ausgabe April 2013. Zweite Auflage. Verlagsgruppe: Random House FSC.
- Schmidt, S. (2020). Kreative Ökonomien in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg. In S. Becker und M. Naumann (Hrsg.). *Regionalentwicklung in Ostdeutschland*. S. (149 – 161). Springer Verlag. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-60901-9\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-662-60901-9_12)
- Schürzinger, H. (2023). Die Arbeit im Dorf lassen – Coworking als Perspektive für ländliche Regionen. In Ahrens, D. (Hrsg.) *Smart Region: Angewandte digitale Lösungen für den ländlichen Raum*. (S. 245 – 264.). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-38236-0>
- Schreier, M. (2014, January). Varianten qualitativer Inhaltsanalyse: Ein Wegweiser im Dickicht der Begrifflichkeiten. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, Vol. 15, No. 1.



- smartVILLAGE. (o. J.). *Smart Village – Unsere Zukunft. Hier*. <https://smart-village.net/>, Abrufdatum: 25.10.2023.
- smartVILLAGE – Projekte (o. J.). CocoLab – Maker’s Retreat – Ein Projekt von COCONAT. <https://smart-village.net/cocolab/>, Abrufdatum: 23.11.2023.
- Stadt Bad Belzig - Stadtportrait und Ortsteile. (o. J.). *Hagelberg*. In: <https://www.bad-belzig.de/verzeichnis/objekt.php?mandat=56797>, Abrufdatum: 01.11.2023.
- Rumpf, S. (2018). Originaltitel des Bildes: Ein modernes Großraumbüro sollte Rückzugsräume bieten. In: *Süddeutsche Zeitung. Leise sein und aufräumen*. <https://www.sueddeutsche.de/karriere/open-space-leise-sein-und-aufraeumen-1.3931896>, Abrufdatum: 01.10.2023.
- Vivant, E. (2013). Creatives in the city: Urban contradictions of the creative city. *City, Culture and Society*, 4(2), S. 57 – 63.
- Weber, S. T., & Wernitz, F. (2021). Die Inhaltsanalyse nach Mayring als Auswertungsmethode für wissenschaftliche Interviews (No. 6/2021). IUBH Discussion Papers-Business & Management.
- Wegweiser Hoher Fläming. (o. J.). Wegweiser Hoher Fläming – ZEGG Bildungszentrum gGmbH. <https://wegweiser-hoher-flaeming.de/projekte/zegg-bildungszentrum-ggmbh/>, Abrufdatum: 22.11.2023.
- Werther, S. (2019). Coworking-Monitor Deutschland mit Implikationen für Unternehmen. Coworking-Szene im Aufbruch. *Arbeit und Arbeitsrecht*, 4, S. 228 – 231.
- Werther, S. (2021). Diverse Texte in Werther, S. (Hrsg.). *Coworking als Revolution der Arbeitswelt: von Corporate Coworking bis zu Workation*. Grundlagen zu Coworking, Coliving und Workation (S. 3 – 11.) Coworking Spaces zwischen Zweitem und Drittem Ort (S. 15 – 17). Potenziale von Coworking im ländlichen Raum (S. 96 – 99). Coworking und New Work (S. 237 – 240). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-62657-3>.
- Wiedemann, M. & Klug, P. (2021). Attraktive ländliche Räume durch digitale Kommunen. In Mertens, A., Ahrend, K. M., Kopsch, A., Stork, W. (Hrsg.). *Smart*

- Region – Die digitale Transformation einer Region nachhaltig gestalten.* (S. 15 – 28). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-29726-8>
- Will, O. C. (2021). Smart Regions – Elemente einer Transferagenda. In Mertens, A., Ahrend, K. M., Kopsch, A., Stork, W. (Hrsg.). *Smart Region – Die digitale Transformation einer Region nachhaltig gestalten.* (S. 457 – 474). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-29726-8>
- Wissensplattform Zukunftsorte – Alte Hölle. (o. J.). Alte Hölle – Brandenburg Reetzerhütten. <https://wissen.zukunftsorte.land/orte/altehoelle> Abrufdatum: 22.11.2023.
- Wissensplattform Zukunftsorte – Coconat. (o. J.). Coconat – Brandenburg Bad Belzig, Klein Glien. <https://wissen.zukunftsorte.land/orte/coconat>, Abrufdatum: 01.11.2023.
- Worldpackers (o. J.). Travel, collaborate, make an impact. <https://www.worldpackers.com/>, Abrufdatum: 22.11.2023.
- ZEGG (o. J.). ZEGG – Gemeinschaft. Beratung. <https://www.zegg.de/de/wissensmedien/gemeinschaft>, Abrufdatum: 22.11.2023.

## Abbildungsverzeichnis

<b>Abb. 1:</b> Open-Space-Büro im Coworking Space Smartvillage München (RUMPF, S., 2018) .....	4
<b>Abb. 2:</b> Coworking Spaces im Kontext anderer Organisationsformen von Wissensarbeit (WERTHER, 2021, S. 16).....	5
<b>Abb. 3:</b> Entstehungsprozess kreativer Ideen (BRECKNOCK, 2004, S. 3).....	7
<b>Abb. 4:</b> Verteilung der kreativen Klasse in Deutschland in Prozent der Bevölkerung (FRITSCH & STÜTZER, 2007, S. 21).....	8
<b>Abb. 5:</b> Teufelskreis der Entvölkerung (CLOKE, 1985, S.18) .....	9
<b>Abb. 6:</b> Im Creative Village entsteht die ländliche kreative Klasse (RASTGHALAM et. al., 2017, S. 41) .....	12
<b>Abb. 7:</b> Karte des COCONAT-Space (Coconat – Community and Concentrated Work in Natur, o. J.).....	13
<b>Abb. 8:</b> Verschiedene Ausprägungsformen von Walking Interviews (EVANS & JONES, 2011, S. 850).....	16
<b>Abb. 9:</b> Karte des COCONAT-Space, Aushang mit rotem Pfeil markiert (Coconat – Community and Concentrated Work in Natur, o. J.) .....	17
<b>Abb. 10:</b> Community-Board im COCONAT-Space (Eigene Abbildung, 22.11.2023).	18
<b>Abb. 11:</b> Kategoriensystem der Walking Interviews dargestellt in Freemind (eigene Abbildung) .....	20
<b>Abb. 12:</b> Vergleich der Walking Interviews zwei und drei (eigene Darstellung in QGIS) .....	22
<b>Abb. 13:</b> Zeltplatz auf dem COCONAT-Gelände (eigene Abbildung, 23.11.2023)....	26
<b>Abb. 14:</b> Einzelarbeitsplatz im Hauptgebäude des COCONAT-Space (eigene Abbildung, 23.11.2023) .....	27

<b>Abb. 15:</b> Die Remise auf dem COCONAT-Gelände verbindet Berufs- und Privatleben (eigene Abbildung, 23.11.2023).....	30
<b>Abb. 16:</b> Im White House wohnen die Volunteers (eigene Abbildung, 23.11.2023) ..	32
<b>Abb. 17:</b> Im Pub kommen alle COCONAT-Nutzer:innen zusammen (eigene Abbildung, 23.11.2023) .....	33
<b>Abb. 18:</b> Das Tor bildet den Übergang zwischen Gebäuden und dem Park im Norden (eigene Abbildung, 23.11.2023).....	35
<b>Abb. 19:</b> COCOLAB kurz nach der Renovierung im Frühjahr 2022 (OPEN COCOLAB, o. J.) .....	36
<b>Abb. 20:</b> Café Wildmut trägt zur lokalen Daseinsvorsorge bei (eigene Abbildung, 23.11.2023) .....	37
<b>Abb. 21:</b> Zentraler Platz auf dem COCONAT-Gelände (eigene Abbildung, 23.11.2023) .....	38
<b>Abb. 22:</b> Ober- und Unterkategorien der Walking Interviews dargestellt in Freemind (eigene Darstellung) .....	39

## Anhang

### /Anhang1 – Aushang

Aushang.pdf

### /Anhang2 – Interviewleitfaden

Interviewleitfaden.pdf

### /Anhang3 – Interviews

Anhang3a.pdf (Interview 1)

Anhang3b.pdf (Interview 2)

Anhang3c.pdf (Interview 3)

Anhang3d.pdf (Interview 4)

Anhang3e.pdf (Interview 5)

Anahng3f.pdf (Interview 6)

### /Anhang 4 – Interviewjournale & Strecken

Anhang4a.pdf (Interviewjournal 1)

Anhang4b.pdf (Interviewjournal 2)

Anhang4c.pdf (Interviewjournal 3)

Anhang4d.pdf (Interviewjournal 4)

Anhang4e.pdf (Interviewjournal 5)

Anahng4f.pdf (Interviewjournal 6)

### /Anhang 5 – Codeplan

Codeplan.pdf

### /Anhang 6 – Code-Tabellen

Anhang6a.pdf (Code-Tabelle Mission on the Ground)

Anhang6b.pdf (Code-Tabelle Community & Begegnungen)

Anhang6c.pdf (Code-Tabelle Leben auf dem Land)

Anhang6d.pdf (Code-Tabelle Orte)

### /Bachelorarbeit Digitale Version

Bachelorarbeit Digitale Version.pdf

