



Masterarbeit

Universität Bremen



Quelle: Weserwork.de

WISSENSTRANSFER IM COWORKING SPACE LOKALE LERNEFFEKTE UND GEOGRAPHISCHE NÄHE

ABSTRAKT

In dieser qualitativen Untersuchung soll der Einfluss von Nähe auf den Wissensaustausch und Lerneffekte im Coworking evaluiert werden. Hierfür wurden 13 Coworker in Experten-interviews befragt. Zentrale Ergebnisse sind die Bedeutung geographischer Nähe für zufälligen Wissensaustausch und der Einfluss institutioneller Nähe für weiterführende Zusammenarbeiten und gegenseitiges Lernen. Zudem trägt ein diversifiziertes Umfeld zu innovativem Verhalten bei. Ein endgültiger Beweis über den Zusammenhang von Nähe und dem Austausch bestimmter Formen des Wissens steht noch aus.

Daniel Ebert

Stadt- und Regionalentwicklung

Matrikelnummer: 3010451

Hermannstraße 120

28201 Bremen

Email: debert@uni-bremen.de

Tel: +49 160 94 63 86 42

Masterarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades Master of Arts an der Universität Bremen.

Eingereicht am 16. September 2016 von

Daniel Ebert

Matrikelnummer: 3010451

B.A. Soziologie/ -Anglistik

Hermannstraße 120

28201 Bremen

Email: debert@uni-bremen.de

Tel: +49 160 94 63 86 42

am Institut für Geographie

Bibliothekstr. 1

28359 Bremen.

Erstgutachter

Prof. Dr. Ivo Mossig

Zweitgutachter

PD Dr. rer. Pol. Dirk Fornahl

Danksagung

Dank gilt der Geschäftsführung von Weserwork - Bernhard Havermann - und der Assistenz der Betriebsleitung - Agnes Dobrzynski - für die unkomplizierte Zusammenarbeit. Des Weiteren gilt ein besonderer Dank Frau Uta Albrecht für das Interesse an diesem Projekt und die Vermittlung interessanter Gesprächspartner.

Für eine kompetente Betreuung und zwei Jahre aufschlussreichem Studium der Stadt- und Regionalentwicklung danke ich ebenfalls Herrn Prof. Dr. Ivo Mossig und PD Dr. Dirk Fornahl.

Inhalt

1. Einleitung – Coworking Spaces als Orte des Wissens.....	1
2. Motivation und Herleitung der Forschungsfrage	3
2.1 Die Neuorganisation der Arbeit und der Coworking Space	3
2.2 Wissensaustausch und Nähe im Coworking Space	7
2.3 Fragestellung	9
3. Stand der Forschung und Forschungsbedarf.....	9
4. Theoretischer Hintergrund	16
4.1 Begriffe des Wissens	16
4.2 Die räumliche Konzentration der Wirtschaft im Coworking Space?	23
4.3 Formen der Nähe	25
4.4 Lerneffekte und Wissensaustausch.....	29
4.5 Das Konzept der ‚Related Variety‘	33
5. Das methodische Vorgehen	35
5.1 Erhebungsmethode: Qualitative Experteninterviews	36
5.2 Auswahl des Untersuchungsgegenstandes	37
5.3 Auswertungsmethode: Qualitative Inhaltsanalyse.....	38
6. Ergebnisse	42
6.1 Das Kategoriensystem	43
6.1.1 Deduktives Vorgehen.....	43
6.1.2 Induktives Vorgehen	43
6.2 Kategorien	44
6.2.1 Deduktive Kategorienbildung und Auswertung.....	44
6.2.2 Induktive Kategorienbildung und Auswertung	52
6.3 Die Beantwortung der Forschungsfrage	57
6.4 Weitere Ergebnisse	60
7. Kritische Reflexion und Ausblick.....	61
8. Referenzen	63
9. Online Referenzen.....	68
Appendix	i
Fragebogen	i
Urheberrechtliche Erklärung.....	ii
Erklärung zur Veröffentlichung von Abschlussarbeiten.....	iii

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Systematik des Wissens	12
Abbildung 1: Hierarchie von Daten, Informationen und Wissen.....	18
Abbildung 2: Formen des Wissens.....	23

1. Einleitung – Coworking Spaces als Orte des Wissens

Die Praxis des Lernens und des gegenseitigen Wissensaustausches ist ein für wirtschaftliches Handeln ein entscheidender Prozess und Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen. Fragestellungen bezüglich dieses Themas betreffen immer wieder die geographische Verortung dieses Prozesses ob auf regionaler oder in einer immer stärker vernetzten Welt auch auf globaler Ebene. Diese Arbeit möchte den Fokus auf eine kleinteiligere Form des Wissensaustausches richten und dabei den Coworking Space als Ort untersuchen, in dem Menschen bewusst die räumliche Nähe zueinander suchen, um voneinander zu lernen und von den Erfahrungen anderer zu profitieren.

Coworking - das ist zunächst das gemeinschaftliche Arbeiten unabhängiger Akteure, die die gleiche Infrastruktur nutzen. Der Begriff beschreibt dabei ein junges Phänomen, das seinen Ursprung im ersten Coworking Space namens „Hat factory“ 2005 in San Francisco hat und seitdem zu einem globalen Trend geworden ist (Bizzarri 2014: 196). Besonders Soloselbstständige und Mikrounternehmen sollen demnach hier einen Raum finden, der ihnen Platz zur Umsetzung kreativer Ideen und Austausch mit anderen liefert (Merkel & Oppen 2013). Der Coworking Spaces betont dabei die Wichtigkeit von Lernen und dem Zugang zu neuem Wissen für eine dienstleistungsorientierte Wirtschaft, die immer mehr auf Innovationen setzt. Doch welche Mechanismen liegen diesem Austausch zugrunde und reicht es aus Coworker¹ lediglich räumlich zusammenzubringen? Welche Vorteile entstehen konkret für Nutzer eines Coworking Spaces?

Die vorliegende Arbeit möchte genau an dieser Stelle die wissenschaftliche Diskussion um Wissenstransfer bedingt durch Nähe ergänzen. In dieser Formulierung werden die beiden theoretischen Schwerpunkte bereits angesprochen. Zum einen ist das Konzept der Nähe ein in der Wissenschaft kontrovers diskutiertes Thema. Im geographischen Sinn ist Nähe dann interessant, wenn sich Akteure aus bestimmten Gründen räumlich auffällig verhalten, indem sie sich beispielsweise an einem Ort konzentrieren. Kurze Wege machen nicht nur den Transport von Waren günstiger, sondern können auch dazu beitragen, dass Wissen leichter übertragen wird. Aber Akteure können sich auch auf andere Weise nah sein. Z.B. wenn diese

¹ Soweit im Folgenden Berufs-, Gruppen- und / oder Personenbezeichnungen verwendet werden, ist gleichzeitig die jeweils weibliche Form miteingeschlossen. Der Verfasser sieht daher bewusst von einer genderneutralen Ausdrucksweise ab, um die Leserlichkeit des Textes zu erhöhen.

sich auf fachlicher Ebene gut verstehen oder dieselben Rituale vollziehen. Ein zweiter Schwerpunkt ist der Wissensbegriff. Es besteht ein Unterschied, ob Individuen einfache Informationen über Fakten oder Erfahrungen und Wissen um Fähigkeiten austauschen. Während reines Faktenwissen, auch über große Distanzen, leicht weitergegeben werden kann, verhält es sich mit der Fähigkeit beispielsweise einen Roman zu verfassen schon anders.

Im Interesse der Wissenschaft theoretische Annahmen über Wissen und Nähe zu überprüfen, gilt dabei meist den Beziehungen zwischen Unternehmen. Die individuelle Ebene wird dabei oft vernachlässigt. Aktuelle Arbeiten versuchen diese Lücke zu schließen, indem sie den Fokus auf den Entrepreneur als Wissensträger richten und untersuchen, inwiefern Individuen von einem Umfeld profitieren „that is rich in knowledge“ (Acs et al. 2013: 758). Auch herrscht ein Defizit über die Kenntnis der genauen Mechanismen des Austausches und der Produktion von Wissen. Klassische Modelle konzentrieren sich hier zu sehr auf Input-Faktoren wie Investitionen in Forschung und Entwicklung (FuE) und vernachlässigen Dienstleistungsbranchen (Schmidt 2015). Untersuchungen, inwiefern der Coworking Space als einzigartige Form der Arbeitsorganisation ein Umfeld schafft, das zum Lernen anregt, und inwiefern Coworker von der Nähe zu anderen profitieren, stehen noch aus.

Coworking Spaces zeichnen sich zudem durch eine große Heterogenität ihrer Nutzer aus. Ob Start-Up oder Profi, Designer oder Anwalt – es ist gerade diese Vielfalt, die den Coworking Space zu einem spannenden Forschungsgegenstand macht. Doch inwiefern profitieren die Coworker selbst von diesem Umfeld, und kann dieses den Wissensaustausch beeinflussen? Im Anschluss an die theoretische Diskussion soll der Frage nachgegangen werden, ob Diversifizierung oder Spezialisierung eher zu innovativem Verhalten anregen und inwiefern dies von Formen der Nähe beeinflusst wird.

Im Aufbau der Arbeit wird zunächst der Begriff des Coworking Spaces theoretisch differenziert und die Motivation für die Forschungsfrage geklärt. Anschließend soll der Stand der Forschung Anknüpfungsmöglichkeiten an bestehende Forschungen sowie Forschungsbedarf ermitteln. Im vierten Teil werden die theoretischen Konzepte dieser Arbeit wissenschaftlich eingeordnet. Für die empirische Analyse wurden 13 Coworker des Bremer Coworking Space Weserwork in qualitativen Experteninterviews befragt und die Ergebnisse inhaltsanalytisch ausgewertet. Ein qualitatives Vorgehen bietet sich in Bezug auf den heterogenen und noch wenig erforschten Forschungsgegenstand an um die Offenheit für neue Ergebnisse zu gewährleisten. Die Ergebnisse sowie eine kritische Reflexion des Vorgehens bilden den Schluss der Arbeit.

2. Motivation und Herleitung der Forschungsfrage

In diesem zweiten Teil wird die Motivation für die Fragestellung des Themas begründet und das Vorgehen zur Beantwortung dieser erläutert. Der Begriff des Coworking Spaces wird in diesem Kontext genauer definiert, und die Beziehung zwischen dem Konzept der Nähe und dem Wissensaustausch werden kurz vorgestellt, bevor im vierten Kapitel eine genauere theoretische Einordnung folgt.

2.1 Die Neuorganisation der Arbeit und der Coworking Space

Die Praxis wie wir arbeiten hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert. Zunächst beschreibt der sektorale Strukturwandel die Verschiebung der Beschäftigtenanteile in den westlichen Industrieländern weg vom verarbeitenden hin zu einem dienstleistungsorientierten Gewerbe. In Deutschland vereint letzteres 74% der Erwerbstätigen (BMWi 2013) und in anderen EU-Ländern wie z.B. dem Vereinten Königreich liegt dieser Anteil mit 79% (Rhodes 2015: 3) sogar noch höher. Wissen, wenn auch nicht unumstritten, gilt als Grundlage immer komplexer werdender Aufgaben und als wichtige Ressource für Innovation und somit wirtschaftliches Wachstum (Ilbert 2007; Koch et al. 2007). Der immer schnellere Austausch an Informationen und die Emergenz von Informationstechnologien stehen systematisch für diese Entwicklung (Steinbiecker 2011).

Doch wie wirkt sich diese neue Organisation der Wirtschaft auf die Praxis unserer Arbeit aus? Einerseits ist festzustellen, dass Investitionen in die Ressource Wissen für das Individuum immer wichtiger werden. Besonders in den Branchen der sekundären Dienstleistung², aber auch in personenbezogenen Dienstleistungen, steigt die Bedeutung von Wissen und Qualifikation (Senghaas-Knobloch 2008: 32). Zudem nehmen die Anforderungen an persönliche Qualitäten zu. Während industriell gefertigte Produkte kein Eigenleben führen, sind besonders bei Humandienstleistungen Fähigkeiten wie eine gute Kommunikation - z.B. mit Kunden oder anderen Kollegen - gefragt (Glaser 2006: 309).

Gleichzeitig zwingen immer kürzere Produktlebenszyklen in einem globalisierten Wettbewerb Unternehmen zu mehr Innovationskraft. Unflexible unternehmerische Strukturen, die wenig Raum für neue Ideen lassen, erscheinen bei dieser Entwicklung nicht mehr zeitgemäß. Im Bestreben in kurzen Abständen Innovation zu erzeugen, wird dem Individuum immer mehr

² Berufe im Bereich der Beratung, Forschung und Vermittlung (Senghaas-Knobloch 2008: 32).

Verantwortung übertragen, in flachen Hierarchien selbstständig Lösungen für Probleme zu entwickeln (Bauer & Kern 2010: 24).

Auch in Bezug auf die Arbeitsbiographien identifiziert Schöneberger (2007) signifikante Veränderungen beim Wandel einer auf Masse ausgerichteten fordistischen Arbeitsweise hin zu einer dienstleistungsorientierten Wirtschaft. Für den Autor zeichnet sich dieser anhand einer Prekarisierung, Flexibilisierung, Subjektivierung und De-Institutionalisierung der Arbeit ab (ebd.: 75ff). Laut dieser These nehmen klassische Erwerbsbiographien mit geregelten Arbeitszeiten und festen Anstellungen ab und mit diesen auch soziale Sicherungen wie tariflich geregelte Arbeitszeiten und Gehälter. Unter dem Begriff Flexicurity wird die Debatte über die Vereinbarkeit flexibler Arbeit und sozialer Sicherung geführt. Dabei werden auch veraltete Sozialversicherungsstrukturen kritisiert und Nachbesserung gefordert (Klammer 2005: 267f).

In Bezug auf die Erreichbarkeit oder die flexible Zusammensetzung in zeitlich begrenzten Arbeitsgruppen wird vom Individuum erhöhte Flexibilität erwartet. Aber auch auf Seiten des Individuums steigen die Ansprüche an den Arbeitsplatz, und berufliche Verwirklichung gewinnt an Priorität. Positive Einflüsse auf die Arbeitszufriedenheit werden gemessen, wenn am Arbeitsplatz verschiedene Bedürfnisse erfüllt werden wie abwechslungsreiche Arbeit, Identifikation mit der Arbeit oder Autonomie (Genkova 2007: 232). So sind es nicht nur monetäre Anreize, die Menschen dazu bewegen, sich in einem Beruf zu engagieren und gute Leistungen zu vollbringen. Ein kreatives Umfeld am Arbeitsplatz mit Raum zur Selbstverwirklichung und eine intrinsische Arbeitsmotivation sind Ausdruck dieses individuellen Lebensstils (Florida 2002).

Freelancer³ werden in diesem Zusammenhang als Phänomen dieser modernen Arbeitswelt diskutiert (Süß et al. 2013). Eine besondere Eigenschaft dieser besonderen Form der Arbeitsorganisation ist die hohe Flexibilität mit der Freelancer beispielsweise in Projekten eingesetzt bzw. abgezogen werden können. Doch wie manifestiert sich diese neue Form des Arbeitens räumlich, und wie verändern neue Ansprüche die Anforderungen an den Arbeitsplatz? Bender (2013) attestiert „kreativ arbeitenden Freelancern“ eine „nicht zu unterschätzende Leistung der Ortswahlen und der (Arbeits-) Raumkonstitution“ (ebd.: 8f). Menschen gestalten also ihre Umgebung auch am Arbeitsplatz immer mehr selbst und identifizieren sich mit dieser.

³ Freie Mitarbeiter.

Zugang zu neuen Ideen und Austausch ist ein weiterer Anspruch an die Orte, der auf Wissen ausgerichteten Form, des Wirtschaftens. Die Entwicklung innovative Produkte ist mehr und mehr arbeitsteilig und vereint die die Kompetenzen vieler Facharbeiter (Fritsch 2011: 72). Die Nähe zu anderen kann also für die eigene Innovationskraft entscheidend sein und die Transaktionskosten der Zusammenarbeit senken, um so eine effizientere Kommunikation zu ermöglichen. Neben formellen Kooperationen kann es so aber auch zu der nicht-intendierten Weitergabe von Wissen kommen. Durch einfaches Beobachten im direkten räumlichen Umfeld können Kompetenzen erlernt oder das Marktumfeld besser verstanden werden.

Ein Ort, der diesen neuen Anforderungen an die Arbeit versucht, gerecht zu werden und dahingehend auch von den Nutzern definiert wird, ist der Coworking Space, der auch Gegenstand der Forschung in dieser Arbeit sein wird. Das Prinzip des Zusammenarbeitens ist an sich nicht neu, doch geschieht dies meistens in festen Strukturen beispielsweise in Firmen, oder formell zwischen Vertragspartnern. Der Coworking Space als Geschäftsmodell ist allerdings ein noch recht junges Phänomen. Es beschreibt eine „räumlich institutionalisierte Form des Arbeitens nebeneinander, ohne dass in der Regel miteinander gearbeitet wird“ (Bender 2013: 25). Arbeitsplätze werden zu täglichen, wöchentlichen oder monatlichen Raten flexibel angemietet. Die Zahl der Coworking Spaces, in seinen verschiedenen Formen, steigt stetig an. Für 2015 konstatierte das Online Magazin deskmag.com, das sich als Magazin für neue Formen des Arbeitens und ihre Orte versteht, weltweit 7.800 Coworking Spaces. Diese Zahl soll bis zum Ende des Jahres 2016 die 10.000 übersteigen (deskmag.com).

Kwiatkowski & Buczynski (2011) sehen in Coworking Spaces allerdings mehr als nur das bloße Arbeiten in einem gemeinsamen Raum. Für die Autoren ist Coworking „a state of mind [...] that happens in shared, collaborative workspaces in which the emphasis is on community (not space), relationships, and productivity“ (ebd.: 6). Das Konzept des Coworking Spaces allerdings einheitlich zu definieren, ist in Bezug auf die Vielfältigkeit seiner Nutzer und deren Arbeitsweisen komplex. In der Literatur finden sich fünf Prinzipien des Coworking, die von mehreren Autoren zur Definition des Begriffs herangezogenen werden. Diese sind der Wille mit anderen zusammenzuarbeiten (Collaboration), Gleichgesinnte, die von der Gemeinschaft profitieren (Community), ein schonender Umgang mit knappen Ressourcen (Sustainability), die Bereitschaft Ideen zu teilen (Openness) und die Verfügbarkeit im finanziellen und physischen Sinne (Accessibility) (Schürmann 2013: 32; Jones et al. 2009: 15).

Spinuzzi (2012) kritisiert diese Darstellung als zu ungenau und nähert sich einer Definition des Coworking Space auf einer soziokulturellen Ebene (ebd.: 403). Auf die große Heterogenität

unter den Coworkern hinweisend differenziert der Autor anhand einer empirischen Untersuchung verschiedener Coworking Spaces in Austin, Texas drei Arten des Coworking Space, die sich in ihren Prinzipien unterscheiden (ebd.: 409ff):

Der *Community Work Space* ist darauf ausgerichtet, Räume zu bieten, an denen Menschen durch ihre Arbeit einen gemeinnützigen Mehrwert erschaffen. Kommunikation zwischen den Coworkern ist nur an dafür vorgesehenen Orten möglich, und die Arbeit findet eher nebeneinander als miteinander statt. Ein Entgelt für die Benutzung eines Arbeitsplatzes ist nicht zwingend vorgesehen. Im Gegensatz zu diesem Modell wird im *Unoffice* die Kommunikation zwischen den Mitgliedern gefördert. Es soll eine Büroatmosphäre geschaffen werden, in der Coworker ihre Unternehmung effizient umsetzen können und vom Wissen anderer profitieren. Der *Federate Work Space* geht sogar noch einen Schritt weiter. Hier sollen sich im Idealfall formelle Bindungen zwischen den Coworkern etablieren, und die Netzwerkbildung steht im Vordergrund.

Diese Differenzierung zeigt, dass die Ziele und Voraussetzungen von Coworkern in Teilen sehr unterschiedlich sind. Merkel & Oppen (2013) setzen auf der Ebene der Nutzer an und beschreiben für die Gruppe der Freelancer die wichtigsten Motivationen für die Arbeit im Coworking Space. Zunächst wird der erleichterte berufliche Einstieg als Grund genannt. Da sich viele Freiberufler eine vollständige Büroinfrastruktur nicht leisten können, stellt der Coworking Space einen echten finanziellen Anreiz dar. Auch die Möglichkeit, bei schlechter Auftragslage, den Arbeitsplatz aufzulösen, bietet mehr Sicherheit. Des Weiteren ist für Freiberufler das gegenseitige Lernen eine Ressource, auf die sie besonders im Coworking Space zurückgreifen können. Zuletzt kann im Coworking Space schneller Kontakt zu Geschäftspartnern und Netzwerken geknüpft werden (ebd.: 5).

Mit diesem Beispiel soll gezeigt werden, dass Coworker selbst einen Teil zur Definition des Coworking Spaces beitragen und durch ihr Verhalten das Aussehen ihres Arbeitsplatzes mitbestimmen. Der Anbieter des Coworking Space hat nicht immer die volle Kontrolle über die Umsetzung seines Produktes, und so kann die Definition dieses Ortes als fortlaufender Prozess verstanden werden (Spinuzzi 2012: 432). Folglich wird an dieser Stelle eine Definition des Coworking Space vorgeschlagen, die das Verhalten der Coworker berücksichtigt und nicht nur die Prinzipien des Ortes der Arbeit festlegt. Fuzi (2015) erkennt den Coworking Space als einen gemeinschaftsorientierten Ort an, an dem Arbeiter aus verschiedenen Branchen zusammenkommen. Entscheidend an diesen Orten sind

„intangible factors and social aspects including entrepreneurial networking, mentoring (from fellow members, hosts and networks) through flexible, informal settings, which enhance possession, access and use of different forms of capital (social, human and financial)” (ebd.: 468).

Durch den Fokus auf die immaterielle bzw. soziale Ebene hat diese Definition zwei Vorteile. Erstens wird beschrieben, auf welche Weise und in welchem Umfang sich ein Coworker in die Gemeinschaft einbringen möchte. Dies kann z.B. über aktives Netzwerken oder Beratung geschehen. Zweitens wird festgelegt welche Ziele ein Coworker verfolgt. Offen ist ob dieser an der Steigerung des sozialen, menschlichen oder ökonomischen Kapitals interessiert ist. Diese Definition scheint aus den genannten Gründen in der aktuellen Diskussion am zielführendsten.

2.2 Wissensaustausch und Nähe im Coworking Space

Ein Aspekt, der sich wahrscheinlich wegen seiner Offensichtlichkeit in der wissenschaftlichen Literatur zu Coworking Spaces kaum wiederfindet, ist die bloße räumliche Nähe der Coworker an ihrem Arbeitsort zueinander. Während Kommunikationstechnologien den Austausch von Information zwar immer effizienter ermöglichen, entschließen sich Menschen dazu, räumlich konzentriert an einem Ort zu arbeiten. Ziel dieser räumlichen Konzentration ist es einen Mehrwert zu schaffen „while sharing information and wisdom by means of communication and cooperating” (Uda 2013: 2). Doch welche Bedeutung hat Nähe bei diesem Prozess des Austausches? Das Zusammenspiel von räumlicher Nähe und Wissensaustausch im Coworking Space besser zu verstehen, ist die Motivation dieser Forschungsarbeit.

Neben anderen Eigenschaften des Coworking Space soll hier also explizit der Wissensaustausch zwischen den Coworkern untersucht werden. Coworking Spaces, gelten unter anderem als Orte von “creative practices supporting innovation processes” (Schmidt et al. 2013). Durch eine offene Atmosphäre, die zum Austausch anregt, sollen Coworker nach Möglichkeit vom Wissen anderer profitieren bzw. eigene Ideen teilen. Der Austausch von Wissen innerhalb oder zwischen Organisationen ist in der wissenschaftlichen Literatur ein ausführlich behandeltes Thema. In Bezug auf die informelle Ebene der Interaktion, wie er auch im Coworking Space geschieht, stellen Amin & Cohendet (2004) die Bedeutung von *communities* für den Austausch und die Generierung von Wissen heraus. Diese *communities* „acting under conditions of voluntary exchange and respect of the social norms which are

defined within each group” (ebd.: 9), werden von den Autoren als Kernelemente unternehmerischer Kreativität und Innovation gesehen. Als Beispiel werden hier Tech-Labs genannt.

Unter den Begriff *community of practice* werden diese Formen der Zusammenarbeit in der Literatur seit Anfang der 1990er-Jahre diskutiert. Eine grundlegende Charakteristik dieser communities of practice ist „face-to-face interaction between members working in close proximity to one another, in which identity formation through participation and the negotiation of meaning are central to learning and knowledge generation” (Amin & Roberts 2008: 355). Räumliche Nähe ist also als Argument für den Wissensaustausch in der Forschung Thema. Mit dem Postulat *proximity matters* wird in der Diskussion jedoch nicht nur räumliche Nähe als Faktor von Wissensaustausch, Innovation und Lernen gesehen. Auch andere Formen der Nähe gelten als ausschlaggebend für diese Prozesse.

Amin & Cohendet (2005) ergänzen räumliche Nähe durch die der relationalen bzw. sozialen. Das Argument ist, dass Akteure sich nicht an einem Ort aufhalten müssen, um sich im Austausch zu befinden und voneinander zu lernen. Austausch ist in dieser Darstellung nicht mehr an Orte gebunden, sondern an die Interessen der Akteure (ebd.: 469). Ergänzend dazu erkennt Gertler (2008) am Beispiel von räumlich getrenntem Lernen die kulturelle Dimension als wichtig für diesen Prozess an. Wirtschaftliche Akteure lernen demnach besser voneinander, wenn sie einen ähnlichen sprachlichen, organisatorischen Hintergrund bzw. Bildungsstand aufweisen (ebd.).

Im Bemühen, die verschiedenen Dimensionen von Nähe trennscharf gegeneinander abzugrenzen, um einen besseren analytischen Zugang zu ermöglichen, differenziert Boschma (2005) fünf Dimensionen der Nähe. Diese umfassen eine *kognitive, organisatorische, soziale, institutionelle* und *geographische* Dimension (ebd.: 62). Die genaue Bedeutung dieser Dimensionen soll weiter unten ausgeführt werden. Wichtig an dieser Stelle ist die Frage des Autors, inwiefern räumliche Nähe Auswirkungen auf die anderen Dimensionen der Nähe hat. Boschma verneint also die Rolle räumlicher Nähe keinesfalls. Für den Autor ist weiter von Interesse, inwiefern sich bestimmte Formen der Nähe ergänzen (ebd.: 62f).

Inwiefern sich verschiedene Formen der Nähe auf gegenseitiges Lernen und Wissensaustausch auswirken, soll hier am Gegenstand des Coworking Space untersucht werden. Die Annahme, dass Coworker überhaupt daran interessiert sind, sich mit anderen auszutauschen, beruht einerseits auf empirischen Befunden laut derer für 68% der Coworker der Austausch von Wissen durch das Arbeiten im Coworking Space erwartet wird (deskmag.com). Andererseits

wird anhand theoretischer Überlegungen angenommen, dass durch „the ease of interaction across different bodies of knowledge located in proximity of one another“ (Malmberg & Maskell 2006: 4) eine erhöhte Wissensproduktion entsteht. Die Coworker sind also theoretisch aus ökonomischer Sicht daran interessiert, Zugang zu diesem Wissen zu erlangen. Durch diese Arbeit wird ebenfalls untersucht, inwiefern der Coworking Space *lokalisierte Lerneffekte* fördert.

2.3 Fragestellung

Die Frage, die in dieser Forschungsarbeit beantwortet werden soll, umfasst einerseits die Rolle der verschiedenen Formen der Nähe für den Wissensaustausch und andererseits den Coworking Space als Ort des Lernens. Des Weiteren soll die Forschungsfrage das qualitative Vorgehen dieser Arbeit abbilden. Eine Formulierung, die diese Kriterien erfüllen soll lautet:

Inwiefern tragen Formen der Nähe zum Wissensaustausch und zu Lerneffekten im Coworking Space bei?

3. Stand der Forschung und Forschungsbedarf

Wie bereits angedeutet, ist der Coworking Space ein neues Phänomen, dessen Ursprung auf den Softwareentwickler Brad Neuberg zurückgeht, der diesen 2005 zum ersten Mal verwendete. Ziel war die Entwicklung einer Arbeitsweise, die weder das isolierte Arbeiten, noch die Arbeit für ein Unternehmen charakterisiert (Jones et al. 2009: 9). Seitdem haben sich mehrere Untersuchungen diesem neuen Phänomen zugewandt, um zu verstehen, was Menschen motiviert, in einem Coworking Space zu arbeiten und welchen Mehrwert das gemeinsame Arbeiten schafft. Welche Forschungen bereits in diesem Bereich durchgeführt wurden und inwiefern diese Arbeit an den wissenschaftlichen Diskurs anschließt, ist Gegenstand dieses Kapitels.

Netzwerke durch Coworking

Glitz (2013) untersucht mit seiner Studie zu sozialen Netzwerken das Arbeitsmarktverhalten von Angestellten, die aufgrund einer Firmenschließung arbeitslos wurden. Dabei unterscheidet der Autor zwischen ehemaligen Coworkern und Arbeitnehmern, die nicht in einem Coworking

Space aktiv waren. Die Ergebnisse zeigen, dass ehemalige Coworker besser in der Lage sind, eine neue Anstellung zu finden. Grund hierfür ist das stärker ausgeprägte Netzwerk, das durch die Tätigkeit im Coworking Space entstanden ist. Der Autor stellt fest, dass Coworking eine bedeutende Rolle beim „exchange of labour market relevant information between individuals“ (ebd.: 25) spielt.

Durch die Co-Lokalisation im Coworking Space kommt es also zum Austausch von Informationen, die für die berufliche Laufbahn des Individuums wichtig sind. Der Autor klärt jedoch nicht, welche Faktoren den Austausch von Wissen beeinflussen. Hier soll der Forschungsstand ergänzt werden, indem nachgefragt wird, welche Form der Nähe dazu beiträgt, beschäftigungsrelevante Informationen zu teilen.

Kognitive Nähe und Lerneffekte

Weitere empirische Befunde, inwiefern Coworking die Praxis des Wissensaustausches beeinflusst, liefert Wedl (2014), indem sie das Berufsbild des Übersetzers im Coworking Space untersucht. So profitieren Übersetzer einerseits von der gemeinschaftlichen Arbeit besonders gut, da sie sich aufgrund des individuellen Charakters der Übersetzungsarbeit ansonsten von anderen isoliert fühlen würden. Andererseits ergeben sich Übersetzungen oft aus dem Sinnzusammenhang der sich in der Diskussion mit anderen Übersetzern erschließt (ebd.: 81). Die Autorin konzentriert sich in ihrer Analyse auf den Wissensaustausch einer Berufsgruppe und stellt fest, dass es zu einem effektiven Austausch von Informationen kommt. An diese Ergebnisse anschließend, soll mit dieser Forschung evaluiert werden, ob diese Lerneffekte Resultat der kognitiven Nähe zwischen Coworkern der gleichen Branche sind oder auch zwischen Coworkern unterschiedlicher Branchen auftreten.

Wissensaustausch und Nähe im Coworking Space

Eine Studie, die ganz explizit den Wissensaustausch im Coworking Space und die Rolle von Nähe beschreibt, wird von Parrino (2015) vorgestellt. Der Autor geht ebenfalls der Frage nach, ob räumliche Nähe alleine zum Wissensaustausch anregt oder ob es andere Einflussgrößen sind, die diesen beeinflussen. Um diese Frage zu beantworten, werden zwei unterschiedliche Coworking Spaces ausgewählt. Im ersten Fall entstand der Coworking Space aus einem bereits bestehenden Unternehmen, das einige seiner Räumlichkeiten für Coworker öffnete. Eine institutionalisierte Plattform des Austausches war nicht vorhanden. Im zweiten Fall handelt es

sich um einen Coworking Space, der als solcher gegründet wurde. Die Betreiber legen Wert auf gemeinsame Aktivitäten, und es waren entsprechende Angebote vorhanden (ebd.: 266).

Mit der Methode der Netzwerkanalyse wurde die Praxis des Austausches in beiden Coworking Spaces untersucht. Ergebnis der Untersuchung war, dass dort, wo ausschließlich räumliche Nähe gegeben ist, wenig Austausch praktiziert wird. Folglich kam es auch nicht zu einer Ausweitung der professionellen Kontakte der Coworker untereinander. Ganz im Gegensatz dazu kam es im Falle des Coworking Space mit institutionalisierten Möglichkeiten zum Austausch zu einem effizienten Transfer von Wissen. Hier konnten die Coworker ihr Netzwerk erweitern. Entscheidend beim Wissensaustausch war soziale Nähe (ebd.: 269). Des Weiteren haben Mediatoren Kontakte zwischen Coworkern begünstigt indem, sie beispielsweise Veranstaltungen im Coworking Space organisieren. Tätigkeiten in derselben Branche begünstigen die Netzwerkbildung. Zufälliger Wissenstransfer ist eher die Ausnahme in beiden Coworking Spaces.

Der Autor fokussiert sich bei der Auswertung der Dynamiken des Wissensaustausches der Coworker sehr stark auf den Vergleich von geographischer und organisatorischer Nähe, die in unterschiedlichen Intensitäten in den zu untersuchenden Coworking Spaces vorliegt. Bei diesem Vorgehen kommt eine systematische Evaluation des Einflusses aller Formen der Nähe auf den Wissensaustausch zu kurz. Eine qualitative Analyse der Formen der Nähe ohne Vorannahmen soll die Diskussion an dieser Stelle ergänzen.

Eine weitere Ergänzung bezieht sich auf die theoretische Fassung des Wissensbegriffs. In einem ersten folglich richtigen Schritt differenziert der Autor den Wissensbegriff und unterscheidet dabei zwischen den Dimensionen des *know-what*, *know-why*, *know-how* und *know-who* nach Johnson et al. (2002) (Parrino 2015: 263). Eine solche Differenzierung des Begriffes ist notwendig, da unterschiedliche Formen des Wissens Einfluss darauf haben, inwiefern Austausch stattfindet. Eine genauere theoretische Einordnung des Begriffes wird in dieser Arbeit im nächsten Kapitel vorgenommen, doch soll an dieser Stelle kurz Bezug auf Parrinos Annahmen genommen werden.

In Tabelle 1 sind die vier Wissensarten, die die Grundlage der Studie bilden, kurz nach ihrem jeweiligen Inhalt angeführt. Die vorliegende Arbeit schlägt allerdings eine Ergänzung dieser Systematik vor. Eine Forschungslücke besteht in einem mangelnden Verständnis der kreativen Prozesse, die verantwortlich für die Erkennung neuer Trends und Potentiale am Markt sind. Ausgangspunkt dieser Überlegung ist das sogenannte symbolische Wissen, das sich aus sozialen und kulturellen Beziehungen ergibt und entscheidend bei „creating aesthetic values,

e.g. in design, marketing or advertising“ (Schmidt 2015: 379) ist. Diese kreative intellektuelle Leistung soll bei der Untersuchung von Coworking Spaces nicht unberücksichtigt bleiben, da diese grundlegend bei der Erzeugung innovativer Produkte ist.

Für das weitere Verständnis wird daher die Kategorie *know-when* als Ergänzung vorgeschlagen. Die Kategorie beschreibt konkret die Fähigkeit, zu einem bestimmten Zeitpunkt ein Bedürfnis am Markt zu erkennen oder selbst zu erzeugen und dieses zu befriedigen. Dies kann durch bereits bestehendes Wissen, die Rekombination von bestehendem Wissen oder Innovationen geschehen. Mit dieser Kategorie soll der Frage nachgegangen werden, inwiefern Coworker durch Wissensaustausch neue Trends am Markt besser erkennen und in Innovationen umsetzen.

Wissensarten	Inhalte
Know-what	Informationen oder Wissen über Tatsachen
Know-why	Wissen über wissenschaftliche Prinzipien und Theorien
Know-how	Qualifikationen/ -praktische Fähigkeit, bestimmte Aufgaben zu lösen
Know-who	Wissen, wer was weiß bzw. tun kann (z.B. Fachleute)
Know-when	Strategisches Wissen um das Marktgeschehen

Tabelle 1 Systematik des Wissens.

Quelle: Eigene Darstellung nach Maier et al. (2006: 112)

Eine letzte Kritik an Parrinos Vorgehen leitet sich aus der Auswahl der Fälle ab. Zwar ist der Ansatz richtig, räumliche Nähe von anderen Formen abzugrenzen, um deren Einfluss zu überprüfen, doch ist es bei einem so heterogenen Gegenstand wie dem des Coworking Spaces fast unmöglich, idealtypische Beispiele zu identifizieren, die Einflüsse nur auf bestimmte Arten der Nähe zurückführen lassen. So kann zwar die Rolle sozialer Nähe für den Austausch durchaus anerkannt werden, doch ist es andererseits schwierig, eine Kausalität zum betrieblichen Umfeld am Arbeitsplatz herzustellen. Als Ergänzung soll in der vorliegenden Forschung, präziser versucht werden, förderliche bzw. hinderliche Maßnahmen in Coworking Spaces zu identifizieren und deren Einfluss auf den Austausch unter den Coworkern untersucht werden. Dadurch soll das konstituierende Umfeld der Coworker besser verstanden werden.

Inkubatoren als Vorläufer des Coworking Space

Der Gedanke durch die gemeinschaftliche Arbeit einen Mehrwert in Form von Austausch und Unterstützung zu erlangen, ist nicht allein auf den Coworking Space beschränkt. Schon seit längerem leisten andere Arbeitsmodelle einen ähnlichen Beitrag. Im Folgenden soll das Konzept des Inkubators kurz vorgestellt werden, um dann Rückschlüsse auf den Coworking Space zu ziehen und Anknüpfungspunkte für diese Forschung zu formulieren. Im Bestreben, das Innovationspotential neuer Ideen optimal zu nutzen, fördern akademische sowie unternehmerische Einrichtungen die Arbeit von „gründungswilligen Forschern bzw. die wirtschaftliche Entwicklung junger Unternehmen“ (Spath & Walter 2012: 14). Der Inkubator ist dabei eine Einrichtung, die diesen Ideen Raum gibt und mit verschiedenen Maßnahmen unterstützt.

Der Unterschied zwischen Inkubator und Coworking Space ist aufgrund der Heterogenität von letzterem schwer zu fassen. Ein eindeutiges Merkmal, das allen Inkubatoren jedoch zugrunde liegt, ist die Herausforderung, eine Idee zur Marktreife zu entwickeln – also Innovation zu erzeugen. Im Coworking Space ist dieser Grundsatz nicht gegeben, doch verfolgen viele Coworker ähnliche Ziele. Da viele Unternehmer den Coworking Space als ersten Schritt vor dem eigenen Büro nutzen bzw. diesen als einen flexiblen Ort wahrnehmen, an dem sie ihre Ideen umsetzen können, bekommt der Coworking Space, ähnlich des Inkubators, den Charakter einer Startrampe für Jungunternehmer. Die Entwicklung einer neuen Geschäftsidee ist also nicht zwingende Voraussetzung für die Arbeit im Coworking Space, jedoch verbreitete Praxis (Schürmann 2013: 51).

Beiden Konzepten ähnlich sind strukturelle Eigenschaften, die für Unternehmen in der Entwicklungsphase wichtig sind. Spath & Walter (2012) identifizieren drei zentrale Aspekte. Zum einem sollen *Beratungsangebote* Unternehmern fachliches Wissen außerhalb ihres Fachbereiches geben. Kompetenzen bezüglich praktischem betriebswirtschaftlichem Wissen sind besonders defizitär und Unterstützung daher gewünscht. *Netzwerkbildung* betont die Wichtigkeit der Kontakte zwischen den Unternehmern, aber auch zu potentiellen Kunden. Dies fällt vielen Unternehmern aufgrund mangelnder Erfahrung schwer. Der Kontakt zu Finanzgebern schließlich erhöht die Reputation des Inkubators, da eine unzureichende Finanzierung ein Haupthindernis vieler Unternehmer ist. Zuletzt wird auch eine hochwertige *Infrastruktur* in Form von Büroausstattung aber auch von Maschinen genannt. Letzteres bezieht sich vor allem auf technologieintensive Unternehmen (ebd.: 51ff).

Es sollen hier zwar nicht die Parallelen zwischen Inkubatoren und Coworking Spaces erforscht werden, dennoch stellen die Ansprüche von Unternehmen an ersteren einen interessanten Anknüpfungspunkt für diese Forschung dar. Es stellt sich also die Frage, inwiefern Coworker durch die Nähe zu anderen Wissen zur Unternehmensführung und zu Personen bzw. Netzwerken austauschen. Dies ist für die Forschungsfrage relevant, weil hier konkrete Formen des Wissens angesprochen werden. Welchen Einfluss wiederum Nähe auf diesen Austausch hat soll im Weiteren geklärt werden.

Wissen Spill Over Debatte

Eine letzte Forschungslücke, die in Bezug auf die Fragestellung dieser Arbeit genannt werden soll, ist die der Diskussion um Wissen Spill Over Effekte. Wissen Spill Over gelten als wichtiger Erklärungsansatz für die räumliche Konzentration wirtschaftlicher Aktivität (Audretsch 2004). Aktuelle Ergänzungen zu dieser Debatte liefert Schmidt (2015), indem sie Spill Over Effekte nach Arten des Wissens differenziert. Demnach besteht ein Unterschied beim Spill Over zwischen explizitem Wissen, das eher in kodifizierter Form vorliegt, und implizitem Wissen, das sich personengebunden in Erfahrungen und Handlungen konstituiert. Der aktuelle Erkenntnisgewinn von Schmidt ist das bessere Verständnis des Spill Over von implizitem Wissen und inwiefern dieses dann in konkrete Handlungen übersetzt wird (ebd.: 375). Die Autorin geht dabei auf die Unterscheidung von *knowlegde as an object* und *knowledge as practice* (Ilbert 2007) ein. Während ersteres in Artefakten klar definiert ist, entsteht letzteres erst in Handlungen und „becomes meaningful in relation to a distinct social practice“ (ebd.: 7). Wissens Spill Over sind so, diesem Ansatz folgend, also weitaus mehr sozial eingebettet.

Symptomatisch für diese Forschungslücke ist der Fokus klassischer Ansätze über Wissens Spill Over auf den Input-Output-Faktoren, wie Direktinvestitionen in Wissenschaft, lokale Arbeitsmarktstrukturen, Arbeitsmobilität, Patente bzw. Publikationen, und vernachlässigt dabei die genauen Mechanismen des Transfers von Wissen. Auch werden qualitative Untersuchungsansätze bezüglich Dienstleistungsbranchen in der Wissenschaft nicht ausreichend berücksichtigt (Schmidt 2015: 376f). Demnach betrachten Forschungen hauptsächlich Spill Over von kodifiziertem Wissen in technologieintensiven Branchen.

Als weitere Ergänzung zu dieser klassischen Sicht nehmen Acs et al. (2013) den Wissensaustausch unter Individuen in den Fokus und bewegen sich damit weg von der

Betrachtung des reinen Firmenwissens, das als klassischer Gegenstand der „Spill Over“-Debatte gilt. Mit der *knowledge spillover theory of entrepreneurship* (KTSE) identifizieren die Autoren den Entrepreneur als zentralen Agenten, der in der Lage ist, wirtschaftlich ungenutztes Wissen in Ideen umzusetzen und so zu nutzen (ebd.: 766). Laut der Theorie finden Entrepreneurship-Aktivitäten dort statt, wo Agenten Zugang zu Wissens Spill Overn haben. Neu an diesem Ansatz ist der Fokus auf die Heterogenität des Umfelds, indem Entrepreneurship-Aktivitäten stattfinden und nicht mehr die Betrachtung individueller Entscheidungen unter statischen Bedingungen. Diese Bedingungen beinhalten Unsicherheiten über den Wert von neuen Ideen bzw. Wissen und eine gewisse Asymmetrie zwischen der Kompetenz über die Verwertbarkeit dieser unter den Individuen (ebd.: 759f). Ein unsicheres Umfeld zwingt Entrepreneurs dazu, „[to] develop their own knowledge structures through repeated experiments“ (Alvarez et al. 2010: 38). In anderen Worten ausgedrückt, beeinflusst das Umfeld den Umgang mit Ideen und Wissen. Spill Over fördern aber gleichzeitig das Potential, Wissen wirtschaftlich zu nutzen.

Die vorliegende Arbeit möchte genau an dieser Stelle ansetzen und das Umfeld des Coworking Space bezüglich der *knowledge spillover theory of entrepreneurship* untersuchen. Der aktuelle Forschungsstand soll an zwei Stellen ergänzt werden. Erstens wird untersucht, inwiefern Coworker durch ihre Arbeit Wissens Spill Over erzeugen. Bisherige Forschungen haben sich bisher nur auf den bewussten Wissensaustausch konzentriert (Parrino 2015), jedoch das nicht-intendierte Freisetzen von Wissen vernachlässigt. Diese Ergänzung ist für die Beantwortung der Forschungsfrage relevant, da der Aspekt des gegenseitigen Lernens Teil des Forschungsinteresses ist. Die Erkenntnis, inwiefern Spill Over gegenseitiges Lernen im Coworking Space beeinflussen und inwiefern diese stattfinden, steht noch aus. Zweitens wird der Coworking Space als Ort verstanden, der durch die Coworker selbst konstituiert wird und sich durch seine sozialen und kulturellen Dynamiken von einem klassischen Büro oder dem Arbeiten zuhause unterscheidet. Es ist auch von Interesse, ob durch dieses spezielle Umfeld Unsicherheiten reduziert werden und somit die Arbeitspraxis von Entrepreneurs beeinflusst wird.

Weiter möchte diese Arbeit die Theorie um Wissen als Praxis (Ilbert 2007) empirisch auf den Coworking Space anwenden. Wie oben bereits angedeutet, unterscheidet der Autor das Wissen als Gegenstand (*knowlegde*) und Wissen als Praxis (*knowing*). Während Wissen als Gegenstand als Wissen um Fakten verstanden werden kann, die so zeitlich und örtlich einen unabhängigen Wahrheitsanspruch besitzen, zeichnet sich Wissen als Praxis durch einen eher performativen Charakter aus. Wissen als Praxis kann daher nicht als statisch oder andauernd

verstanden werden „because it is enacted in the moment, its existence is virtual, its status provisional“ (Orlikowski 2002: 252f). Diese Art des Wissens kann also nur durch direkte Handlungen vermittelt werden, wenn man beispielsweise die Handlungen selbst ausführt oder mit jemandem zusammenarbeitet.

Die Forschungslücke besteht darin, Wissen als Praxis für den Gegenstand des Coworking Spaces zu untersuchen. Bisherige Forschungen haben sich auf den Wissensaustausch zwischen Firmen oder deren Abteilungen konzentriert, die gezielt an der Lösung eines Projektes arbeiten, oder ihren Wissensstock gezielt erweitern (von Krogh et al. 2001). Der Austausch im Coworking Space unterscheidet sich in vielerlei Hinsicht von dieser Arbeitsweise. Coworker arbeiten meist projektbezogen ohne durch hierarchische Strukturen miteinander verbunden zu sein. Des Weiteren gehören sie gegebenenfalls unterschiedlichen Branchen an. Diese Forschungsarbeit möchte daher der Frage nachgehen, wie Wissen als Praxis im Coworking Space vermittelt wird und inwiefern diese Handlungen sozial eingebettet sind.

4. Theoretischer Hintergrund

In diesem vierten Teil der Arbeit sollen die theoretischen Hintergründe präzisiert und in Bezug zum Forschungsgegenstand gebracht werden. Der Fokus liegt hierbei auf dem Begriff des Wissens und auf den Formen der Nähe. Eine präzise theoretische Analyse dieser Konzepte ist notwendig, um Aussagen zu den Mechanismen des Wissensaustausches und lokaler Lerneffekte zu treffen. Neben diesen Schwerpunkten wird zusätzlich der Coworking Space im Kontext räumlicher Konzentration wirtschaftlicher Aktivitäten gesetzt. Den Abschluss des Kapitels bildet die Überlegung bezüglich des Einflusses von Spezialisierung bzw. Diversifizierung der Coworker für den Wissensaustausch.

4.1 Begriffe des Wissens

Der Begriff des Wissens ist in der Wissenschaft vielzitiert und Teil des allgemeinen Sprachgebrauchs. Während sich im letzteren Fall der Sinn des Begriffes meist aus dem Kontext erschließt, ist dieser in der Wissenschaft Gegenstand von theoretischen Überlegungen und Diskussionen. Sprachlich lässt sich Wissen als 1. Gesamtheit der Kenntnisse, die jemand [auf einem bestimmten Gebiet] hat, bzw. 2. Kenntnis, das Wissen von etwas (duden.de)

verallgemeinern. Aus soziologischer Perspektive wird die Definition ungleich komplexer. Wissen wird hier im Kontext gesellschaftlicher Axiomen abgeleitet und so abhängig vom jeweiligen Fokus unterschiedlich interpretiert. Einen hermeneutischen Ansatz, gesellschaftliches Wissen zu beschreiben, liefert Keller (2005) durch die Methode der Wissenssoziologischen Diskursanalyse. Dieser Ansatz hat das Ziel, die Konstruktion, Produktion, Zirkulation und Transformation von Wissen als fortlaufenden Prozess zu fassen, der sich durch normative Instrumente auf unterschiedlicher sozialer, historischer oder räumlicher Ebene, z.B. durch Sprache, manifestiert (ebd.: 7f). Diese soziologische Sicht auf Wissen und Wissensproduktion verdeutlicht einerseits den performativen Charakter von Wissen und betont andererseits dessen vom Kontext abhängige Deutungsmuster.

Wissen eindeutig zu definieren oder dem Begriff sogar einen allgemeingültigen Anspruch zuzuordnen, ist daher schwierig und wenig zielführend. Das Spektrum etwaiger Klassifizierungen reicht dabei von „einer hypertrophen Idealisierung des Wissens bis hin zur recht pragmatischen Aufsummierung aller erdenklichen kognitiven Fähigkeiten, Kenntnisse, Erfahrungen, Kompetenzen und Fertigkeiten des Menschen“ (Kübler 2009: 128). Im Umgang mit dieser Thematik muss Wissen also immer auf den Gegenstand bezogen definiert werden, um Missverständnisse zu vermeiden.

Gründe, sich mit Wissen auf wirtschaftsgeographischer Ebene auseinanderzusetzen, gehen einerseits von dessen anerkannter ökonomischer Wichtigkeit (Malecki 2000) aus, andererseits kann auch der Fortschritt in den Informationstechnologien und die damit einhergehende Flut von Informationen als Grund hierfür gesehen werden (Castells 2009: 29). Die Emergenz des Computers, der kleinstteilige Informationen bearbeitet und für den Nutzer zugänglich macht, kann als Initial der sogenannten Informationstheorie gesehen werden, die als Vorläufer zur Wissenstheorie gilt (Brandt & Volkert 2003: 3). Demnach gelten Daten, die mit Hilfe von Signalen übertragen werden als die kleinste Einheit. Diese Daten erhalten erst durch den Empfänger einen Informationswert, indem sie „eine bestehende Unsicherheit über Umweltzustände“ (ebd.) reduzieren. Daten können also nur durch die Interpretation des Individuums informieren. Die Weitergabe von Informationen kann dann als gezielter Prozess verstanden werden.

In Abgrenzung zum Wissensbegriff, der Gegenstand dieses Kapitels ist, kritisiert Machlup (1980) die bloße lexikalische Unterscheidung der Begriffe. Laut dieser Definition ist das Ergebnis des Informierens der Status des Wissens. Der Autor bemerkt jedoch, dass diese Differenzierung zu ungenau ist, da Wissen auch ohne Information existiert. Dies geschieht

beispielsweise durch „creative thinking, observing, experimenting, intuiting, speculating, theorizing, inventing, discovering etc.“ (ebd.: 57). Des Weiteren wird die Annahme kritisiert, dass durch die Weitergabe einer Information der Wissensstock linear wächst. Eine neue Information fügt sich aber immer in den bereits bestehenden Wissensbestand ein und ergänzt diesen individuell. Durch die Weitergabe von Informationen sind diese immer sekundär und können nicht abstrakt gedacht werden. So verstanden entsteht eine Hierarchie zwischen Information und Wissen (ebd.: 58). Da Informationen wiederum aus interpretierten Daten bestehen, kann folgende Darstellung gedacht werden:



Abbildung 1: Hierarchie von Daten, Informationen und Wissen

Quelle: Eigene Darstellung nach Lundvall & Johnson 1994; Malecki 2000; Mossig 2009

Während Informationen also aus variablen Daten bestehen, kann Wissen als „set of equations containing these variables“ (Andersson 1985: 13) verstanden werden. Ideen und Konzepte sind demnach Subkategorien von Wissen.

Wissen kann also als Ergebnis verarbeiteter Informationen vorliegen, aber auch im Kontext von Handlungen entstehen. Diese grundlegende Unterscheidung wird von Ilbert (2007) aufgenommen, indem der Autor einerseits Wissen als Objekt und andererseits Wissen als Praxis abgrenzt. Wie schon in Kapitel 3 beschrieben, bedeutet Wissen als Objekt eine allgemeingültige Wahrheit, die ihre Gültigkeit auch ohne das Individuum beibehält (ebd.). Wissen als Praxis ist dagegen nur in Verbindung mit Personen denkbar, die durch ihre Handlungen das Wissen durch Fähigkeiten und Kontexte reproduzieren, oder durch Verbesserung, Lernen und Ausprobieren neues Wissen schaffen (Orlikowski 2001: 253).

Das Verständnis, dass Wissen sich in Handlungen manifestiert und so an Personen gebunden ist, geht auf Michael Polanyi (1958) zurück. Polanyis Motivation war es zu verstehen, wie persönliche Erfahrung „shapes [...] scientific knowledge“ (ebd. 1962: 49). Die Grundidee dieses Konzeptes folgt der Beobachtung, dass eine erfolgreiche Handlung auf Regelmäßigkeiten basiert, die dem Individuum nicht bekannt sind, jedoch unbewusst befolgt werden. Ein bekanntes Beispiel ist das Wissen um die Fähigkeit, ein Fahrrad zu fahren. Dieses Wissen muss praktisch angewandt werden und kann theoretisch kaum erlernt werden. Dieses

persönliche Wissen kann nicht in Texten festgehalten werden, sondern kann nur durch Erfahrungen entstehen. Dadurch entzieht es sich auch objektiven Kriterien wie Falsifikation bzw. Verifikation oder Testbarkeit (ebd.: 64).

Polanyi differenziert dieses „tacit⁴ knowledge“ (ebd. 1975: 35) von Wissen, das in kodifizierter Form vorliegt. Dies kann beispielsweise in Form von Büchern, Plänen oder anderen Textartefakten der Fall sein. Der Unterschied zu implizitem Wissen ist, dass sich diese explizite Form des Wissens von Personen ungebunden speichern und so auch leichter übertragen lässt. Implizites Wissen zeichnet sich also dadurch aus, dass es nur sehr bedingt durch Sprache und Zeichen weitergegeben, sondern bestenfalls demonstriert werden kann. Diese beiden unterschiedlichen Formen des Wissens können nicht vollständig unabhängig voneinander betrachtet werden. So kann Wissen zwar in rein expliziter Form vorliegen, um jedoch Zugang zu diesem Wissen zu erlangen, benötigt man Erfahrungswerte, die in impliziter Form vorliegen (ebd.: 31). Ein wissenschaftlicher Text zum Thema Genforschung enthält beispielsweise viele Informationen, die dem Laien unverständlich sind und erst in Kombination mit einem naturwissenschaftlichen Studium, bei dem Erfahrungen zu biologischen Abläufen vermittelt werden, Sinn ergeben.

Implizites Wissen ist für die Forschung interessant, weil diesem eine hohe wirtschaftliche Bedeutung im Innovationsprozess zugeordnet wird (Howells 1996). Durch Beobachten, Lernen und Experimentieren wird Wissen innerhalb einer Organisation effizient weitergegeben und Lösungen für Probleme werden schneller gefunden (ebd.: 93). Dem Individuum als Träger dieses Erfahrungswissens kommt hier eine besondere Rolle zu. Wenn es für Problemstellungen festgeschriebene Abläufe gibt, ist es eher möglich diese in explizierter Form beispielsweise in einer Anleitung festzuhalten und auf andere zu übertragen. Wenn allerdings unbekannte Aufgaben gelöst werden müssen, bedarf es einem hohen Maße an Erfahrung, um flexibel zu reagieren (ebd. 2002: 872).

In Bezug auf wirtschaftliches Handeln wird hier eines der bedeutendsten Dilemmata in der Unterscheidung von explizitem und implizitem Wissen deutlich. Einerseits weist Wissen in kodifizierter Form geringere Transaktionskosten auf, und wenn es erst kodifiziert ist, kann es von anderen schneller angeeignet werden. Andererseits ist es für Konkurrenten so möglich, dieses explizite Wissen in Form einer Technologie zu kopieren (Zander & Kogut 1995: 78). In einem globalen Wettbewerb werden immer mehr Technologien in Form von Maschinen,

⁴ *Tacit* bedeutet: „that [something] is suggested indirectly or understood, rather than said in words“ (Oxford learner’s dictionary online 2016). In der deutschsprachigen Literatur hat sich der Begriff *implizit* bei der Beschreibung von *tacit knowledge*, etabliert. Dem gegenüber steht das *explizite* Wissen.

Abläufen und Organisationsformen frei zugänglich, da sie sich entweder in der Praxis bewährt haben oder kopiert werden. Der Prozess des freien Zuganges zu diesem Wissen wird Ubiquitfication genannt (Maskell & Malmberg 1999b). Für eine Firma im Wettbewerb ist es unmöglich, sich gegenüber Konkurrenten durchzusetzen, wenn ihr Wissensbestand auf frei zugänglichen Ressourcen aufbaut (ebd.: 12).

Daher tritt der Effekt ein, dass bei Steigerung des expliziten Wissensbestandes weltweit die Bedeutung von implizitem Wissen gerade dadurch zunimmt (Maskell & Malmberg 1999a: 172). Implizites Wissen trägt zur individuellen Konkurrenzfähigkeit von Firmen bei, indem Mitarbeiter durch spezielle Fähigkeiten und Erfahrungen Innovationen hervorbringen. Diese Eigenschaften können nicht kodifiziert werden und bleiben exklusiv bei den Produzenten. Dies soll jedoch nicht heißen, dass implizites Wissen nicht ausgetauscht werden kann. Gerade dort, wo Firmen in einen ähnlichen Kontext eingebunden sind, kommt es auch zu gegenseitigen Lerneffekten in Bezug auf implizites Wissen (Gertler 2003). Die genauen Mechanismen der Produktion und Austausch sind Thema in Kapitel 4.4.

Diese dichotome Darstellung von Wissen in explizit und implizit wird unter anderem aus zwei Gründen kritisiert. Zunächst wird betont, dass sich beide Formen des Wissens bei der Erzeugung von Innovation in Beziehung zueinander befinden (Nonaka et al. 1996: 295). Eine zweite Kritik richtet sich auf die vereinfachte Darstellung. In einer komplexen Wertschöpfung und Wissensproduktion müssen Prozesse differenzierter betrachtet werden. Asheim et al. (2011) schlagen daher eine Unterteilung von Wissen in analytisch, synthetisch und symbolisch vor, ohne jedoch die Unterscheidung zwischen explizitem und implizitem Wissen ganz abzulehnen.

Analytisches Wissen entsteht demnach meist durch gezielte wissenschaftliche Forschung. Das Ergebnis sind grundlegend neue Erkenntnisse und eine Erweiterung des Wissensbestandes. Der Anteil von explizitem Wissen ist bei analytischen Verfahren eher hoch, da oft auf bereits bestehende Erkenntnisse - z.B. Studien - zurückgegriffen wird. *Synthetisches Wissen* wird hauptsächlich durch die Kombination und Anwendung in einen neuen Kontext bereits bestehenden Wissens erzeugt. Der Prozess ist allerdings weniger gezielt, und Verfahren greifen auf Praxiserfahrungen und Ausprobieren zurück. Der Anteil impliziten Wissens ist durch den hohen Praxisanteil hier höher. *Symbolisches Wissen* bezieht sich auf „creation of meaning and desire as well as aesthetic attributes“ (ebd.: 897). Dieser Art des Wissens wird immer mehr Einfluss zugesprochen, da es vor allem bei der Entwicklung neuer Ideen, Trends und Moden

wichtig ist. Implizites Wissen ist hier entscheidend, da hier Produkte eng in einen kulturellen und sozialen Kontext eingebunden sind, der auf persönlichen Erfahrungen und Intuition beruht.

In den letzten Jahren hat sich die Wissenschaft weiter um den Begriff und die Rolle von Kreativität bei der Verknüpfung von Wissen bemüht (Mossig 2009: 102). Das Argument ist, dass durch die Kreativität „Daten in Informationen, Informationen in Wissen und Wissen in spezifische Kompetenzen überführt werden“ (ebd.). Dieser Ansatz ist besonders in Bezug auf die Arbeiten zur sogenannten kreativen Klasse (Florida 2002) oder der Kreativwirtschaft (Howkins 2001) zentral. In dieser Arbeit soll jedoch auf eine Bezugnahme des Kreativitätsbegriffes verzichtet werden. Grund hierfür ist eine anfällige empirische Überprüfbarkeit und eine nicht eindeutige Definition des Begriffes.

Im Kontext dieser Arbeit ist Wissen vor allem als wichtiger Faktor der Erzeugung von Innovation, Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit zu verstehen. In Rückbezug auf die in Kapitel 2 vorgeschlagene Definition eines Coworking Space, die die Verbesserung von Besitz, Zugang und Nutzen verschiedener Kapitalien betont (Fuzi 2015: 468), tritt der ökonomische Aspekt von Wissen in den Vordergrund. Coworker handeln danach zwar nicht immer nach dem höchsten finanziellen Nutzen - für Social Entrepreneurs hat beispielsweise ein sozialer Nutzen Priorität. Doch in jedem Fall streben Coworker nach einem effizienteren Nutzen ihrer Ressourcen.

Wissen, in seinen unterschiedlichen Formen, gilt unter ökonomischen Aspekten einerseits als Input-Faktor für die Produktion, andererseits kann Wissen mögliche Transaktionskosten reduzieren. Folglich stellt sich die Frage, inwiefern Wissen als Produktionsfaktor Nutzen erzeugt und wie sich dieser heterogene Begriff dahingehend differenzieren lässt (Lundvall & Johnson 1994: 27). Es soll daher an dieser Stelle eine weitere Differenzierung des Wissensbegriffs in fünf Dimensionen erfolgen, die es wiederum ermöglichen sollen, Mechanismen des Austausches und institutionelle Lernprozesse der Wirtschaft zu operationalisieren.

Die Dimensionen umfassen: *Know-what* bezieht sich auf Fakten. Es geht hauptsächlich um kleinteilige Informationen, die abgefragt werden können. Komplexität wird nur durch die Quantität dieser Informationen erzeugt, wenn beispielsweise ein Jurist eine große Menge solcher Informationen bereithalten muss. *Know-why* erklärt die Prinzipien, die hinter Prozessen stecken. Beispiele hierfür sind biologische Abläufe und physische Gesetzmäßigkeiten und so ist diese Art von Wissen auch entscheidend für den technologischen Fortschritt. Universitäten, Firmen und andere Organisationen sind zumeist Produzent dieses Wissens. *Know-who* bedeutet

nicht eine Person zu kennen, sondern vielmehr zu wissen, was eine Person weiß, welche Fähigkeiten sie besitzt und welche anderen Kontakte sie hat. Da Innovation als Folge von Kommunikation verstanden wird (siehe auch Lawson & Lorenz 1999), ist dieses Art des Wissens besonders für neue Entwicklungen entscheidend. Zuletzt bezieht sich *Know-how* auf praktische Fähigkeiten die ein Individuum besitzt. Dies kann auch das Wissen einschließen, Methoden und Erfahrungen neu zu kombinieren und so einen Mehrwert zu schaffen (Lundvall & Johnson 1994: 27f).

Wie in Kapitel 3 vorweggenommen, soll die Form des *Know-when* als Ergänzung zu dieser Darstellung gelten. Die Autoren ordnen diese Art des Wissens unter *Know-who* ein. Der Grund, warum diese Wissensform hier zusätzlich aufgeführt wird, ist das Interesse daran, inwiefern Coworker den Wissensaustausch dazu nutzen, ihr Marktumfeld besser zu verstehen und dadurch in der Lage sind, im richtigen Moment innovative Produkte zu schaffen. Wissen ist nicht zu jedem Zeitpunkt von gleichem Wert, und so kann es von strategischem Interesse sein, zur richtigen Zeit über das passende Wissen zu verfügen (Schmidt 2012: 43).

Eine Differenzierung des Wissensbegriffs ist für diese Arbeit wichtig, da der Wissensaustausch ein zentrales Interesse darstellt. Formen des Wissens unterscheiden sich in ihren Qualitäten voneinander, und so ist auch die Weitergabe von diesen Qualitäten abhängig. Positive Externalitäten von Wissen in Form von Spill Over Effekten, die bei der Produktion von Wissen entstehen, sind ein Beispiel dieses Austausches. An Personen gebundenes Wissen in impliziter Form kann meist nur im direkten Personenkontakt weitergegeben werden, während explizites Wissen räumlich eher unabhängig ist (Döring 2005).

Der Coworking Space stellt nun einen definierten Raum dar, in dem Coworker durch ihre Arbeit einerseits Wissen erzeugen und bewusst oder unbewusst Wissen weitergeben. Die in *Abbildung 2* vorgeschlagene Unterteilung bildet den theoretischen Rahmen, differenzierte Aussagen über die Qualität des Wissensaustausches zu treffen. Die Formen des Wissens sollen nicht klar gegeneinander abgegrenzt werden, sondern eher als Prozess verstanden werden. So ist die Trennung zwischen explizitem und implizitem Wissen nicht immer deutlich, da implizites Wissen beispielsweise zunehmend kodifiziert wird (Johnson et al. 2002). Im zweiten Argument sind die Übergänge von analytischem zu symbolischem Wissen fließend, auch wenn der explizite Anteil in ersterem ausgeprägter ist. Zuletzt wird beispielsweise die Kategorie *Know-what* deutlich unter explizitem Wissen verortet, doch wird hier argumentiert, dass selbst in *Know-what* ein impliziter Wissensanteil vorhanden ist. Dies kann der Fall sein, wenn ein Individuum intuitives implizites Wissen benötigt, um zu verstehen, welches Faktenwissen

angeeignet werden muss. Andererseits muss ein Individuum auch auf explizites Wissen zurückgreifen, wenn es offene Problemstellungen angeht.

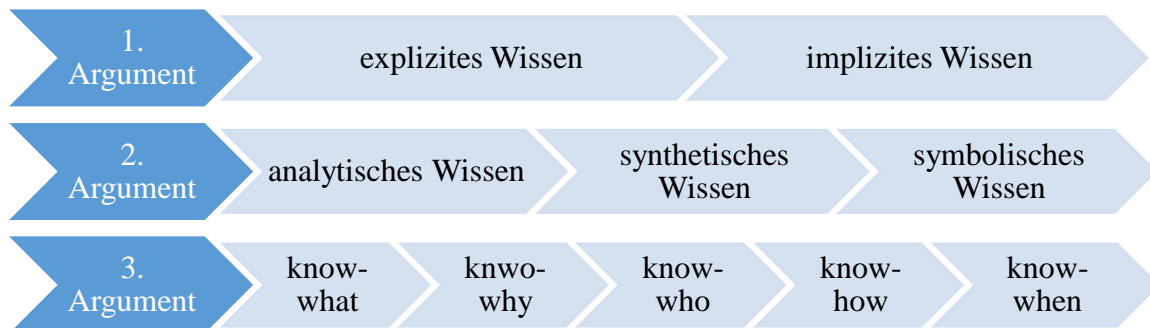


Abbildung 2: Formen des Wissens

Quelle: Eigene Darstellung

4.2 Die räumliche Konzentration der Wirtschaft im Coworking Space?

Aus wirtschaftsgeographischer Sicht ist die Frage, warum sich Unternehmen in räumlicher Nähe zueinander befinden seit Ende des 19. Jahrhunderts, als der Ökonom A. Marshall die Produktionsnetzwerke und Konzentration von kleinen und mittleren Industriebetrieben untersucht, ein viel diskutiertes Thema. Empirisch zeigte sich das Phänomen der räumlichen Konzentration kleiner und mittlerer Unternehmen im Phänomen des sogenannten Dritten Italiens. Als Antwort auf globalen Wettbewerb reagierten Unternehmen im nordöstlichen Italien mit Spezialisierung. Räumliche Nähe zueinander und institutionelle Einbettung führten zu kontinuierlichen Abstimmungsprozessen und gesteigertem Vertrauen (Bathelt & Glückler 2012: 254). Einen ähnlichen Ansatz verfolgt auch die Theorie um kreative Milieus. Auch hier ballen sich Akteure einer Branche, ihre Kunden, Zulieferer etc. räumlich. Innovatives Potential entsteht durch eine enge Kommunikation und Interaktion, die „Wissensdiffusion kanalisieren und eine Anpassung von Know-how an die spezifischen Bedürfnisse des Produktionssystems ermöglichen“ (ebd.: 258).

Anfang der 1990er-Jahre stellt M. Porter mit seiner Theorie zu Clustern die Wettbewerbsfähigkeit räumlich konzentrierter Netzwerke auf nationaler Ebene heraus. Ein Cluster ist demnach „a geographically proximate group of interconnected companies and associated institutions in a particular field, linked by commonalities and complementarities“

(Porter 2000: 16). Auch auf regionaler Ebene ist die Bedeutung von Clustern für die Wettbewerbsfähigkeit anerkannt, wobei die Nähe im Cluster nicht per se als Selbstläufer wirtschaftlichen Erfolges gelten kann. Institutionelle Förderung und die Fähigkeit der Unternehmen, externe Wissensquellen miteinzubeziehen sind ebenfalls entscheidende Faktoren für den Erfolg (Mossig & Schieber 2013: 119).

An dieser Stelle muss die Frage geklärt werden, inwiefern die räumlich konzentrierte Form der Arbeit im Coworking Space theoretischen Anschluss an die Diskussion um Raumbezug in der Wirtschaftsgeographie erhalten kann. Der entscheidende Anknüpfungspunkt zum Coworking Spaces, der in dieser Arbeit vorgeschlagen wird, sind Externalitäten⁵ in Form von Wissens Spill Overn, die bei der räumlichen Konzentration von Akteuren auftritt (Krugman 1997: 52f). Im Kern lokalisieren sich Akteure in geographischer Nähe „in order to benefit from information externalities and not for factor endowment reasons“ (Feldmann 1999: 15). Diese localised knowledge spillover (LKS) erzeugen demnach ein Umfeld „where knowledge and information flow more easily between actors“ (Dahl & Pederson 2004: 1674).

Diese Fähigkeit, Wissensexternalitäten zu erzeugen, kann auf das Individuum übertragen werden. Die aktuelle Literatur bezieht sich auf den Entrepreneur als Träger von implizitem Wissen (Acs et al. 2013: 763). Wenn positive Externalitäten in Form von „‘sticky’ contextual knowledge“ (Asheim & Isaksen 2002: 81) vorliegt, ist dieses durch den informellen und sozialen Kontakt der Arbeiter an einen räumlichen Kontext gebunden. Diese informellen Kontakte beruhen auf sozialem Kapital, also auf Vertrauen und dem Prinzip der Reziprozität (Østergaard 2007: 4). Als nicht anfechtbarer Fakt gilt, dass Individuen in einem Coworking Space an einem Ort konzentriert sind und im Kontext ihrer Arbeit auf Wissen zurückgreifen bzw. neues Wissen erzeugen. Inwiefern diese Wissenserzeugung Externalitäten nach sich zieht und inwiefern Formen der Nähe die Weitergabe dieser beeinflussen, ist Gegenstand dieser Arbeit.

An dieser Stelle soll betont werden, dass nicht davon ausgegangen wird, dass die Mechanismen des Wissensaustausches im Coworking Space mit denen eines Clusters gleichgesetzt werden können. Dieser Abschnitt versucht lediglich zu verdeutlichen, dass Wissensaustausch durch Externalitäten auf ähnlichen Prinzipien beruht. Literatur, die sich mit Theorien des Wissens und der Nähe befasst, bezieht sich zum Großteil auf Firmenwissen und die Interaktion von Firmen

⁵ P. Krugman sieht den Fokus auf Externalitäten jedoch kritisch, da dieser empirisch schwer zu fassen ist. Diese Arbeit möchte auf der Ebene des Coworking Spaces eine Ergänzung zu dieser empirischen Lücke liefern.

in räumlich konzentrierten Organisationen. Eine Differenzierung, inwiefern Wissensaustausch theoretisch auf den Maßstab des Coworking Spaces übertragbar ist, war daher notwendig.

4.3 Formen der Nähe

Neben dem Wissensbegriff stellen die Formen der Nähe den zweiten theoretischen Rahmen dieser Arbeit. Wie schon im vorangegangenen Abschnitt angedeutet, bezieht sich die wissenschaftliche Diskussion um die Wichtigkeit von Nähe für den Wissensaustausch auf die räumliche Konzentration von Akteuren. Geographische Nähe gilt dabei als Vorteil, da Wissens Spill Over positive Effekte in ihrem direkten räumlichen Umfeld erzeugen (Audretsch & Feldman 1996), und Nähe so die Wettbewerbsfähigkeit durch einfacheres gegenseitiges Lernen steigert (Maskell & Malmberg 1999; Amin & Wilkinson 1999). Face-to-Face Begegnungen ermöglichen „mutual visual and physical contact“ und beziehen sich auf Teile von Kommunikation „that cannot be undertaken electronically“ (Asheim 2007: 567).

Räumliche Nähe als entscheidender Faktor für den gegenseitigen Wissensaustausch und Lerneffekte werden in der Literatur jedoch kritisiert und ergänzt. Face-to-Face Begegnungen bedeuten nicht immer, dass Individuen räumlich konzentriert sind. Sie bedeuten lediglich, dass sie sich oft begegnen (Rallet & Torre 2000). Diese Treffen können beispielsweise auch konkret geplant werden, und die Mobilität der Mitarbeiter fördert dies. In gleicher Weise wie räumliche Nähe profitiert der Wissensaustausch von einem ähnlichen Verständnis der Mitarbeiter für gewisse Routinen und Abläufe. Diese können festgeschrieben, aber auch informell sein (ebd.: 375).

Ein Argument, dass ‚being there‘ nicht unbedingt bedeuten muss, physisch anwesend zu sein, sind beispielsweise Interessensgruppen, die durch eine gemeinsame Idee, Ideologie etc. miteinander verbunden sind (Amin & Cohendet 2005: 469). Die Autoren arbeiten mit einer Definition von *space*, die nicht territorial gefasst ist, sondern sich in abstrakteren Räumen „including placements of task teams in neutral spaces, face-to-face encounters, global networks held together by travel and elaborate communications networks, virtual communities, and corporate thought experiments, symbolic rituals and cultures of belonging“ (ebd.: 466) manifestiert. Relationale und soziale Beziehungen sind in solchen Netzwerken für den Wissensaustausch von Bedeutung.

Innovative Prozesse sind also nicht unbedingt an räumliche Nähe gebunden, sondern sind von verschiedenen Faktoren abhängig. Wie in Kapitel 3 angedeutet, tragen andere Formen des sich

Nahe Seins dazu bei, dass ein gegenseitiger Austausch zustande kommt. Die Wirtschaftsgeographie bietet ein umfassendes Feld an Definitionen des Nähe-Begriffs, die jeweils abhängig vom Fokus des Forschers sind. Blanc & Sierra (1999) untersuchen beispielsweise die FuE-Anstrengungen multinationaler Unternehmen und unterscheiden dabei die Fähigkeit, externes Wissen zu akquirieren (external proximity) und die Fähigkeit, Beziehungen zu internalisieren (internal proximity). Thune (2009) unterscheidet technologische Nähe, bei der sich Firmen nahe sind, die „similar in what they produce and/or how they produce it“ (ebd.: 9) sind und auf ähnliches technisches Wissen zurückgreifen. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf dem Austausch von Wissen zwischen Individuen und ihrem direkten räumlichen Umfeld. Daher wird die Differenzierung von Nähe in fünf Formen vorgeschlagen, die es ermöglichen, den Einfluss von räumlicher Nähe in Bezug zu anderen Dimensionen zu setzen. Die Formen umfassen neben der geographischen auch die kognitive, organisatorische, soziale und institutionelle Nähe.

Kognitive Nähe geht von der Annahme aus, dass Akteure durch ihre Erfahrungen und ihren Wertegang „interpret, understand and evaluate the world differently“ (Notebloom et al. 2007: 1017). In anderen Worten beschreibt diese Form der Nähe, ob Akteure überhaupt in der Lage sind, einander zu verstehen, oder ob die Unterschiede in der geteilten Erfahrung bzw. Wissen zu groß sind. Es gilt, je geringer die kognitive Nähe ist, desto geringer sind auch die Transaktionskosten sich dieses anzueignen. Dies ist der Grund, warum sich Firmen Wissen zuerst in ihrem direkten fachlichen Umfeld aneignen (Boschma 2005: 63). Wenn die kognitive Nähe abnimmt, steigt für die Firmen der Lernaufwand, aber auch die Möglichkeiten, Zugang zu neuem Wissen zu erhalten, dass für Innovationen entscheidend ist. Dies ist bis zu dem Punkt möglich, bis Wissen auf Prozessen und Routinen beruht, die völlig unbekannt sind.

Eine zu große kognitive Nähe kann aber negative Folgen für die Akteure haben. Wenn die Nähe zu groß ist, gibt es schlicht nichts mehr Neues, was vom Gegenüber gelernt werden könnte. Neue Ideen sind jedoch für die Wirtschaftlichkeit ökonomischer Akteure wichtig. Eine weitere negative Folge kann ein kognitiver Lock-In sein. Dies bedeutet, dass Akteure in Routinen gefangen sind, die auf einmal nicht mehr zeitgemäß sind. Da sich das Umfeld der Akteure an diese Routinen angepasst hat, fehlen Impulse von außen. Zuletzt bewirkt eine zu große kognitive Nähe, dass es zu ungewollten Wissens Spill Overn kommt. Dies geschieht, wenn es problemlos möglich ist, die Ideen z.B. der Konkurrenten kognitiv zu erfassen (ebd.: 63f).

Organisatorische Nähe wird durch den Grad der geregelten Verbindungen zwischen Akteuren definiert. Diese Beziehungen können ökonomischer bzw. finanzieller Natur sein und schaffen

Abhängigkeiten und Interdependenzen zwischen den Akteuren innerhalb eines Netzwerkes (Kirat & Lung 1999: 30). Organisatorische Verbindungen sind ein wichtiges Instrument des gegenseitigen Lernens und ein Vehikel des Wissensaustausches innerhalb und zwischen Firmen (von Krogh et al. 2001). Sind diese Verbindungen ausgeprägt, reduzieren sich die Unsicherheiten für Akteure und Opportunismus wird entgegengewirkt (Boschma 2005: 64).

Auch hier sind wieder zwei Extreme denkbar. Einerseits können Akteure durch z.B. Verträge dazu verpflichtet sein, bestimmte Leistungen langfristig zu erbringen. Akteure sind hier in klaren Hierarchien organisiert und voneinander anhängig. Das andere Extrem ist dagegen eine flexible Organisation, bei der Akteure kurzfristig in Austausch geraten. Diese Beziehungsform ist vor allem für Markttransaktionen charakteristisch und grenzt sich von internen Hierarchien ab (Bathelt & Glückler 2012: 228). Auch zu viel organisatorische Nähe kann negativ sein. Es besteht die Gefahr eines Lock-Ins, wenn Akteure zu sehr auf ihre Verbindungen fokussiert sind und es deshalb nicht zu Partnerschaften mit neuen Akteuren kommt. Zudem können ungleiche Machtstrukturen Abhängigkeiten erzeugen. Zu starke hierarchische Strukturen verhindern eine Feedback-Kultur. Ein gewisser Grad an Flexibilität ist also wünschenswert (Boschma 2005: 65).

Soziale Nähe definiert den Vorteil, den ein Akteur durch persönliche Verbindungen zu einem anderen Akteur erhält (Thune 2009: 10). Das Konzept der sozialen Nähe geht auf die Theorie der Embeddedness (Granovetter 1985) zurück. Dieses Konzept besagt, dass wirtschaftliches Handeln in soziale Kontexte eingebunden ist, die im Kern Akteure davon abhalten völlig rational, opportunistisch oder gar gesetzeswidrig zu handeln. Der reine Verlust der Reputation eines opportunistisch handelnden Individuums wäre aber zu kurz gedacht. Die entscheidende Ressource bei jeder Transaktion ist Vertrauen. Vertrauen in eine andere Person senkt daher die Transaktionskosten und kann dazu führen, dass Entscheidungen nicht nach vollständigen ökonomischen Aspekten getroffen werden (ebd.: 490). Soziale Nähe passiert also auf dem Mikrolevel in Form von Freundschaft, Freundlichkeit und Erfahrung. Dies umfasst jedoch nicht das gleiche Verständnis von Werten und Ideologien (Boschma 2005: 66).

Auf wirtschaftliches Handeln bezogen, kann zu viel soziale Nähe dazu führen, dass Akteure Chancen nicht wahrnehmen, da sie fürchten einem ihnen nahestehenden Akteur zu schaden. Ein gewisses Maß an Opportunität muss jedoch gegeben sein, um flexibel und handlungsfähig zu bleiben (ebd.: 67). Ein Kompromiss ist daher erstrebenswert, um auf der einen Seite Transaktionskosten durch Vertrauen niedrig zu halten und um auf der anderen Seite Chancen flexibel nutzen zu können.

Institutionelle Nähe kann nur im Kontext des Begriffes der Institution verstanden werden. Eine Institution ist ein in der Soziologie zentraler Begriff, der „Regeln mit erwartetem Geltungsanspruch“ (Esser 2000: 5) umschreibt. Institutionen sind also von der Gesellschaft festgelegte Glaubensvorstellungen, die nicht dem Belieben des Individuums unterliegen und bei Verstoß sanktioniert werden. Institutionen sind vom jeweiligen gesellschaftlichen Kontext abhängig und variieren dementsprechend. Institutionen funktionieren „as a sort of ‘glue’ for collective action“ und ähnlich wie bei sozialer Nähe „reduce uncertainty and lower transaction costs“ (Boschma 2005: 68). Institutionelle Nähe schafft die Sicherheit, dass Akteure nach den gleichen Werten und Regeln handeln, beispielsweise wenn ein Geldgeber Sicherheiten bei der Vergabe von Krediten an Unternehmen einfordert. Als Teil der institutionellen Nähe beschreiben Blanc & Sierra (1999) die rationale Nähe „in the form of a common working ethos, a common language and culture“ (ebd.: 197).

Kultur kann dabei als Kernelement der institutionellen Nähe verstanden werden, da diese mit Institutionen „strongly inter-related and [...] almost impossible to disentangle“ (Knoben & Oerlemans 2006: 76) ist. Die Autoren lehnen daher eine Trennung institutioneller und kultureller Nähe ab. Beim Transfer von implizitem Wissen ist kulturelle Nähe bzw. eine ähnliche Sprache wichtig, da dieses ein hohes Maß an gegenseitigem Verständnis erfordert (Maskell & Malmberg 1999: 180). Die Kehrseiten der institutionellen Nähe sind starre Strukturen, die Problemen in routinierter Weise begegnen und wenig Spielraum für Neuinterpretationen lassen (Boschma 2005). Um das Beispiel der Kreditvergabe aufzugreifen, kann es hinderlich sein, wenn Geldgeber zu konservativ bei der Vergabe von Venture Capital an Start-Up-Unternehmen vorgehen und so Innovationen ausbleiben.

Geographische Nähe beschreibt die wohl intuitivste Bedeutung, die mit dem Nähe-Begriff assoziiert wird. Aus wirtschaftsgeographischer Sicht ist jedoch eine präzisere Definition nötig, um diese von anderen Formen der Nähe abzugrenzen. Geographische Nähe bedeutet demnach: „spatial or physical distance between economic actors, both⁶ in its absolute and relative meaning“ (ebd.: 69). Das Besondere an der geographischen Nähe ist, dass sie isoliert von allen anderen Formen der Nähe gedacht werden kann. Wenn Akteure keinen Kontakt zueinander haben und sich lediglich in geographischer Nähe zueinander befinden, ist es möglich den Effekt

⁶ Kirat & Lung (1999) differenzieren zwischen geographischer und physischer Nähe. Letztere ist das Ergebnis von Umweltgegebenheiten. So ist die Entfernung zwischen zwei Akteuren zwar absolut, doch ändert sich die relationale Beziehung, wenn beispielsweise die Position der beiden Akteure durch eine Autobahn, statt einem Feldweg verbunden ist. In dieser Arbeit wird zwischen diesen Formen der Nähe nicht differenziert, sondern der Zusammenfassung von Boschma (2005) gefolgt, da eine Unterscheidung für den Untersuchungsgegenstand nicht relevant ist.

von Wissensexternalitäten auf die bloße Co-Lokalisation zurückzuführen. Ausgehend von dieser isolierten Betrachtung geographischer Nähe, kann jeweils der Einfluss anderer Nähen gemessen werden. R. Boschma hält beispielsweise fest, dass für ein Minimum an Austausch eine ansatzweise kognitive Nähe neben der Geographischen gegeben sein muss (ebd.).

Die Beobachtung, dass „proximity and location matter“ (Audretsch & Feldman 1996: 630) wurde vielfach kritisiert und relativiert. Unbestritten ist jedoch, dass sich bestimmte Teile der Wirtschaft räumlich konzentrieren. Welchen Einfluss dabei geographische Nähe hat, ist umstritten und bis heute Gegenstand von Kontroversen. So bemerkt Lublinski (2003), dass lediglich die Nähe zu Kunden eine signifikante Erklärungskraft für das Argument der geographischen Nähe besitzt (ebd.: 465). Tanner (2014) hält fest, dass lokale Verbindungen „crucial in the early stages of generating new ideas“ (ebd.: 14) sind und dass spätere Arbeitsprozesse räumlich eher ungebunden sind. Der Coworking Space stellt eine besondere empirische Situation dar, da Akteure von vorne herein räumlich konzentriert sind. Welchen Einfluss Nähe auf den Wissensaustausch hat, muss folglich immer in Relation zur geographischen Nähe gesehen werden.

4.4 Lerneffekte und Wissensaustausch

Nachdem die Begrifflichkeiten des Wissens und der Nähe in den vorangegangenen Kapiteln geklärt wurden, werden nun im Folgenden Mechanismen des Lernens und des Austausches theoretisch gefasst und auf den Coworking Space bezogen. Kollektives Lernen von Akteuren kann dabei als „interactive process of accumulating knowledge from different local sources“ (Svetina 2008: 492) verstanden werden. Die Frage, inwiefern Akteure voneinander lernen, ist eng an das Konzept der Nähe geknüpft. Malmberg & Maskell (2006) stellen die Wichtigkeit von Face-to-face Kontakten beim Austausch von meist implizitem Wissen heraus und unterscheiden drei wesentliche Dimensionen lokalisierter Lerneffekte (ebd.: 5). Demnach werden Lerneffekte auf einer *vertikalen Ebene* befördert, wenn Akteure auf eine komplementäre Wissensbasis zurückgreifen. Kunden- und Zuliefererbeziehungen geben hier die entscheidenden Impulse. Auf der *horizontalen Ebene* findet gegenseitiges Lernen durch Beobachten und Vergleichen von Konkurrenten statt. Räumliche Nähe erzeugt bei dieser Dimension die gleichen regionalen Voraussetzungen. Wettbewerb kann also direkt auf die Fähigkeiten der Akteure zurückgeführt werden (ebd.: 6).

Eine dritte Dimension bezieht sich auf *soziale Aspekte*, die durch eine Co-Lokalisation von Akteuren entsteht. Wenn Akteure in einem räumlichen Kontext eine ähnliche Sprache, kulturelle Normen und ein ähnliches technisches Verständnis besitzen, breiten sich neue Informationen besonders schnell in diesem Milieu aus. Die Theorie beschreibt dieses Phänomen als *Buzz*. Genauer kann Buzz als „the information and communication ecology created by face-to-face contacts, co-presence and co-location of people and firms within the same industry and place or region“ (Bathelt et al. 2004: 38) definiert werden.⁷ Entscheidend bei diesem Phänomen ist der formelle sowie informelle Charakter des Informationsaustausches und Lernens. Face-to-Face-Interaktionen sind ein wichtiges Instrument des local buzzes und dabei mehr als nur ein Vehikel des Austausches, sondern können als Performance verstanden werden „where speech and other kinds of actions, and context, all come together to communicate in a very complex way on many different levels at the same time“ (Storper & Venables 2004: 365).

Räumliche Nähe kann Akteure dazu bringen über, die Zeit ähnliche Interpretationsmuster zu entwickeln, die es einfacher machen, Information weiterzugeben, da dann ein geteiltes Verständnis von Problemstellungen existiert. Dieser tägliche Austausch kann vertrauensfördernd wirken und den Buzz verstärken (Malmberg & Maskell 2006: 7). Der Coworking Space bietet hier ein besonderes Umfeld, da Coworker sich zwangsläufig physisch wahrnehmen. Wenn in der Literatur zum Thema Wissensaustausch der Ablauf informeller und nicht-intendierter Treffen unter Akteuren eher abstrakt bleibt und der Kontext von Face-to-Face-Kontakten nicht weiter definiert wird, bietet der Coworking Space einen klar abgegrenzten Rahmen der Interaktion.

Ein zweiter Ansatz des gegenseitigen Lernens und Wissensaustausches, der in Bezug auf den Coworking Space gefasst werden soll, ist der der *Communities of Practice* (CoP). Das Konzept geht auf E. Wenger (1998) zurück und beschreibt Lernen als sozialen Prozess im Spannungsfeld zwischen community (learning as belonging), practice (learning as doing), identity (learning as becoming) und meaning (learning as experience) (ebd.: 5). Die Mitglieder einer solchen Organisationsform (re-)produzieren einen gemeinschaftlichen Konsens durch bestimmtes Verhalten und tauschen Ressourcen „such as routines, artefacts, languages, stories, directories“ (Barragán-Ocaña 2012: 743) aus. Generell muss das Interesse zur Zusammenarbeit gegeben

⁷ An dieser Stelle soll bemerkt werden, dass sich der Autor der Problematik bewusst ist, die sich aus dieser Definition für den Gegenstand des Coworking Spaces entwickelt. Buzz entsteht dahingehend unter Akteuren, die eine gleiche Wissensbasis besitzen, was für Coworker im Coworking Space nicht der Fall ist (Capdevila 2013: 6f). Dennoch soll weiter mit dem Konzept des local buzz gearbeitet werden, da der Autor im Coworking Space ein Ökosystem aus Informationen und Kommunikation vermutet. Die Quantität und Qualität des Wissensaustausches ist dann Gegenstand der empirischen Analyse.

sein, und die Mitglieder haben ein Bewusstsein über das Wissen und die Fähigkeiten anderer (ebd.). Diese ursprüngliche Definition einer CoP auf die Zusammenarbeit in einem Coworking Space anzuwenden, ist aus zwei Perspektiven problematisch. Erstens macht es die Heterogenität verschiedener Coworking Spaces schwer, Konzepte jeglicher Art auf den Gegenstand anzuwenden. Zweitens setzt eine CoP, ähnlich des local buzz, eine ähnliche Wissensbasis über die Tätigkeit und das Wissen anderer voraus. Dies ist im Coworking Space durchaus teilweise gegeben, kann jedoch nicht vorausgesetzt werden.

Diese Probleme bewusst wahrnehmend, soll trotzdem das Konzept der CoP in Teilen auf den Untersuchungsgegenstand angewandt werden. Coworking zeichnet sich durch bestimmte Wertevorstellungen (Schürmann 2013: 32) aus, die von den Mitgliedern zwar sehr heterogen gelebt, aber von Coworkern bewusst akzeptiert werden, wenn sich diese zur Arbeit in einem solchen Umfeld bereiterklären.⁸ Die Beantwortung der Frage, inwieweit die Coworker eine gemeinsame Wissensbasis teilen bzw. inwiefern dies für die Zusammenarbeit und den Austausch wichtig ist, steht noch aus. Durch den theoretischen Fokus auf CoP erhofft sich diese Arbeit ein differenzierteres Verständnis über die Mechanismen des Wissensaustausches und Lernens.

Gertler (2003) beschreibt CoP als Instrument für den Austausch von implizitem Wissen. Als interessantes Alleinstellungsmerkmal gilt die Abkehr von geographischer Nähe als entscheidender Faktor für diesen. Durch die enge organisatorische Verbindung der Mitglieder einer CoP kann Wissen über große Entfernungen oder auch virtuell ausgetauscht werden. Wenn geographische Nähe als Erklärung an Legitimation verliert, stellt sich jedoch die Frage, welche Mechanismen ein gleiches Verständnis begünstigen und welche Rolle soziale Einbettung bei der Weitergabe von implizitem Wissen in einer solchen Gruppe spielt (ebd.: 87).

Das Interesse an CoP hat seit der Publikation E. Wengers (1998) stark zugenommen und dazu geführt, dass durch die große Zahl an Veröffentlichungen der Begriff in seiner Definition die Mechanismen der Wissensproduktion und des Austausches ungenau beschreibt (Amin & Roberts 2008). Um den heterogenen Begriff der CoP zu schärfen, schlagen die Autoren eine Differenzierung in vier Dimensionen des praxisbezogenen Wissens vor, deren Parameter auf Typen des Wissens und der sozialen Beziehungen beruhen (ebd.: 357).

⁸ Im Coworking Space Weserwork, der Gegenstand dieser Forschungsarbeit ist, wird beispielsweise auf die Verwendung der Höflichkeitsform bei der Anrede verzichtet und ausschließlich die 2. Pers. Sg. unter den Coworkern und dem Personal verwendet. Dies ist ein Beispiel für gemeinsame Codes die innerhalb der Gemeinschaft verwendet werden.

Craft/task knowing ist die Praktik um Know-how, das implizit in Personen vorliegt und durch ständiges Lernen und Erfahrungen ausgebaut wird. Soziale Dynamiken gehen von den Kollegen aus, mit denen das Individuum in einem hierarchischen Verhältnis steht. Anstelle von radikalen Innovationen wird in diesem Fall eher auf die Erhaltung bzw. Weitergabe bestehender Wissensbasen gesetzt. Vertrauen, gemeinsame Routinen (auch physische Abläufe) und geteilte Erfahrungen sind charakteristisch für diese Praktik des Wissens.

Professional knowing bezieht explizites und implizites Wissen gleichermaßen ein. Hier ist es wichtig, eine akademische Grundlage zu schaffen, bevor man seine praktischen Fähigkeiten einübt. Ein Beispiel für diese CoP sind Mediziner. Wenn durch Weiterbildung ein gewisser Grad an Professionalität erreicht ist, erhält das Individuum Zugang zu kodifizierten Quellen von Wissen, die räumlich ungebunden sind. Innovationen passieren eher schrittweise und sind meist auf Prozesse innerhalb der Branche beschränkt, und neues Wissen ist durch starke institutionelle Rahmen vorgegeben.

Epistemic/creative knowing beschäftigt sich mit der Erzeugung von neuem Wissen und Innovationen. Arbeitsprozesse sind von großen Freiheiten für das Individuum geprägt, das durch informellen Austausch und unkonventionelle Arbeitsprozesse kreative Lösungen für Probleme findet. Aufgaben sind oft projektbezogen und soziale Beziehungen gelten als, dem Fokus auf das Problem, untergeordnet. Wissen wird unter den Akteuren selten geteilt, sondern nur innerhalb des Projektes eingesetzt.

Virtual knowing bezeichnet die Praktik ausschließlich räumlich distanziert zu kommunizieren. Dies bedeutet eine Herausforderung für die Akteure durch den erhöhten Koordinationsaufwand und führt daher zu starken sozialen Bindungen bei projektbezogener Arbeit. Vertrauen und Reziprozität sind hier entscheidend (ebd.: 358ff).

Diese Differenzierung der Praktiken des Lernens und der Wissenserzeugung bilden die Schnittstelle zwischen der Definition von Formen des Wissens und der Nähe zu den Mechanismen des Austausches. Zur Beantwortung der Forschungsfrage, inwiefern Formen der Nähe zum Wissensaustausch und zu Lerneffekten im Coworking Space beitragen, ist eine Unterscheidung der verschiedenen Lernpraktiken erforderlich. Dies setzt allerdings voraus, dass Coworker dazu bereit sind, sich mit anderen auszutauschen bzw. zusammenzuarbeiten. Besonders Entrepreneurs profitieren stark davon, wenn sie im Team von mindestens einer anderen Person unterstützt werden (Astebro & Serrano 2007). Die Mechanismen des Austausches empirisch zu fassen, ist Ziel dieser Arbeit. Die theoretische Anwendung des

Konzeptes der CoP auf den Forschungsgegenstand des Coworking Spaces, ist in dieser Form neu.

4.5 Das Konzept der ‚Related Variety‘

Als letzter theoretischer Ansatz dieser Forschung soll das Konzept der *Related Variety* diskutiert werden. Zentrales Interesse ist hier, ob ein Wissensaustausch für Coworker eher in Frage kommt, wenn sie von Coworkern der gleichen bzw. komplementären Branche umgeben sind, oder von Coworkern völlig anderer Branchen. Die Diskussion, ob Wissen eher zwischen Akteuren der gleichen oder unterschiedlichen Branchen ausgetauscht wird, ist in der Wissenschaft umstritten. Im Kern stehen sich dabei die Theorien von A. Marshall (1890) und J. Jacobs (1969) gegenüber. Ersterer argumentiert, dass Wissen branchenspezifisch ist und deshalb einfacher übertragen werden kann, wenn Akteure eine große kognitive Nähe aufweisen. Letztere hält dagegen, dass Wissen eher ausgetauscht wird, wenn es komplementär zu den Wissensbasen anderer ist. Wissen einer Branche kann in unterschiedlicher Form nützlich für andere Branchen sein. Das Experimentieren mit komplementärem Wissen ist demnach entscheidend für Innovationen.

Für den städtischen Kontext stellen Glaeser et al. (1992) fest, dass Branchen dort langsamer wachsen, in denen sie überrepräsentiert sind (ebd.: 1129). Diese Beobachtung argumentiert für eine Diversifikation nach Jacobs, bei der durch die Dichte von unterschiedlichem Wissen und Ideen ein produktiver Austausch entsteht, der für wirtschaftliches Wachstum sorgt. Auf der anderen Seite unterstützt eine Untersuchung, die die Anzahl von Produktinnovationen, veröffentlicht in Fachzeitschriften für die Niederlande untersucht, das Argument der Spezialisierungs-Externalitäten nach Marshall (van der Panne 2004). Bemerkenswert an dieser Studie ist, dass sich diese Externalitäten in einem sehr engen räumlichen Rahmen zutragen und dass die innovativsten Firmen am ehesten für Wissens Spill Over von ähnlichen Branchen aus der Region empfänglich sind (ebd.: 601).

Beide Ansätze tragen Risiken in sich. Wenn eine Branche zu sehr spezialisiert ist, besteht die Gefahr von Lock-Ins, und Akteure lernen nichts mehr voneinander, da die kognitive Nähe zu groß ist. Andererseits ist eine diversifizierte Wirtschaft auch nicht immer Garant für Austausch und Wachstum. Ein Minimum an kognitiver Nähe muss gegeben sein, damit Akteure in Austausch geraten. Boschma & Iammarino (2009) schlagen daher das Konzept der *related variety* vor. Das Konzept löst sich von der Marshall-Jacobs-Dichotomie und argumentiert, dass

„innovation is driven by interaction and feedback mechanisms that cross industry boundaries“ (ebd.: 293). Neu ist, dass ein spezialisiertes bzw. diversifiziertes Umfeld nicht mehr *per se* als förderlich für Austausch und Wachstum gilt. Als Gegensatz zu diesem Konzept gilt die *unrelated variety*. In diesem Fall sind Branchen nicht miteinander verbunden, was auf der einen Seite Wissens Spill Over erschwert, andererseits jedoch Vorteile für die regionale Wirtschaft bringt, da eine solche Region eher vor externen Schocks geschützt ist. Diese Vorteile werden aus der Portfolio-Theorie abgeleitet (Frenken et al. 2007: 688).

Auch diese Konzepte müssen wiederum differenziert betrachtet werden. Eine Untersuchung der regionalen Entwicklung der Arbeitslosigkeit in Deutschland hat ergeben, dass sowohl related als auch unrelated variety positive Effekte auf die Erwerbsquote haben (Brachert et al. 2013). Jedoch hält die Studie fest, dass sich die Mechanismen, die zu Wachstum durch Austausch führen, unterscheiden. Demnach begünstigt unrelated variety die Beschäftigung für ‚White Collar‘-Angestellte, deren Arbeit weniger routiniert ist und daher offener für Spill Over auch aus anderen Branchen ist. Related variety begünstigt die Beschäftigung von ‚Blue Collar‘-Arbeitern. Diese Erkenntnis lässt sich mit klassischen Bündelungen spezialisierter Arbeiter (labour pooling) erklären (ebd.)

Die Literatur zu Agglomerationseffekten bietet also ein sehr heterogenes Feld an Erklärungsansätzen. Im Kern geht diese Uneinigkeit darauf zurück, dass die exakten Mechanismen des Wissens Spill Overs nicht eindeutig sind (Desrochers & Leppälä 2016). Der einzige Weg dieses Dilemma zu lösen, ist demnach, zu verstehen „how innovative know-how is actually created, diffused, adapted and combined by *individuals* with different occupations, skills and backgrounds“ (ebd.: 844). Die Autoren gehen bei der Beantwortung dieser Frage einen neuen Weg und betrachten Spill Over nach Jacobs als theoretischen Rahmen.

Im Ergebnis wird Wissen zwischen unterschiedlichen Akteuren auf drei Arten weitergegeben: 1. durch das Hinzufügen bzw. die Anpassung von Know-how an andere Prozesse, 2. durch Beobachtung und die anschließende Anwendung in einem neuen Kontext und 3. Durch formelle sowie informelle Zusammenarbeit zwischen Individuen mit verschiedenen Fähigkeiten und Hintergründen. Diese Erkenntnis führt zu einer interessanten Kritik an der bisherigen Annahme, dass Akteure eine gewisse kognitive Nähe besitzen müssen, um überhaupt kooperieren zu können (Notebloom 2007). Unterschiedliche Hintergründe und Wissensbasen hindern Individuen nicht daran, in einem größeren Rahmen, an einem gemeinsamen Ziel zu arbeiten. Auch wenn das Endprodukt sehr unterschiedlich ist, besteht die Möglichkeit, dass Akteure mit den gleichen Techniken arbeiten und Abläufe auf ähnlichen Routinen beruhen. Zuletzt besteht

selbst bei einer großen kognitiven Distanz die Möglichkeit, dies durch Face-to-Face Kontakte auszugleichen (Desrochers & Leppälä 2016: 859).

Dieser letzte Ansatz bestärkt das Argument, dass geographische Nähe ein wichtiger Faktor ist, Individuen zusammenzubringen und sogar geringe kognitive Nähe auszugleichen. Diesen Gedanken weiterverfolgend, wird dem Individuum hier eine intellektuelle Leistung unterstellt, durch Neugierde, Kreativität und Engagement, Wissen auszutauschen und neu anzuwenden. Der Coworking Space bietet ein heterogenes Feld von Akteuren mit unterschiedlichen kognitiven, institutionellen, organisatorischen und sozialen Hintergründen, die allein durch den geographischen Kontext miteinander verbunden sind. Die aktuelle Forschung von Desrochers und Leppälä (2016) bekräftigt das Potential diverser Wissensbasen für den Innovationsprozess und betont die Wichtigkeit der räumlichen Nähe besonders für Alleinarbeitende oder kleine Firmen, da diese zunächst in ihrem direkten Umfeld nach Lösungen und Hilfe suchen (ebd.: 860). In dieser Darstellung wird die Priorität der sozialen Einbettung der Akteure zurückgestuft.

Jacobs Spill Over sind für die wissenschaftliche Debatte also nach wie vor interessant und bekommen mit der Diskussion um Kreativität erneute Aufmerksamkeit bei der Erklärung von (Re-) Kombination unterschiedlicher Wissensbestände. Trotzdem sollte das Konzept der Nähe in dieser Darstellung nicht vernachlässigt werden. Die vorliegende Forschung möchte die Theorie an dieser Stelle bereichern.

5. Das methodische Vorgehen

Im fünften Teil soll das methodische Vorgehen für die empirische Erhebung vorgestellt werden. Für die Beantwortung der Frage nach dem Einfluss von Nähe auf den Wissensaustausch im Coworking Space wurde ein qualitatives Forschungsdesign gewählt. Qualitative Sozialforschung ist zunächst die Auswertung qualitativer Daten, die die Bedeutung, Struktur und Veränderung sozialer Gegenstände beschreiben. Qualitative Daten sind bereits in sich sinnhaft und können nicht in Indices quantifiziert werden (Heinze 2001: 12f). Qualitative Forschung unterliegt dabei drei zentralen Kriterien. Die *Objektivität* bedeutet die Existenz einer vom Subjekt unabhängigen Realität. Ein Test ist vollkommen objektiv, wenn Forscher unter den gleichen Bedingungen zu gleichen Ergebnissen kommen. *Reliabilität* misst den Grad der Genauigkeit von Tests bzw., ob die Methode auch das misst, was sie vorgibt. Ein reliabler Test

erzielt bei wiederholter Anwendung immer die gleichen Ergebnisse. Die Validität bezeichnet die Güte der Variablen eines Tests. Wenn die Kausalität einer Einflussgröße auf einen Gegenstand zweifelsfrei nachgewiesen werden kann, ist vollständige Validität gegeben (Steinke 1999).

In Bezug auf den Forschungsgegenstand des Coworking Spaces wurde ein qualitatives Vorgehen gewählt, weil sich Aussagen der Coworker zu Begriffen des Wissens und der Nähe tendenziell eher schwer quantifizieren lassen. Qualitative Forschung bietet sich zudem dann an, wenn der Untersuchungsgegenstand unüberschaubar ist. Die heterogene Definition von Coworking Spaces macht daher ein qualitatives Vorgehen sinnvoll. Dieses Kapitel teilt sich in die Beschreibung der Erhebungsmethode, der Auswahl des Untersuchungsgegenstandes und zuletzt der Inhaltsanalyse als Auswertungsmethode.

5.1 Erhebungsmethode: Qualitative Experteninterviews

Als Erhebungsmethode ist das qualitative Experteninterview eine Unterkategorie qualitativer Interviews allgemein. Diese Methode befasst sich grundlegend mit der „Versprachlichung sozialer Phänomene“ (Lamnek 2002: 157) bzw. der Produktion von Texten, die in einem nächsten Schritt Gegenstand der Analyse sind. Durch den kommunikativen Charakter des Interviews zwischen Interviewern und Befragten wird soziale Wirklichkeit prozesshaft rekonstruiert (ebd.: 166). Daher eignet sich diese Methode besonders gut, um Informationen über eher abstrakte Begriffe des Wissens bzw. der Nähe zu generieren. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass Coworker theoretisches Vorwissen über diese Konzepte besitzen. Daher können Informationen nur indirekt abgefragt werden.

Das Experteninterview unterscheidet sich zu anderen Interviewformen wie dem ethnographischen oder narrativem Interview in mehrfacher Hinsicht. Hier wird der Befragte als reiner Lieferant von Informationen verstanden. Bibliographische Angaben sind daher von untergeordnetem Interesse (Kaiser 2014: 2). Das Experteninterview eignet sich für den Erkenntnisgewinn im Kontext von Fallstudien, bei denen es nicht darum geht, eine möglichst große Anzahl von Fällen zu überprüfen, sondern darum, Einzelfälle besser zu verstehen (ebd.: 4). Experteninterviews werden durch einen Leitfaden strukturiert, der garantieren soll, dass „alle forschungsrelevanten Themen auch tatsächlich angesprochen werden, bzw. dass eine zumindest rudimentäre Vergleichbarkeit der Interviewergebnisse gewährleistet werden kann“ (Schnell et al. 2005: 387). Der Leitfaden soll den Gesprächsfluss dabei nicht stören, was zu

Herausforderungen für den Interviewer führt, der flexibel auf Gesprächsverläufe reagieren und bei Missverständnissen nachfragen muss. Der Leitfaden begleitend zu dieser Forschung enthält fünf Fragenkomplexe mit jeweiligen Schlüsselfragen, die garantiert in jedem Interview gestellt werden. Zudem werden Eventualfragen dort gestellt, wo eine Begründung für eine Antwort einen erweiterten Erkenntnisgewinn verspricht.

Der Begriff des Experten im Experteninterview ist mitunter missverständlich, da ein Experte diesen Status nur durch das Forschungsinteresse des Interviewers erlangt. Von Interesse ist dabei nie das Individuum als Subjekt, sondern immer nur als Repräsentant für eine bestimmte Gruppe. Experte zu sein, ist also weniger eine Eigenschaft als eine Zuschreibung (Bogner et al. 2014: 11). Experten erhalten diese Zuschreibung durch ihr exklusives Wissen über bestimmte Themen, zu dem der Wissenschaftler Zugang erhalten möchte. Expertenwissen kann unterschiedliche Ausprägungen haben. *Technisches Wissen* bezieht sich auf Faktenwissen, das in kodifizierter Form vorliegt und vom Experten abrufbar ist. *Prozesswissen* beschreibt die Einsicht in Abläufe und Organisationsformen, in die der Experte involviert ist. Zuletzt umfasst das *Deutungswissen* subjektive Interpretationen und Sichtweisen des Experten (ebd.: 17ff). Das Forschungsinteresse in dieser Forschung legt den Nutzer in einem Coworking Space, also den Coworker, als Experten nahe. Coworker sind Träger des Wissens, auf dessen Austausch die Forschungsfrage gerichtet ist. Da Wissen um Fakten nicht im Fokus der Forschung steht, liegt nahe, dass es sich bei dem Expertenwissen um Prozess- bzw. Deutungswissen handelt.

Probleme können bei der Durchführung von Experteninterviews entstehen, wenn der Experte nicht über das vermutete Expertenwissen verfügt, der Experte über Themen seines Fachbereiches spricht, aber nicht auf das Interview eingeht, oder in die Rolle des Privatmenschen schlüpft und so zum Subjekt wird (Lamnek 2002: 176). Durch Vorgespräche und Informieren der potentiellen Interviewpartner über das Thema der Forschung konnten Unsicherheiten auf beiden Seiten reduziert werden und Coworker zuverlässig als Experten identifiziert werden. Zudem hat ein Vortrag im Coworking Space die Betriebsleitung von der Unternehmung in Kenntnis gesetzt und Zugang zu Gesprächspartnern ermöglicht.

5.2 Auswahl des Untersuchungsgegenstandes

Der Untersuchungsgegenstand dieser Forschungsarbeit sind Coworker des Bremer Coworking Spaces Weserwork. Weserwork „ist als gemeinnützige Integrationsfirma konzipiert“ (Weserwork.de) und bietet Menschen mit Handicap einen Arbeitsplatz in der Administration.

Träger des Projektes ist die Integrationsfachdienst Bremen GmbH und die Berufsbildungswerk Bremen GmbH. Die Initiative wird zusätzlich von der Aktion Mensch und vom Amt für Versorgung und Integration gefördert. Weserwork versteht sich als ein klassischer Coworking Space, der seinen Mitgliedern unterschiedliche Tarife anbietet, ihre Arbeitszeit flexibel zu gestalten. Die Büroflächen bieten etwa 60 Coworkern Platz und bei der Aufnahme neuer Coworker werden keine bestimmten Kriterien zum fachlichen oder beruflichen Kontext gestellt. Neben dem Arbeitsplatz bietet der Betreiber den Coworkern zusätzliche Sekretariatsdienste wie Versand-, Kopie- oder Rechercheaufträge.

Die Dauer der Nutzung des Arbeitsplatzes variiert unter den Befragten stark zwischen zwei Jahren und wenigen Wochen. Da in dieser Forschungsarbeit der Fokus auf der Qualität und den Mechanismen des Austausches bedingt durch Nähe liegt, tritt dieses Interesse vor die Quantität der Kontaktgelegenheiten zwischen den Coworkern. Daher wirkt sich eine unterschiedlich starke Vernetzung der Coworker, durch etwa einen Erfahrungsvorsprung im Coworking Space, auf die Fragestellung eher gering aus.

5.3 Auswertungsmethode: Qualitative Inhaltsanalyse

Empirische Daten, die aus Experteninterviews gewonnen wurden, können „aufgrund der Offenheit und der geringen Standardisierung der Instrumente der Datenerhebung nicht sinnvoll statistisch ausgewertet werden“ (Kaiser 2014: 3). Um die Erkenntnisse aus der Erhebung dennoch sinnvoll interpretieren zu können, muss eine Auswertungsmethode die Schritte zur Auswertung standardisieren. Die qualitative Inhaltsanalyse, die hier zur Analyse verwendet wird, kann dabei am besten als „Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen“ (Früh 2011: 27) verstanden werden. Qualitative Analysen können dabei nie so präzise sein wie quantitative, jedoch bieten sie die Möglichkeit, verborgene Sinnstrukturen aus dem Material zu identifizieren. Generell ist die qualitative Inhaltsanalyse eine Methode zur Analyse jeglicher Art von aus Kommunikation entstehenden Materials. Eine genaue Definition des Begriffes wird aber auch immer vom Interesse des Forschers getragen (Mayring 2015: 11).

Ziel der qualitativen Inhaltsanalyse in dieser Forschung ist es, Angaben der Coworker zu Wissensaustausch und Lernen bedingt durch Nähe zu identifizieren und nach vorher festgelegten Regeln zu kategorisieren. Es geht dabei nicht um die quantitative Erfassung der Textstellen, sondern eher um die konkrete Einzelfallbetrachtung und den Kontext der

Kommunikation. Die Inhaltsanalyse muss dabei den Regeln der qualitativen Sozialforschung folgen und intersubjektiv überprüfbar sein (Reliabilität) und einen Wahrheitsanspruch besitzen, der sich an bewährten Maßstäben bzw. Theorien orientiert (Validität). Ein Verfahren, das die qualitative Inhaltsanalyse in einzelne Schritte differenziert und so gut nachvollziehbar macht, stellt P. Mayring (2015) vor. Diese Schritt-für-Schritt Analyse soll auch systematisch auf die empirischen Befunde aus den Interviews mit Coworkern angewandt werden.

Festlegung des Materials

Das Material besteht aus 13 leitfadengestützten Interviews mit Coworkern von Weserwork. Die Befragten wurden zufällig ausgewählt und mit Hilfe der Betriebsleitung kontaktiert oder direkt vor Ort angesprochen. Zudem wurden zwei ehemalige Coworker befragt, die erst kürzlich ihren Vertrag mit Weserwork kündigten. Um als Befragter in Frage zu kommen, muss eine Person also mindestens einmal im Coworking Space gearbeitet haben. Die Interviewpartner beantworteten offene Fragen eines Leitfadens und konnten, wenn gewünscht, ihre Antworten ausweiten. Für die Analyse wird jeweils das vollständige Interview ausgewertet.

Analyse der Entstehungssituation

Alle Interviews wurden vom Autor persönlich durchgeführt. Da es sich bei allen Befragten um Berufstätige handelt, die meist in einen engen zeitlichen Rahmen eingebunden sind, wurde den Coworkern zugesichert, dass Interviews nicht länger als 30 Minuten dauern dürfen, was auch zum Großteil eingehalten werden konnte. Die Interviews fanden am Arbeitsplatz der Befragten bzw. in Besprechungsräume, oder in Gemeinschaftsbereichen des Coworking Space statt. Eine Ausnahme ist Interview Nr. 13. In diesem Interview bevorzugte der Coworker den Leitfaden selbst zu beantworten und die Audiodateien anschließend dem Autor zukommen zu lassen. Da dies keine klassische Interviewsituation darstellt, müssen die Antworten aus diesem Interview unter Berücksichtigung der besonderen Entstehung betrachtet werden. Die Befragten waren generell aufgeschlossen und am Thema interessiert. Spannungen, soziale Erwünschtheit und Misstrauen konnten nicht beobachtet werden. Eine Form von Gegenseitigkeit konnte erzeugt werden, indem interessierten Coworkern die Ergebnisse der Studie zugesichert wurden.

Formale Charakteristika des Materials

Die Interviews wurden mit einem Aufnahmegerät digital aufgezeichnet und anschließend mit Hilfe der Transkriptionssoftware F4⁹ transkribiert. Das auszuwertende Material liegt also in Form von Transkripten vor. Die Transkription wurde vom Autor selbst durchgeführt und folgt vorher festgelegten Regeln.¹⁰ Generell wurde für die Übersetzung des Gesprochenen ins Schriftliche der Ansatz des einfachen wissenschaftlichen Transkriptes (Fuß & Karbach 2014: 61) gewählt. Bei dieser Art des Transkriptes steht der Inhalt der Interviews im Fokus. In der Regel wird das Gesprochene Wort für Wort übertragen. Die Sprache kann jedoch leicht geglättet werden. Dies bedeutet, dass z.B. dialektische oder umgangssprachliche Ausdrücke in allgemein verständliche Formulierungen überführt werden können.

Das vorliegende Material wurde teiltranskribiert. Das heißt, dass für den Informationsgewinn nicht relevante Stellen ausgelassen wurden. Diese beinhalten beispielsweise nicht zum Thema passende anekdotische Erzählungen, oder wenn der Interviewte auf die eigene berufliche Tätigkeit eingeht ohne auf den Leitfaden Bezug zu nehmen. Das Ermessen, wann dies der Fall ist, liegt beim Forscher und birgt das Risiko eines Informationsverlustes. Da die Aufgabe der Transkription jedoch nicht an andere weitergegeben wurde und der Autor mit der Thematik vertraut ist, wurde auch unter wirtschaftlichen Erwägungen dieses Vorgehen gewählt.

Richtung der Analyse

Da das Interesse der Forschung inhaltlichen Informationen der Aussagen der Coworker gilt, fällt dieser Analyseschritt hier eher knapp aus. Die Quelle an Informationen ist das Wissen der Coworker, das in einem Dialog auf den Forscher (Rezipienten) weitergegeben wird. Soziokultureller und emotionaler Hintergrund der Befragten sowie sprachliche Eigenschaften des Materials spielen für die Bewertung der Fragen eine geringe Rolle.

Theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung

Die Aussagen der Coworker enthalten Informationen über die Praxis des Wissensaustausches und Lernens in ihrem direkten räumlichen Umfeld. Die Forschungsfrage zielt nun darauf ab,

⁹ f4transkript Demovesion v6.0.3.

¹⁰ Die Transkripte sowie die Aufzeichnungen liegen in digitaler Form vor und können auf Anfrage eingesehen werden.

herauszufinden, inwiefern Formen der Nähe zum Wissensaustausch und zu Lerneffekten im Coworking Space beitragen. Bisherige Theorien zum Thema bilden ein kontroverses Feld über Einflussgrößen und Mechanismen des Austausches ab. So gilt räumliche Nähe als entscheidend bei Spill Over von Wissen (Audretsch & Feldman 1996), da bestimmte Kommunikation auf Face-to-Face Interaktionen beruhen, die nicht durch Informationstechnologien ersetzt werden können (Asheim 2007). Andererseits wird auch der starke Einfluss von gleichen Interessen und institutioneller Nähe für den Austausch genannt, der nicht unbedingt auf räumliche Nähe angewiesen ist (Amin & Cohendet 2005).

Forschungen haben sich zwar mit Fragen der gemeinsamen Arbeitspraxis (Uda 2013) und dem Einfluss von Nähe auf den Wissensaustausch (Parrino 2015) im Coworking Space beschäftigt. Letztere vernachlässigt jedoch den Einfluss von zufällig auftretenden Wissensexternalitäten, von denen Coworker profitieren. An dieser Stelle möchte die Forschung dazu beitragen, die Spill-Over-Debatte (Schmidt 2015) mit dem Konzept der Nähe (Boschma 2005) auf den einzigartigen Gegenstand des Coworking Spaces anzuwenden. Durch den Bezug auf das Konzept der Communities of Practice (Amin & Roberts 2008) und die Diskussion um (Un)-Related Variety (Desrochers & Leppälä 2016) soll die Theorie durch Mechanismen des Austausches bereichert werden.

Bestimmung der Analysetechnik, Festlegung des konkreten Ablaufmodells

Der Vorteil der qualitativen Inhaltsanalyse gegenüber quantitativen Ansätzen ist, dass durch die Prüfung impliziter Vorannahmen des Materials eine bestimmte Analysetechnik festgelegt werden kann (Mayring 2015: 65). In anderen Worten bietet sich je nach Erkenntnisinteresse des Forschers eine individuelle Herangehensweise an das Material an. Ziel dieser Arbeit ist es, bestimmte Praktiken der Kommunikation von Coworkern nach theoretischen Ordnungskriterien zu prüfen. Daher ist eine *inhaltliche Strukturierung* die sinnvollste Analysetechnik. Diese Art der Analyse hat das Ziel „bestimmte Themen, Inhalte, Aspekte aus dem Material herauszufiltern und zusammenzufassen“ (ebd.: 103), um diese dann später auf theoretische Vorannahmen hin zu überprüfen.

Im Zentrum dieses Vorgehens steht das Kategoriensystem, in das sinnhafte, vorher definierte, Analyseeinheiten eingeordnet werden. Kategorien werden dabei niemals vom Forscher ausgedacht, sondern werden immer abgeleitet (Früh 2011: 24). Bei dieser Herleitung von Kategorien sind generell zwei Ansätze denkbar. Eine *deduktive Kategorienbildung* hat das Ziel,

theoretische Vorannahmen in einem Prozess der Operationalisierung auf das Material anzuwenden. Der Weg ist also, von einer allgemeinen Theorie auf eine konkrete Textstelle zu schließen. Bei der *induktiven Kategorienbildung* werden einzelne Texteinheiten identifiziert und durch Kodieren auf ein höheres Abstraktionsniveau gebracht. Dies geschieht zunächst nah am Text und später durch „Zusammenfassen von solchen Begriffen zu Oberbegriffen und die Herausarbeitung von Beziehungen zwischen Begriffen zu Oberbegriffen bzw. Kategorien zu Oberkategorien“ (Flick 2007: 388).

Für die Beantwortung der Forschungsfrage wird ein Forschungsdesign gewählt, das bei der Kategorienbildung deduktiv als auch induktiv vorgeht. Dieser Ansatz leitet sich aus dem Anspruch ab, die Theorie um Wissenstransfer und Nähe deduktiv auf ein empirisches Fallbeispiel anzuwenden und zu ergänzen. Zusätzlich sollen aber die exakten Mechanismen von Spill Overn induktiv abgeleitet werden. Zudem ist ein Coworking Space ein Ort, der stark durch seine Mitglieder bestimmt wird. Inwiefern Coworker dadurch eine soziale Umwelt schaffen, die wiederum den Wissensaustausch anregt, soll dieses induktive Vorgehen nah am Material ermöglichen und verborgene Sinnzusammenhänge identifizieren.

Hier wird deutlich, wie stark ein Kategoriensystem vom Material beeinflusst wird und so an sich schon ein Teilergebnis der Analyse darstellt (Mayring 2015: 61). Aus diesem Grund wird die Differenzierung der Kategorien und der Analyseeinheiten Gegenstand der Ergebnisse im 6. Kapitel sein. Die Analyse des Materials wurde mit Hilfe der Textanalysesoftware MAXQDA¹¹ durchgeführt.

6. Ergebnisse

Dieses zentrale Kapitel der Forschungsarbeit soll die Ergebnisse der Auswertung abbilden und weiter ihre Entstehung nachvollziehbar machen. Um diesen Anspruch zu erfüllen, wird zunächst das methodische Vorgehen auf die theoretischen Annahmen und auf das Forschungsinteresse dieser Arbeit angewandt. Im nächsten Schritt werden die einzelnen Kategorien kurz vorgestellt und bezüglich der Aussagen der Coworker¹² direkt ausgewertet.

¹¹ MAXQDA 10

¹² Referenzen zu Aussagend der Coworker verweisen auf die Nummer des Interviews sowie auf die Seitenzahl im Transkript. Beispielsweise eine Referenz auf der dritten Seite des zweiten Interviewtranskripts wird in dieser Form angegeben: (CW 02: 3). Die Interviews werden vollständig anonym behandelt. Eine Kodierung der Interviews war daher erforderlich.

Dieses Vorgehen soll verdeutlichen, dass die Kategorienbildung Teil des Ergebnisses ist. Im Anschluss wird die Forschungsfrage konkret in Bezug zu den theoretischen Annahmen beantwortet, bevor im letzten Schritt weitere interessante Ergebnisse vorgestellt werden.

6.1 Das Kategoriensystem

Das Kategoriensystem besteht einerseits aus den Definitionen der Analyseeinheiten und andererseits aus den theoretisch abgeleiteten Kategorien einer deduktiven Vorgehensweise und den aus dem Material abgeleiteten Kategorien eines induktiven Ansatzes. Im Folgenden sollen beide Vorgehen kurz erläutert werden, bevor im nächsten Schritt die einzelnen Kategorien definiert werden.

6.1.1 Deduktives Vorgehen

Ein deduktives Vorgehen extrahiert Textbestandteile, die durch eine aus der Theorie gewonnenen Kategorie angesprochen werden, systematisch aus dem Text (ebd.: 97). Deduktive Kategorien im Kontext dieser Forschung nehmen Bezug auf den Wissensbegriff (Lundvall & Johnson 1994) und die Formen der Nähe (Boschma 2005). Um als Analyseeinheit in die Kategorien zu fallen, müssen die Textstellen einen sinnhaften Rückbezug zu diesen theoretischen Konzepten haben. Durch Ankerbeispiele werden exemplarisch besonders eindeutige Textstellen herausgehoben.

6.1.2 Induktives Vorgehen

Im Gegensatz zum deduktiven Vorgehen, versucht ein induktiver Ansatz eine große Fülle an Material so zusammenzufassen, dass sich allgemeingültige Aussagen zum Gegenstand treffen lassen (Mayring 2015: 69). Die Analyseeinheiten werden hier ebenfalls vom Interesse der Untersuchung geleitet. Im Kontext der Fragestellung sind alle Textstellen relevant, die sich mit Praktiken des Austausches befassen, oder Bezug auf den Coworking Space als Umgebung nehmen, die Kommunikation und Austausch fördert. Durch diese sehr allgemeinen Kriterien sollen in einem ersten Materialdurchlauf entsprechende Textstellen identifiziert werden. In einem zweiten Schritt werden diese Textstellen auf ein höheres Abstraktionsniveau paraphrasiert und sinnhaft gleiche Paraphrasen zu induktiven Kategorien zusammengefasst.

Aufgrund des großen Umfangs des Materials wird dieser Prozess vereinfacht und auf eine zusätzliche Reduktion verzichtet.

6.2 Kategorien

Wie bereits beschrieben, teilt sich das Kategoriensystem in deduktive sowie induktive Kategorien. Im folgenden Kapitel sollen die einzelnen Kategorien vorgestellt werden und Regeln aufgestellt werden, wann eine Analyseeinheit in eine bestimmte Kategorie aufgenommen wird. Zuerst werden die theoriegeleiteten deduktiven und anschließend die nahe am Text entwickelten induktiven Kategorien vorgestellt.

6.2.1 Deduktive Kategorienbildung und Auswertung

Das Interesse der Forschungsfrage ist auf die Formen der Nähe und ihren Einfluss auf den Wissensaustausch gerichtet. Daher orientieren sich die deduktiven Kategorien an den Dimensionen der kognitiven, organisatorischen, sozialen, institutionellen und geographischen Nähe. Kategorien, die die Formen des Wissens erfassen sollen, leiten sich aus den theoretischen Vorannahmen in Bezug auf Know-what, Know-why, Know-who, Know-how und Know-when ab. Insgesamt ergeben sich daraus zehn deduktive Kategorien:

Kategorie: Kognitive Nähe

In diese Kategorie werden alle Analyseeinheiten aufgenommen, die auf den Austausch durch gegenseitiges Verständnis bzw. Missverständnis Bezug nehmen. Dies bedeutet, dass es Coworkern leichter fällt, sich auszutauschen, wenn sie gemeinsame Erfahrungen, Wissensbasen oder einen gemeinsamen fachlichen Hintergrund teilen. Andererseits werden hier auch Textstellen vermerkt, in denen Coworker ein mangelndes Interesse am Austausch zu anderen anzeigen, weil diese zu ähnlich in ihren Tätigkeiten sind und kein neues Wissen übernommen werden kann. Ein Ankerbeispiel dieser Kategorie ist „Klar gibt es jetzt ein bisschen intensiveren Austausch, jetzt wo ich drüber nachdenke, zum Kollegen drüben, der ist auch im Bereich Werbung tätig, aber anders“ (CW 8: 5).

Die Auswertung der Kategorie hat ergeben, dass kognitive Nähe eine wichtige Rolle für den Austausch von Wissen spielt. Coworker tauschen sich eher mit anderen aus, wenn diese aus

einem ähnlichen fachlichen Bereich kommen (CW 05: 4), und es Anknüpfungspunkte für die eigene Arbeit gibt, bzw. so eine gegenseitige Unterstützung möglich ist (CW 04: 4). Dies muss nicht bedeuten, dass Coworker der gleichen Branche angehören, doch sind für einen aktiven Austausch kompatible Wissensbasen förderlich (CW 06: 3). Innerhalb eines Fachbereiches kommt es zudem zum Austausch, wenn Coworker zwar in einem ähnlichen Segment tätig sind „aber andere Leistungsschwerpunkte aufweisen“ (CW 10: 3). Coworker nutzen die kognitive Nähe, um innerhalb ihres Fachbereiches bestimmte Thematiken zu vertiefen (CW: 05: 3). Wenn sich Coworker dennoch entscheiden sollten, in den Austausch mit Fachfremden zu gehen, geschieht das meist aus persönlichem Interesse zu anderen Thematiken. Coworker geben jedoch an, dass hier der Austausch schnell an Grenzen stößt, und es zu Verständnisschwierigkeiten kommt (CW 11: 4). Kognitive Distanz wird von einigen Coworkern als Vorteil gesehen, da sie durch ein Alleinstellungsmerkmal schwerer zu kopieren sind und so ungezwungen in den Austausch gehen, da es keine Konkurrenzsituation gibt (CW 01: 03). Ein weiterer Vorteil kognitiver Distanz für den Wissensaustausch ist das Potential „mit Abstand“ (CW 02: 3) zu helfen, also mit einem offenen Blick für Probleme an fremde Thematiken heranzugehen.

Kategorie: Organisatorische Nähe

Diese Kategorie umfasst Aussagen von Coworkern, die sich auf den Austausch zu anderen Coworkern durch organisatorische Verbindungen beziehen. Dies kann zum Beispiel Kooperationen, Verträge und Zusammenarbeiten miteinschließen. So werden auch Textstellen mitaufgenommen, die darauf hindeuten, dass sich durch solche Organisationsformen Unsicherheiten wie z.B. opportunes Verhalten reduzieren. Auf der anderen Seite sind auch Aussagen über zu starke Abhängigkeiten zu anderen Coworkern oder ungleiche Machtstrukturen Teil der Kategorie. Ein Ankerbeispiel ist: „Ja, im Coworking Space haben sich zwei Projekte entwickelt. Eines zu dritt hier, wo wir uns mit Flüchtlingen beschäftigen.“ (CW 12: 1).

Die Auswertung ergab, dass Coworker hauptsächlich in projektbezogenen Kooperationen zusammenarbeiten und in dieser Form Wissen austauschen (CW 04: 3). Kooperationen werden also für Fragestellungen oder Aufgaben eingegangen und lösen sich danach teilweise wieder auf (CW 12: 1). Andererseits entstehen Kooperationen zwischen Coworkern auch, um nach außen eine bessere Wirkung zu erzielen und für Kunden besser ansprechbar zu sein (CW 09: 2). Hierbei werden Aufträge von externen Kunden gemeinsam bearbeitet, bzw. Anfragen gemeinsam gestellt (CW 06: 3). Punktueller tauschen Coworker auch Wissen aus, indem sie

Leistungen anderer nutzen, um ihr eigenes Portfolio zu verbessern (CW 02: 1). Dieses Zusammenarbeiten ist auf konkrete Aufträge begrenzt, und die Coworker stehen in einem Kundenverhältnis. Die projektbezogene Arbeit wird von Coworkern als sehr effizient eingeschätzt, da Transaktionen für den Austausch gesenkt werden (CW 10: 2).

Im Gegensatz zu den oben genannten Formen der Zusammenarbeit unterstützen sich Coworker auch auf informeller Ebene. Durch kostenlose Hilfeleistungen werden Fragen unkompliziert beantwortet. Diese Form der Hilfe kann jedoch an Grenzen stoßen, beispielsweise dann, wenn sie zu zeitaufwendig wird. In diesem Fall bevorzugen Coworker den vertraglich geregelten Austausch (CW 11: 1). An diesem informellen Austausch wird der zwanglose Charakter geschätzt, also nicht „sozusagen in einem Unternehmen zu sein“ (CW 05: 1), aber dennoch das Gefühl von Kollegialität zu haben.

Zusätzlich wurde von einem Coworker ein Vergleich zu einem anderen Coworking Space gezogen, bei dem der Coworking Space selbst als Auftraggeber an die Coworker herangetreten ist und verschiedentlich Leistungen in Anspruch nahm (CW 01:1). Die Leitung des Coworking Spaces als Kooperationspartner könnte ein interessanter Aspekt für die weitere Forschung sein. Da sich die Aussagen nicht auf den Untersuchungsgegenstand richten, wird dieses Ergebnis hier getrennt betrachtet.

Kategorie: Soziale Nähe

Aussagen von Coworkern bezüglich eines vertrauensvollen Umgangs mit anderen, der zum Austausch anregt, ist Gegenstand dieser Kategorie. Zudem werden alle Textstellen hier zusammengefasst, die Rückschluss auf zwischenmenschlichen Kontakt auf persönlicher Ebene zwischen den Coworkern zulassen. Sympathien, Freundschaften und die Bereitschaft, sich über die Arbeit hinaus mit anderen Coworkern zu beschäftigen, sind Indikatoren dieser Kategorie. Wenn Coworker aus Rücksicht auf andere darauf verzichten, ein Projekt umzusetzen, deutet dies auf ein wenig opportunes Verhalten hin und ist Teil der Kategorie. Ein Ankerbeispiel ist: „Da ich das als sehr vertrauensvollen Umgang kennengelernt habe, würde ich sagen, ich teile alles“ (CW 12: 2).

Die Kategorie *Soziale Nähe* ist gegenüber den anderen Kategorien überdurchschnittlich stark ausgeprägt. Coworker nannten das persönliche Verhältnis zu anderen als ausschlaggebend für den Informationsaustausch (CW 13:1) und gegenseitige Kooperation (CW 05: 3). Direkte Sympathien (CW 12: 1) und sogar Freundschaften (CW 11: 1) wurden dabei als Gründe

genannt, mit anderen in Kontakt zu kommen. Coworker erklären sich generell dazu bereit, sich auch außerhalb des Coworking Spaces mit anderen zu treffen und setzten dies auch teilweise um (CW: 13: 1). Es kommt außerdem zu Wissensaustausch durch soziale Nähe, wenn sich Coworker gegenseitig Trost spenden oder sich helfen (CW 08: 2).

Andererseits deutet ein reduzierter Informationsaustausch auch auf mangelndes Vertrauen hin, und es wird befürchtet, dass sich andere Coworker opportun verhalten (CW 08: 3). Generell wird Coworkern jedoch vertraut, und ein dementsprechendes Verhalten wird vorausgesetzt (CW 06: 2). Eine direkte Wettbewerbssituation wurde nur von einem Coworker angesprochen, der diese aber nicht negativ sah, sondern für einen offenen Umgang mit solchen Situationen einstand (CW 01: 4). Ein geringerer Austausch, der aus sozialer Distanz resultiert, wurde von einem Coworker auf das unterschiedliche Alter zwischen Coworkern zurückgeführt (CW 07: 3). Der Grund hierfür ist geringer Kontakt und weniger die fehlende Sympathie.

Kategorie: Institutionelle Nähe

Wenn der Austausch zwischen Coworkern durch eine ähnliche Wertestruktur und kulturelle Vorstellungen befördert wird, fasst diese Kategorie entsprechende Analyseeinheiten zusammen. Dies kann der Fall sein, wenn Unsicherheiten zwischen Coworkern durch ein gemeinsames Verständnis bestimmter Arbeitsabläufe oder Problemstellungen, nicht fachlicher Natur, reduziert werden. Hier besteht ein Abgrenzungsproblem zur Kategorie *Kognitive Nähe* und *Soziale Nähe*. Im Unterschied zum erstgenannten müssen Coworker hier keine ähnliche Wissensbasis aufweisen oder im Gegensatz zu letztgenanntem Vertrauen durch Sympathie erzeugen. Es geht lediglich darum, zu verstehen, wie andere Abläufe gestalten oder aus welchen Motiven sie handeln. Ein Ankerbeispiel dieser Kategorie ist „Kontakt zu Selbstständigen, die letztendlich eine ähnliche Schicksalsgemeinschaft haben wie ich auch“ (CW 03: 2).

Das Hauptmotiv für den Austausch durch institutionelle Nähe sind, wie im Ankerbeispiel bemerkt, Themen der Selbstständigkeit, die alle Befragten betreffen. Coworker betonen den Austausch über Themen, den man so nur mit anderen Selbstständigen hat (CW 09: 1) und sehen sich dadurch miteinander verbunden. Oft sind es die gleichen Probleme (CW 08: 2) oder die gleichen Themen, wie etwa die Kundenakquise (CW 04: 1), die zum Austausch anregen „und das kann man ja auch überberuflich klären“ (CW 09: 1). Für das Niveau der Professionalität ergibt sich ein differenziertes Bild. Auf der einen Seite sehen Coworker den Austausch eingeschränkt, da Kooperationspartner zu unprofessionell sind und beispielsweise für Abläufe

zu lange benötigen (CW 07: 1). Andererseits bemerken Coworker, dass andere zumeist mit ihren Unternehmen etabliert sind und „mit einer gewissen Zielstrebigkeit und Konsequenz arbeiten“ (CW 06: 2). Zudem stellt ein Coworker fest, dass die Zusammenarbeit mit anderen kreativ Arbeitenden wünschenswert ist (CW 09: 1).

In einem Fall wird der Austausch sogar kritisch gesehen und auf eine unterschiedliche Unternehmensgröße zurückgeführt. Konkret befürchtet ein Coworker, dass sich seine Mitarbeiter zu sehr ablenken lassen, wenn sie im ständigen Kontakt zu anderen stehen, was zu einer geringeren Produktivität führt (CW 01: 4) bzw. eine Zusammenarbeit nicht zustande kommt, weil „sie zu klein für uns sind“ (ebd.: 5). Der Zusammenhang von institutioneller Nähe im Sinne von gleichen Anforderungsprofilen, gleicher betrieblicher Struktur und wirtschaftlichen Werten zu Wissensaustausch kann also generell als positiv gesehen werden.

Kategorie: Geographische Nähe

Diese Kategorie vereint alle Analyseeinheiten, die sich eindeutig dem Austausch durch geographische Nähe zuordnen lassen. Ein wichtiger Faktor der geographischen Nähe ist die Spontaneität der Treffen bedingt durch den Zufall. Dementsprechend werden auch Textstellen zusammengefasst, die sich mit nicht geplanten Begegnungen befassen. Generell besteht hier ein Abgrenzungsproblem zu allen anderen Formen der Nähe, da jede Form der Nähe auch ohne eine gleichzeitige Kopräsenz auskommt. Bei der Zuordnung zu dieser Kategorie muss also sehr vorsichtig vorgegangen werden und nur Textstellen genannt werden, die sich direkt auf den Raum, die Örtlichkeiten oder die räumliche Distanz beziehen. Ein Ankerbeispiel ist: „Saßen auch gegenüber, darüber kommst du natürlich doch noch mehr in den Austausch“ (CW 03: 4).

Die Auswertung dieser Kategorie bestätigte die theoretischen Vorannahmen der Wichtigkeit des Zufalls für eine erste Kontaktaufnahme. Coworker gaben an, rein zufällig ins Gespräch zu kommen und Informationen auszutauschen, indem sie sich im Coworking Space bzw. an bestimmten Kristallisationspunkten wie der Kaffeemaschine bewegen (CW 12:3). Auf dieser informellen Ebene konnten zudem Kontakte geknüpft werden (CW 10: 1). Weiterer Austausch, der sich ausschließlich auf die geographische Nähe zurückführen lässt, entsteht visuell durch Arbeiten von Coworkern am Arbeitsplatz, wie beispielsweise Flipchart-Zeichnungen (CW 12: 2), oder durch das Mithören von Gesprächen im direkten Umfeld (CW 06: 3). Zudem gaben Coworker an, früher oder später mit ihren direkten Sitznachbarn ins Gespräch zu kommen (CW 04: 3). Diese Aussage muss jedoch mit Vorsicht behandelt werden, da nur Coworker so

antworteten, bei denen dies auch der Fall war. Es existiert daher keine eindeutige Kontrollgruppe.

Coworker unterstrichen auch den Vorteil von geographischer Nähe gegenüber der Kommunikation per Email, bei der Entwicklung neuer Ideen (CW 08: 1). Im Falle einer Kooperation von Coworkern wird die schnelle Erreichbarkeit und unkomplizierte Zusammenarbeit bedingt durch geographische Nähe angesprochen (CW 10: 2). In diesem Beispiel ist ein Kontakt jedoch schon zustande gekommen, und es ist nicht klar, welche Form der Nähe diese Zusammenarbeit bedingt hat. Jedoch kann festgehalten werden, dass bei bestehenden Kooperationen, geographische Nähe wichtig für gegenseitige Erreichbarkeit im Coworking Space ist.

Kategorie: Know-what

In dieser Kategorie werden alle Informationen zusammengefasst, die sich mit dem Austausch von reinem Faktenwissen beschäftigen. Dies ist der Fall, wenn Coworker z.B. einfache Daten und Informationen über einen Gegenstand abfragen. Ein Ankerbeispiel ist: „Wenn man sagt, was ist denn das, und dann kommt man ins Gespräch“ (CW 12: 2f).

Die Auswertung ergab, dass Coworker in geringem Maße reines Faktenwissen austauschen. Wenn es um diese Wissensform geht, beziehen sich Analyseeinheiten meist auf konkrete Zahlen zu Preisen und Stundensätzen (CW 09: 2). Coworker sind an solchen Informationen interessiert, um ihren eigenen Marktwert besser einschätzen zu können und daher auch bereit, diese Informationen zu teilen (CW 02: 2). Weiteres Faktenwissen, das geteilt wird bezieht sich auf unternehmerische Standards (CW 07: 2) oder Wissen um Fördermöglichkeiten (CW 09: 4). Generell repräsentiert diese Kategorie ein eher geringeres Interesse Faktenwissen auszutauschen.

Kategorie: Know-why

Diese Kategorie beschäftigt sich mit Analyseeinheiten, die auf den Austausch von Wissen Bezug nehmen, die die Funktionsweise und Gesetzmäßigkeiten von Prozessen erklären. Ein Ankerbeispiel ist: „[...] dann bin ich schon auskunftsfreudig, bis ich das Gefühl habe, ich gebe eine Anleitung, mein eigenes Business zu kopieren“ (CW 08: 3).

Im Vergleich zu anderen Kategorien, die die Art des Wissens beim Austausch erfassen sollen, ist die Kategorie des Know-why mit nur zwei Nennungen stark unterrepräsentiert. Coworker teilen also Wissen um technische Prozesse in sehr geringem Maße. Ein Grund dafür könnte sein, dass diese Art von Wissen meist in hochgradig organisierten Strukturen, beispielsweise in Forschungseinrichtungen, produziert wird (Lundvall & Johnson 1994: 27). Der Coworking Space weist diese Strukturen nicht auf. Neben dem Ankerbeispiel gab ein Coworker an, dass er kaufmännische Grundlagen seines Unternehmens nicht teilen würde (CW 01: 3).

Kategorie: Know-who

Wenn Coworker Informationen über das Wissen und die Kontakte anderer Personen teilen, fällt dies unter diese Kategorie. Wichtig zu bemerken ist, dass es nicht darum geht, lediglich Kenntnis über die Existenz einer Person zu haben, sondern Wissen über Fähigkeiten bzw. Wissen über Wissen anderer Coworker. Ein Ankerbeispiel ist: „Irgendwann führt man mal das ein oder andere Gespräch, und dann geht es immer darum, was hat man Spezielles zu bieten, und es ist nicht selten so, dass man unter seinen Kontakten jemand hat, der vielleicht für das interessiert ist, was seine Spezialleistung ist“ (CW 01: 6).

Diese Kategorie spricht überdurchschnittlich viele Stellen im Text an, und die Frage nach dem Wissen der anderen beschäftigt die Coworker entscheidend. Als Hauptaussage bezüglich dieser Kategorie kann genannt werden, dass Coworker großen Wert darauf legen, die Leistungsportfolios anderer Coworker kennenzulernen, weil dies für eine Zusammenarbeit interessant sein könnte (CW 10: 1) und vor allem auch deswegen, weil Coworker Einblicke in die Mechanismen anderer Branchen erhalten möchten, um beispielsweise bei Verhandlungen einen Vorteil zu haben (CW 01: 7). Coworker sehen sich als Teil eines Netzwerkes, wenn sie Wissen über anderer Personen erhalten (CW 13: 1), wobei der Umfang von Wissen um Geschäftskontakte auch relativiert wird (CW 04: 2).

Ähnlich differenziert verhält es sich in Bezug auf Kundenkontakte. Auf der einen Seite empfehlen Coworker andere Coworker gegenüber ihren Kunden (CW 10: 4) und tauschen Wissen über Akquise ihrer Neukunden aus (CW 09: 3). Auf der anderen Seite schützen Coworker auch ihre Kundenbeziehungen in der Vorvertragsphase (CW 06: 2) oder wenn Coworker ähnlichen Branchen angehören (CW 03: 3). Auch wird das Wissen der Coworker über externe Informationen ausgetauscht. Dies umfasst beispielsweise Wissen über Veranstaltungen (CW 11: 3), oder Wissen über Unternehmen im direkten Umfeld von

Weserwork (CW 10: 4). Wissen um die Fähigkeiten anderer Coworker wird auch genutzt, um für eigene Kunden schnell einen Kooperationspartner zu finden, wenn das eigene Portfolio nicht passt (CW 06: 5).

Kategorie: Know-how

Unter diese Kategorie fallen Aussagen der Coworker über den Austausch von Wissen bezüglich praktischen Fertigkeiten. Hier besteht eine Abgrenzungsschwierigkeit zur Kategorie Know-why, bei der es darum geht, Prozesse zu verstehen. Know-how zielt eher darauf ab, Erfahrungswissen zu teilen, als die genauen Mechanismen hinter Abläufen zu verstehen. Ein Ankerbeispiel ist: „Wie gehe ich mit schwierigen Kunden um, wie gestalte ich meine Preise“ (CW 09: 02).

Die Auswertung der Kategorie zeigt, dass Coworker selten Wissen über fachliche Fertigkeiten austauschen, sondern eher über technisch-administrative Aufgaben. Themen, die besonders im Fokus des Austausches stehen, sind das Wissen über den Umgang mit Kunden (CW 01: 3) oder über die Akquise von Neukunden, die für viele Selbstständige wichtig ist, aber auch das Schützen von Wissen über Techniken der Akquise (CW 03: 3). Weiteres Wissen, das besonders selbstständige Coworker betrifft, sind Vertragsabschlüsse mit Kunden (CW 09: 3), allgemeine Arbeitsorganisation (CW 06: 3), Steuerthemen (CW 03: 2) und Preisgestaltung (CW 10: 2). Ein offener Erfahrungsaustausch zu fachlichen Themen wurde nur von einem Coworker angesprochen, der den Austausch zu anderen Branchen unterstreicht (CW 02: 2). Das Wissen um Fertigkeiten stellt ein heterogenes Feld an Unterstützungsmaßnahmen dar.

Kategorie: Know-when

In dieser Kategorie werden alle Analyseeinheiten zusammengefasst, die sich mit dem Austausch neuer Ideen für den Markt befassen. Entscheidend bei dieser Kategorie ist, dass Coworker den Austausch mit anderen nutzen, um einen zeitlichen Vorsprung ihrer Innovation sicherzustellen. Ein Ankerbeispiel ist: „Erstmal macht es Spaß, mit anderen auch über neue Ideen zu diskutieren“ (CW 08: 3).

In der Auswertung deutet wenig darauf hin, dass sich Coworker über neue Trends austauschen und das Wissen anderer nutzen, um innovative Ideen zu entwickeln. Nennungen in dieser Kategorie umfassen die Entwicklung neuer Ideen im Gespräch mit anderen Coworkern (CW 4:

1) und eine Feedback-Kultur durch den Austausch (CW 08: 3). Durch „Anregung, Austausch und Kritik“ entsteht ein Vorteil gegenüber der Arbeit zu Hause, bei der man von Ideen anderer abgeschnitten ist. Besonders in der Start-Up-Phase ist die Diskussion über neue Themen wichtig (CW 06: 3), und durch Informationen aus dem Coworking Space fassen Coworker den Mut, ihre Ideen umzusetzen (CW 05: 3). Die Auswertung der Kategorie lässt also wenige Rückschlüsse darauf zu, dass Coworker durch den Austausch aktiv versuchen, ihr Marktumfeld zu verstehen. Eher geht es darum, mit seiner Idee nicht alleine zu sein und sich eventuell mit anderen auszutauschen.

6.2.2 Induktive Kategorienbildung und Auswertung

Die Auswertung des Materials hat mehrere Schwerpunkte in der Struktur der Antworten der Coworker ergeben, die für die Beantwortung der Forschungsfrage potentiell interessante Inhalte bieten. Im Folgenden werden sechs induktiv gebildete Kategorien kurz vorgestellt und anschließend ausgewertet.

Coworking Space als repräsentativer Ort

Diese Kategorie vereint alle Aussagen der Coworker zur Repräsentanz von Weserwork. Dies kann die physische Ausstattung im direkten Arbeitsumfeld, aber auch die Adresse in der Überseestadt miteinschließen. Ein Ankerbeispiel für diese Kategorie ist: „Zum einen die Adresse zu haben und zum anderen die Repräsentanz mit den Besprechungsräumen zu nutzen“ (CW 02: 1).

Die Auswertung dieser Kategorie ergab zwei Schwerpunkte, bei denen Antworten zur Repräsentativität von Weserwork. Auf der einen Seite sind die Coworker selbst von der Ausstattung des Coworking Spaces (CW 06: 1) bzw. von dessen Lage überzeugt (CW 05: 1). Auf der anderen Seite empfinden sie das Umfeld als angemessen, um Kunden zu empfangen und diese beispielsweise nicht mehr mit nach Hause nehmen zu müssen (CW 04: 3). Zudem bemerkte ein Coworker, dass Gesprächspartner generell interessiert sind, wenn sie vom Konzept des Coworking Spaces hören, und so ein Imagegewinn für die eigene Unternehmung entsteht (CW 02: 3).

Motivation

Textstellen die Aussagen von Coworkern bezüglich der Motivation der eigenen Arbeit durch den Aufenthalt im Coworking Space betreffen, werden hier zusammengefasst. Motivation kann einerseits von der Arbeitsatmosphäre oder von der Präsenz anderer Coworker ausgehen. Wichtig zu bemerken ist, dass nur Personen des Coworking Spaces befragt wurden. Motivationen sind daher auf diese Gruppe beschränkt, und es existiert keine Kontrollgruppe. Die Ergebnisse haben dadurch eine eingeschränkte Aussagekraft. Ein Ankerbeispiel ist: „Also alleine die Tatsache, dass Menschen um mich herum sind, hilft mir besser zu arbeiten“ (CW 06: 3).

Coworker werden auf sehr unterschiedliche Art durch die Präsenz im Coworking Space motiviert. Ein Hauptargument ist die Arbeitsatmosphäre, die dazu anregt, sich auf seine eigene Arbeit zu konzentrieren (CW 11: 2). Diese wird als Vorteil gegenüber der Arbeit zu Hause genannt (CW 07: 1), aber auch als Vorteil für Selbstständige ohne Mitarbeiter, die weniger institutionalisierten Austausch haben und sich so durch Coworker motivieren lassen (CW 06: 1). Ein wichtiges Instrument der Motivation ist die Sanktion durch andere Coworker, beispielsweise, wenn diese fragen „wo man denn solange gewesen sei“ (CW 10: 3). Zuletzt werden Coworker auch durch die Arbeit und Ideen anderer motiviert, beispielsweise sich mit neuen Themen zu befassen (CW 05: 3).

Variety

In dieser Kategorie werden Textstellen geführt, die Aufschluss über Besonderheiten des Austausches ergeben, die aus der Spezialisierung bzw. Diversifizierung der Branchen der Coworker resultieren. Diese Kategorie verweist zwar auf eine theoretische Vorannahme, dennoch soll hier induktiv vorgegangen werden, um sich möglichst offen an diese komplexe Thematik anzunähern und Informationsverlust zu vermeiden. Ein Ankerbeispiel ist: „Social Media, der eine weiß dies, der andere weiß das und keiner weiß alles. [...] Das ist spannend, und das ist toll, wenn man da seine Erfahrungen austauschen kann“ (CW 02: 2).

Die Auswertung über die Spezialisierung bzw. Diversifizierung der Coworker hat ein differenziertes Bild ergeben. Generell begrüßen es die Befragten, von Coworkern anderer Branchen umgeben zu sein (CW 03: 1) und von den Ideen anderer zu profitieren (CW 12: 4). Die starke Diversifizierung der Branchen wird von Coworkern als Mehrwert empfunden, indem durch unterschiedliche Kompetenzen eine „Schwarmintelligenz“ (CW 10: 3) entsteht, die auch

einem Konkurrenzverhalten vorbeugt. Der diversifizierte Branchenmix hat für Coworker auch den Effekt, dass Wissen anderer Branchen im eigenen Bereich angewendet werden kann (CW 09: 3). Auch besteht die Bereitschaft von ganz anderen Branchen zu lernen (CW 02: 3), und es entstehen vermehrt Zusammenarbeiten durch ein vielfältiges Portfolio des Coworking Space (CW 04: 1).

Die Antworten der Befragten deuten jedoch ebenfalls auf eine vermehrte Zusammenarbeit und einen Wissensaustausch unter Coworkern komplementärer Branchen hin. Kooperationen mit völlig anderen Branchen werden dahingehend als eher unwahrscheinlich eingeschätzt und passieren eher mit Coworkern „einer anderen Dienstleistungstiefe oder einer vor- oder nachgelagerten Dienstleistung“ (CW 10: 4). Die Kompatibilität zu anderen Branchen sehen Coworker zudem in der Natur ihrer Tätigkeit. Branchen wie Kommunikationsdienstleistungen (CW 02: 2) oder Werbeagenturen (CW 04: 1) werden in vielen Bereichen nachgefragt, und dementsprechend kommt es zu Kooperationen.

Das empirische Material gibt wenig Aufschluss darüber, dass Coworker bevorzugt Kontakt zur gleichen Branche haben. Das Argument der Spezialisierung kann also für den limitierten Umfang des Untersuchungsgegenstandes nicht bestätigt werden. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass trotz einer kognitiven Distanz Coworker in der Lage, sind an gemeinsamen Projekten zu arbeiten und voneinander zu lernen. Diverse Wissensbasen (Desrochers & Leppälä 2016) können also für den Innovationsprozess ein Vorteil darstellen. Ob es explizit geographische Nähe zur Überbrückung dieser kognitiven Distanz bedarf, konnte im Rahmen dieser Arbeit nicht bestätigt werden. Doch deutet das große Interesse an den Thematiken anderer Coworker (CW 04: 3), und die Bereitschaft andere Denkweisen zu übernehmen (CW 01: 5), auf einen Austausch zwischen unterschiedlichen Branchen hin. Eine mögliche Erklärung ist die große institutionelle Nähe, bedingt durch das Interesse im Coworking Space zu arbeiten und Themen der Selbstständigkeit.

Förderlich für den Austausch

Hier werden alle Aussagen von Coworkern zusammengefasst, die förderliche Umstände für den Austausch beschreiben. Dies können Arrangements unter den Coworkern, aber auch räumliche Gegebenheiten sein. Ein Ankerbeispiel ist: „Und auf der Fläche bedeutet auch, dass man mal ein Gespräch mithört und dann sagt mal halt, hör mal ich hab da noch folgende Idee. Also, dass man darüber mit Leuten in Kontakt kommt“ (CW 03: 2).

Als besonders förderlich für den Austausch gaben Coworker die offene Gestaltung der Räumlichkeiten an (CW 04: 3). Dazu zählen Gemeinschaftsbereiche, an denen zufällige Treffen zustande kommen wie die Kaffeebar (CW 08: 4) oder auch die Anordnung der Einrichtung (CW 09: 4) wie Arbeitsplätze „auf der Fläche“ (CW 03: 2), sprich auf nicht in abgeschlossenen Büroeinheiten. Neben physischen Merkmalen tragen institutionelle Arrangements dazu bei, in den Austausch zu treten. Weserwork organisiert Treffen auf verschiedenen Ebenen, wie die Montagsrunde (CW 08: 1), bei der Themen rund um den Coworking Space besprochen werden, oder in legerem Rahmen einen Stammtisch, bei dem sich Coworker auch privat austauschen (CW 03: 5). Auch tragen thematische Veranstaltungen dazu bei, dass Coworker ins Gespräch kommen (CW 05: 2). Allgemein regt die persönliche Offenheit der Coworker zu einem einfachen Austausch an. Coworker beschreiben die Kontaktaufnahme zumeist als unkompliziert (CW 13: 2).

Hürden für den Austausch

Ähnlich wie in der Kategorie *Förderlich für den Austausch*, beschreibt diese Kategorie Aussagen von Coworkern bezüglich den Rahmenbedingungen des Austausches. Der Unterschied ist, dass hier negative Umstände aufgezeigt werden. Ein Ankerbeispiel ist: „Es ist hier bei Weserwork aus meiner Sicht noch nicht alles so systematisch aufgestellt. Also so, wenn sie Wissensaustausch vorantreiben wollen, ist es nicht schlecht, man hat auch ein klares Konzept“ (CW 01: 1).

Ein Störfaktor, der von Coworkern betont wird, ist die unangenehme Geräuschkulisse im Coworking Space. (CW 11: 3). Dies kann daran liegen, dass Coworker mit unterschiedlichen Praktiken in räumlicher Nähe zueinander arbeiten, beispielsweise wenn bestimmte Tätigkeiten Kontakt mit Kunden am Telefon voraussetzt und andere durch lange Gespräche gestört werden (CW 04: 3). Andererseits sehen Coworker die dafür eingerichteten Telefonbereiche bei Weserwork bei längeren Gesprächen als unpraktisch an (CW 03: 1). Eine bessere Raumaufteilung in Bereiche in denen Gespräche erwünscht sind und in Ruhebereiche wird daher von einem Coworker vorgeschlagen und eine bessere institutionelle Regelung des Austausches unter den Nutzern Seitens des Coworking Spaces wird gefordert (CW 01: 1). Des Weiteren stellen Coworker fest, dass abgetrennte Büros den Austausch zu anderen behindern (CW 12: 3). In besonderer Weise ist dies der Fall zu Mitarbeitern einer Firma, die den Coworking Space als Büro nutzen und in abgetrennten Büros arbeiten. Hier wird der Austausch als praktisch nicht vorhanden eingeschätzt (CW 10: 4).

Hinderlich für den Austausch kann auch die legere Atmosphäre in Bezug auf Kundenkontakte sein. Coworker befürchten, dass konservative Kunden vom Verhalten anderer Coworker irritiert sind (CW 03: 6). Der Zugang zu Besprechungsräumen wird als wichtig für den Austausch eingestuft, und so beschwerten sich Coworker, dass diese oft abgeschlossen sind (CW 02: 2), und keine Möglichkeit besteht, diese beispielsweise online zu buchen (CW 03: 5). Zuletzt können bestimmte praktische Tätigkeiten im Coworking Space nicht umgesetzt werden, da beispielsweise Platz für Equipment fehlt (CW 04: 4).

Coworking als Philosophie

Diese Kategorie fasst Textstellen von Coworkern zusammen, die auf eine gemeinsame Identität im Coworking Space hinweisen. Dies kann bedeuten, dass sich Coworker durch die Arbeit im Coworking Space einer Gruppe zugehörig fühlen, da gemeinsame Praktiken und Rituale ausgeübt werden. Eine Abgrenzungsschwierigkeit besteht zur Kategorie *Institutionelle Nähe*, die sich mit der Reduktion von Transaktionskosten durch kulturelle Ähnlichkeiten befasst. Im Gegensatz zu dieser Kategorie geht es hier allerdings nicht explizit um den Austausch von Wissen, sondern eher um das Zugehörigkeitsgefühl im Coworking Space. Ein Ankerbeispiel ist: „Ich glaube, dass im Coworking Space tendenziell, [...] sehr aufgeschlossene Leute sind. Das aufgrund der Tatsache, dass sie dieses flexible Konzept akzeptieren und leben.“ (CW 05: 2).

Coworker sind sich der besonderen Form der Zusammenarbeit bewusst und grenzen diese zu anderen ab. Als zentralen Distinktionspunkt nennen sie die generelle Offenheit, die Coworker untereinander verbindet und die Bereitschaft, mit anderen ins Gespräch zu kommen (CW 05: 4). Anonymität wird von allen Befragten abgelehnt und an Coworkern, die sich dementsprechend verhalten, kritisiert (CW 02: 4). Coworker bezeichnen ihr Umfeld als szenearartig (CW 13: 1) und verstehen diese Form der Arbeit als modern (CW 03: 5). Dem Arbeiten wird ein neues Verständnis entgegengesetzt, das über das reine Geldverdienen hinausgeht und den sozialen Aspekt der gemeinschaftlichen Arbeit betont (CW 08: 1).

Trotzdem kommt es an bestimmten Stellen zu Unterschieden zwischen Realität und Anspruch. So bemerkte ein Coworker, dass Besprechungsräume seit kurzem abgeschlossen werden, weil ein Coworker „die Füße auf den Tisch gelegt hat“ (CW 02: 2). Auch erwartete ein Coworker, dass es im Coworking Space „mehr dieses Start-Up-artige Verhalten, wie man es von Google kennt“ (CW 06: 1) gibt. An diesen Beispielen wird klar, dass es zwar Verhaltensweisen gibt,

die eine gemeinsame Identität der Gruppe konstituieren, aber andererseits die Vorstellungen über das Arbeiten im Coworking Space variieren.

6.3 Die Beantwortung der Forschungsfrage

Die Frage, inwiefern Formen der Nähe zum Wissensaustausch und zu Lerneffekten im Coworking Space beitragen, muss also differenziert betrachtet werden. Die folgende Zusammenfassung der Ergebnisse soll die empirischen Erkenntnisse in Bezug zueinander bringen, und es soll ein idealtypischer Ablauf des Wissensaustausches zwischen Coworkern skizziert werden.

Nähe ist an verschiedenen Zeitpunkten im Austauschprozess von unterschiedlicher Bedeutung. Für eine erste Kontaktaufnahme spielt geographische Nähe eine Rolle, wenn sich Coworker durch Zufall begegnen und so ins Gespräch kommen. Geographische Nähe ist dabei kein Garant der Kontaktaufnahme, erhöht jedoch die Chancen der Begegnung in einem klar definierten Umfeld. Coworker sehen sich meist jeden Tag und erfahren durch positive Externalitäten in Form von Telefonaten und Arbeitsproben, die im Coworking Space ausgestellt sind, voneinander. Ob es dann zum Austausch kommt, ist sehr stark von sozialer Nähe abhängig. Die meisten Coworker gaben an, dass persönliche Sympathie ausschlaggebend für den Kontakt ist. Dies kann eine Erklärung sein, warum das Vertrauen unter Coworkern zumeist sehr ausgeprägt ist, und so Wissen auch bedenkenlos geteilt wird.

Kognitive Nähe ist für den Wissensaustausch dann wichtig, wenn Coworker kompatible Wissensbasen besitzen. Hier bestätigt sich die Theorie dahingehend, dass weder eine zu große noch zu geringe kognitive Nähe für den Austausch förderlich ist, sondern Akteure nach einem Mittelweg suchen (Boschma 2005: 64). Generell zeigen sich Coworker bereit, mit anderen in den Ideenaustausch zu treten, auch wenn diese nicht der gleichen Branche angehören. Dabei geht es jedoch weniger darum, komplett neues Wissen zu erzeugen oder Marktchancen zu evaluieren, sondern eher durch Beobachtung bekanntes Wissen auf eigene Arbeitsprozesse anzuwenden. Es bestätigt sich die Annahme, dass kognitive Nähe nicht entscheidend bei der Weitergabe von Wissen ist. Die Ergebnisse legen nahe, dass ein diversifiziertes Umfeld den Wissensaustausch befördert.

Findet etwa eine Zusammenarbeit statt, ist diese auf Projektbasis organisiert. Hier wird auf Wissen von anderen Coworkern in flachen Hierarchien punktuell zurückgegriffen, die entweder Teil des Projektes sind, oder auch außerhalb stehen. Wissen wird zudem in informellen

Begegnungen weitergegeben, auch wenn keine vertragliche Verbindung zwischen den Coworkern besteht. Da sich viele Coworker durch die institutionelle Nähe, bedingt durch die Selbstständigkeit, mit ähnlichen Problemstellungen beschäftigen, wird Wissen zur organisatorischen Umsetzung betrieblicher Abläufe und Herausforderungen, wie beispielsweise der Kundenakquise, häufig ausgetauscht.

Bemerkenswert in Bezug auf den Charakter des ausgetauschten Wissens ist die Tendenz zu den Merkmalen Know-who und Know-how. Dieses Ergebnis bestätigt die Wichtigkeit synthetischen Wissens (Asheim et al. 2011: 897) für den Austausch im Untersuchungsgegenstand. Bestehendes Wissen wird demnach von den Coworkern in neue Kontexte übersetzt. Dabei entsteht kein vollständig neues Wissen. Die Leistung besteht vielmehr darin, durch einen offenen Erfahrungsaustausch das Wissen anderer Coworker, das meist in impliziter Form vorliegt, zu verstehen und auf die eigene Arbeit anzuwenden. In erheblich geringerem Maße wurde symbolisches Wissen, also die Entwicklung neuer Ideen, Trends und Moden, durch Austausch erzeugt. Ebenso stellt der Austausch analytischen Wissens eine untergeordnete Rolle dar.

Es soll an dieser Stelle auf einen möglichen kausalen Zusammenhang zwischen Formen der Nähe und den Arten des Wissens beim Austausch hingewiesen werden. Die Branchenvielfalt unter den Coworker kann ein Grund dafür sein, dass Faktenwissen (Know-what) und Wissen um themenbezogene Prozesse (Know-why) so unterrepräsentiert sind. Auf der anderen Seite deutet die institutionelle Nähe auf den hohen Anteil von Wissen bezüglich Problemlösung (Know-how) und Wissen über die Fähigkeiten anderer für eine mögliche Zusammenarbeit (Know-who) hin. Da die Kategorien unabhängig voneinander untersucht wurden, kann ein Rückbezug nicht eindeutig geklärt werden. Know-who, also das Wissen um das Wissen anderer, wird zudem von Coworkern als entscheidend bei der Kontaktaufnahme genannt. Dadurch, dass Coworker unterschiedlichen Tätigkeiten nachgehen die vielleicht auch für andere Interessant sind, steigt das Bedürfnis, die Fähigkeiten anderer zu kennen.

Als letzter Aspekt der Forschungsfrage gilt es die Mechanismen des gemeinschaftlichen Lernens zu verstehen. Um dies leisten zu können, muss zuerst verstanden werden, inwiefern der Coworking Space als Gemeinschaft funktioniert, um im Anschluss die Praktiken des Lernens aus dieser Verbindung ableiten zu können. Ein verbindendes Merkmal der Coworker war die Bereitschaft, sich auszutauschen und mit anderen ins Gespräch zu kommen. Eine Zusammenarbeit wurde von den meisten begrüßt, und Coworker gaben an, aktiv auf eine Zusammenarbeit hinzuarbeiten. Konsens herrschte zudem über gegenseitiges Vertrauen und die

Erwartung an Coworker, sich nicht opportun zu verhalten. Das Vorwissen über die Funktionsweise eines Coworking Spaces ist allerdings sehr heterogen unter den Nutzern verteilt. Dass Personen den Coworking Space nutzen, weil sie bestimmte Erwartungen an ihr Umfeld oder die Gemeinschaft haben, ist daher nicht immer vorauszusetzen.

Lerneffekte traten dann ein, wenn Coworker komplementäre Wissensbasen aufweisen, die sich auf Themen der Selbstständigkeit zurückführen lassen. Hier geschieht Lernen auf informeller Ebene und wird von institutioneller Nähe befördert. Komplementäre Wissensbasen bezüglich kognitiver Nähe sind keine grundsätzliche Voraussetzung für den Austausch. Coworker überbrücken diese Distanz durch regelmäßige projektbezogene Treffen. Lernen als sozialer Prozess bzw. Konsens über bestimmte Verhaltenskodizes (Wenger 1998) kann also durchaus als Eigenschaft eines Coworking Spaces verstanden werden. Wenn Lernen mit fachlichem Bezug stattfindet, passiert dies meist auf der horizontalen Ebene (Malmberg & Maskell) durch Beobachten und Anwenden auf den eigenen Bereich. Zwar kommt es auch zu Kundenbeziehungen unter Coworkern, doch ergab das empirische Material keinen Hinweis auf Lerneffekte auf der vertikalen Ebene.

Die Praxis des Wissens (Amin & Roberts 2008) im Coworking Space enthält Elemente eines auf craft/task bzw. epistemic/creative basierendem Prozess. Auf ersteres deutet die Weitergabe bestehender Wissensbasen hin, die sehr stark von sozialen Prozessen, in Form von Routinen und Vertrauen, geprägt ist. Es werden zwar keine Innovationen geschaffen, doch wird implizites Erfahrungswissen teilweise in direkter Zusammenarbeit oder in spontanen Zusammenkünften weitergegeben. Coworker stehen allerdings selten in einem hierarchischen Verhältnis. Auf einen epistemischen Prozess des Wissens als Praxis weist einerseits der informelle Charakter des Austausches und andererseits die Projektbezogenheit der Zusammenarbeit hin. Projekte sind jedoch keine Voraussetzung zum Austausch und selbst nach abgeschlossener Arbeit bestehen Verbindungen fort.

Wissensexternalitäten in Form von Spill Overn entstehen im Coworking Space also nur bedingt. Die Analyse ergab keinen Aufschluss darüber, dass Coworker nicht-marktwirtschaftlich genutztes Wissen aufgreifen, um eine Marktlücke zu füllen bzw. ein neues Produkt zu entwickeln. Wenn Externalitäten entstehen, beziehen sich diese auf arbeitsorganisatorische Abläufe und werden durch informelle Gespräche weitergegeben, die auf sozialer und institutioneller Nähe beruht. Es kommt also eher zu einem Spill Over von implizitem als explizitem Wissen. Interessant ist, dass Coworker nicht organisatorisch verbunden sein müssen, um von Spill Overn anderer zu profitieren.

6.4 Weitere Ergebnisse

Neben der theoretischen Differenzierung der Forschungsfrage hat die empirische Analyse weitere Ergebnisse geliefert, die im Kontext des Forschungsgegenstandes relevant sind. So trägt das physische Umfeld der Einrichtung dazu bei, dass es Berührungspunkte zwischen Coworkern gibt. Offene Bereiche tragen dazu bei, dass Anonymitäten abgebaut werden und man über die Arbeit anderer erfährt. Trotz der hohen Eigenleistung darf die Rolle der Betriebsleitung bei der Organisation von institutionellem Austausch unter den Coworkern nicht unterschätzt werden. Der Betriebsleitung kommt dabei die Aufgabe zu, Regeln für den Austausch festzulegen, Input von außen in Form von Veranstaltungen und einen reibungslosen technischen Ablauf sicherzustellen. Coworker reagieren sehr sensibel auf Unstimmigkeiten innerhalb des Coworking Spaces als Betrieb. Die Erwartungen an ihr Umfeld und an zusätzliche Leistungen sind dementsprechend hoch, und der Coworking Space als reiner Anbieter eines Arbeitsplatzes wird abgelehnt.

Eine weitere Auffälligkeit bezieht sich auf die gegenseitige Motivation. Die meisten Coworker gaben an, durch die Arbeit im Coworking Space motiviert zu sein. Grund hierfür ist einerseits die bessere Trennung von Privatleben und Arbeit, die für viele Selbstständige zum Problem wird, wenn von zu Hause gearbeitet wird. Andererseits empfinden Coworker die Anwesenheit anderer als Sanktionsmechanismus gegen Ablenkung und konzentrieren sich daher mehr auf ihre Arbeit. Diese Motivation kann auch aus der Beobachtung anderer resultieren, wenn beispielsweise während der Sommerpause viele Coworker von einer schlechteren Auftragslage betroffen sind.

Für eine mögliche Zusammenarbeit scheint regelmäßige Präsenz am Arbeitsplatz eine wichtige Voraussetzung zu sein. Dies wird dann problematisch, wenn Coworker ihren Arbeitsplatz nur als Ausgangspunkt für externe Geschäftsaktivitäten nutzen und lediglich auf eine Adresse angewiesen sind. Dies widerspricht in Teilen dem Anspruch an das Coworking an maximale Flexibilität. Eine gewisse Routine in der Präsenz scheint also für den Austausch förderlich zu sein. Besonders zeigt sich dies im Fall des Coworker Nr. 13, der Weserwork, neben anderen Coworking Spaces weltweit, nur sehr punktuell nutzt. Das Interesse des Befragten mit anderen in Austausch zu kommen, war sehr gering und das Gefühl, die eigene Unternehmung profitiere vom Austausch mit anderen, wurde verneint. Hier sei erneut auf die spezielle Entstehungssituation der Aussagen dieses Interviewpartners hingewiesen.

7. Kritische Reflexion und Ausblick

Das empirische Vorgehen hat es ermöglicht, die Frage nach dem Einfluss verschiedener Formen der Nähe auf den Wissensaustausch im Coworking Space zu evaluieren. Dennoch muss die Verallgemeinerung der Ergebnisse kritisch gesehen werden. Wie bereits angedeutet, macht es die große Heterogenität unter den Coworking Spaces schwierig, allgemeingültige Aussagen zu treffen. Die meisten Nutzer von Weserwork befinden sich mit ihrer Unternehmung in einem professionellen Stadium und verfügen meist über mehrere Jahre an Berufserfahrung. Andere Coworking Spaces sprechen Nutzer an, die sich erst in der Anfangsphase ihrer Selbstständigkeit befinden. In diesem Fall hat Nähe unter Umständen einen anderen Einfluss auf den Wissensaustausch. Die sehr allgemein gehaltene Definition eines Coworking Spaces, die hier gewählt wurde, muss also einerseits kritisch und andererseits als notwendig gesehen werden, da hier versucht wurde, ein Minimum an Konsens zu schaffen.

Ein Hauptkritikpunkt dieser Forschung besteht darin, den direkten Einfluss von Nähe auf die Art des ausgetauschten Wissens nicht belegen zu können. Die Ergebnisse liefern zwar Hinweise, beispielsweise auf die Verbindung von institutioneller Nähe und der Wissensform Know-who, dennoch kann ein eindeutiger Zusammenhang nicht nachgewiesen werden. Grund hierfür ist das Fehlen einer Kontrollgruppe, die durch eindeutige Parameter externe Einflüsse ausschließt. Prinzipiell bestehen hier umfangreiche Möglichkeiten, die Ergebnisse weiterzuführen und die vielzitierte Grundannahme, dass implizites Wissen durch seinen personengebundenen Charakter grundsätzlich geographisch abhängig ist, nach Formen des Wissens zu differenzieren.

Einen interessanten Ansatzpunkt liefert die überraschend große Bedeutung sozialer Nähe für den Austausch. Qualitative Experteninterviews konnten zwar sehr gut die Eigenschaften und Mechanismen dieser Form der Nähe erfassen, doch scheiterte die Methode daran, umfassende Beziehungsmuster unter den Coworkern zu identifizieren. Weiterführende Forschungen können mit einer vollständigen Netzwerkanalyse die Beziehungen unter den Coworkern erfassen und so den Einfluss sozialer Beziehungen auf den Wissensaustausch validieren. Dieses Vorgehen würde es zudem ermöglichen, Varianzen zwischen demographischen Merkmalen oder Unterschiede in der Professionalität der Coworker zu erklären.

Ein Aspekt, der in dieser Forschung nicht beleuchtet wurde, ist die Rolle externer Firmen, die den Coworking Space als Ausgangspunkt ihrer Unternehmung nutzen. Aussagen der Coworker deuten darauf hin, dass der Austausch zu Mitarbeitern dieser Firmen praktisch nicht vorhanden

ist da diese beispielsweise abgetrennte Büros nutzen. Praktische Beispiele aus anderen Coworking Spaces zeigten jedoch, dass sich Firmen bewusst in Coworking Spaces einmieten, um im Austausch mit dem Umfeld das kreative Potential ihrer Mitarbeiter besser zu erkennen oder um neue Kompetenzen zu entwickeln. Dieses Phänomen wird unter dem Begriff *Internal Venturing* zusammengefasst und beschreibt den Prozess, bei dem kleine Teams aus erfahrenen Mitarbeitern aus dem regulären betrieblichen Kontext ausgelagert werden und sich mit der Entwicklung neuer Ideen befassen (Gaida 2011: 22).

Räumlich konstituiert sich dieser Prozess in einem kreativen Umfeld, das Zugang zu neuen Ideen und Arbeitspraktiken ermöglicht. Ein bekanntes Beispiel ist das Internal Venturing der Daimler AG, die 2007 in Kooperation mit dem Berliner Coworking Space betahaus eine Forschungsabteilung auslagerte, um für das Projekt *car2go* neue innovative Anstöße zu erhalten (Gaida 2011: 22; Merkel 2012:16; Schürmann 2013: 50). Ein Forschungsansatz könnte nun darin bestehen, herauszufinden, inwiefern Firmen daran interessiert sind, innerhalb von Coworking Spaces in Austausch zu treten, und welche Praktiken diesem Austausch zugrunde liegen.

Zuletzt ist der Einfluss der Betriebsleitung auf den Wissensaustausch und die Arbeit im Coworking Space noch ein weitestgehend unerforschtes Thema. Durch die Teilnahme von Veranstaltungen im Weserwerk des Forschers und durch Antworten der Coworker in den Interviews wurde der Aspekt des Coworking Spaces als Auftraggeber gegenüber den Coworkern deutlich. Hier können zwei Extreme gedacht werden. Auf der einen Seite tritt die Betriebsleitung als reiner Dienstleister gegenüber den Nutzern auf, und die Interaktion beschränkt sich auf die Bereitstellung eines Arbeitsplatzes. Auf der anderen Seite tritt der Coworking Space als konkreter Geschäftspartner der Coworker auf, und die beiden Parteien sind sich organisatorisch nahe. Letzte Form der Zusammenarbeit würde zudem fachliche Kompetenzen der Coworker voraussetzen. Anhand dieser Idealtypen wäre eine zielgerichtete Analyse des Wissensaustausches möglich.

Zuletzt müssen Forschungen bezüglich der Arbeit im Coworking Space im Kontext eines allgemeinen Wandels der Arbeit gesehen werden. Der Coworking Space bildet dabei nur ein Modell ab, das versucht neue Ansprüche an das Arbeitsumfeld abzubilden. Wie unsere Arbeit in Zukunft organisiert ist und inwiefern wir voneinander lernen, stellt ein spannendes Forschungsfeld der Wirtschaftsgeographie dar.

8. Referenzen

- Andersson, Åke (1985):** Creativity and Regional Development. *Papers of the Regional Science Association* 56 (1): 5-20.
- Acs, Zoltan J./ Audretsch, David B./ Lehmann, Erik E. (2013):** The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship. New York. Springer Science+Business Media.
- Alvarez, Sharon A./ Barney, Jay B./ Young, Susan L. (2010):** Debates in Entrepreneurship: Opportunity Formation and Implications for the Field of Entrepreneurship. In: Acs, Zoltan J./ Audretsch, David B. (Hg.), *Handbook of Entrepreneurship Research*. New York: Springer Science+Business Media, S. 23-45.
- Amin, Ash/ Cohendet, Patrick (2005):** Geographies of Knowledge Formation in Firms. *Industry and Innovation* 12 (4): 465-486.
- Amin, Ash/ Patrick, Cohendet (2004):** Architectures of Knowledge: Firms, Capabilities, and Communities. Oxford: Oxford University Press.
- Asheim, Bjørn T./ Boschma, Ron/ Cooke, Philip (2011):** Constructing Regional Advantage: Platform Policies Based on Related Variety and Differentiated Knowledge Bases. *Regional Studies* 45 (7): 893-904.
- Asheim, Bjørn T./ Isaksen, Arne (2002):** Regional Innovation Systems: The Integration of Local 'Sticky' and Global 'Ubiquitous' Knowledge. *Journal of Technology Transfer* 27: 77-86.
- Audretsch, David B./ Feldman, Maryann P. (1996):** R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production. *The American Economic Review* 86 (3): 630-640.
- Audretsch, David B./ Feldmann, Maryann P. (2004):** Knowledge Spillover and the Geography of Innovation. *Handbook of Regional and Urban Economics* 4: 2714-2739.
- Barragán-Ocaña, Alejandro/ Quijano-Solís, Álvaro/ Vega Díaz, Guadalupe/ Sánchez-Lara, Benito (2012):** Communities of Practice: A Focus from Complex Systems. *International Journal of General Systems* 41 (7): 741-755.
- Bathelt, Harald/ Malmberg, Anders/ Maskell, Peter (2004):** Clusters and Knowledge: Local Buzz, Global Pipelines and the Process of Knowledge Creation. *Progress in Human Geography* 28 (1): 31-56.
- Bathelt, Harald/ Glückler, Johannes (2012):** Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive, 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: UTB Verlag.
- Bauer, Wilhelm/ Kern, Peter (2010):** Wie wir morgen arbeiten werden – Menschen brauchen Zukunft. In: Kaudelka, Karin/ Kilger, Gerhard (Hg.), *Die Arbeitswelt von morgen. Wie wollen wir leben und arbeiten?* Bielefeld: transkript Verlag, S. 24.
- Bender, Désirée (2013):** Mobile Arbeitsplätze als kreative Räume. Coworking Spaces, Cafés und andere urbane Arbeitsorte. Bielefeld: transkript Verlag.
- Bizzarri, Carlotta (2014):** The Emerging Phenomenon of Coworking. A Redefinition of Job Market in Networking Society. In: Müller, Karel/ Roth, Steffen/ Zak, Milan (Ed). *Social Dimension of Innovation*. Prag: Linde.
- Blanc, Hélène/ Sierra, Christophe (1999):** The Internationalisation of R&D by Multinationals: A Trade-off Between External and Internal Proximity. *Cambridge Journal of Economics* 23: 187-206.
- Bogner, Alexander/ Littig, Beate/ Menz, Wolfgang (2014):** Interviews mit Experten. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer VS.
- Boschma, Ron A. (2005):** Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies* 39 (1): 61-74.

- Boschma, Ron/ Immarino, Simona (2009):** Related Variety, Trade Linkages and Regional Growth in Italy. *Economic Geography* 85 (3): 289-311.
- Brandt Martin / Volkert Bernd (2003):** Regionales Monitoring zur Wissensökonomie -Ansatzpunkte, Anforderungen, Grenzen. Stuttgart: ISW der Steinbeis –Stiftung, S. 3.
- Castells, Manuel (2009):** The Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture. Oxford: Wiley Blackwell, S. 29.
- Dahl, Michael S./ Pedersen, Christian Ø.R. (2004):** Knowledge Flows Through Informal Contacts in Industrial Clusters: Myth or Reality? *Research Policy* 33 (10): 1673–1683.
- Desrochers, Pierre/ Leppälä, Samuli (2016):** Opening up the ‘Jacobs Spillovers’ Black Box: Local Diversity, Creativity and the Processes Underlying New Combinations. *Journal of Economic Geography* 11: 843-863.
- Döring, Thomas (2005):** Räumliche Externalitäten von Wissen und ihre Konsequenzen für die Ausgestaltung des Finanzausgleichs. In: Färber, Gisela (Ed.), Das föderative System in Deutschland: Bestandsaufnahme, Reformbedarf und Handlungsempfehlungen aus raumwissenschaftlicher Sicht. Hannover: Verlag der ARL.
- Esser, Hartmut (2000):** Soziologie. Spezielle Grundlagen: Band 5: Institutionen. Frankfurt/ New York: Campus Verlag.
- Feldman, Maryann P. (1999):** The New Economics of Innovation, Spillovers and Agglomeration: A Review of Empirical Studies. *Economics of Innovation and New Technology* 8 (1-2): 5-25.
- Flick, Uwe (2007):** Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag, S. 388.
- Florida, Richard (2002):** The Rise of the Creative Class: And how it’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books.
- Frenken, Koen/ van Oort, Frank/ Verburg, Thijs (2007):** Related Variety, Unrelated Variety and Regional Economic Growth. *Regional Studies* 41 (5): 685-697.
- Fritsch, Michael (2011):** Implizites Wissen, Face-to-Face-Kontakte und räumliche Nähe. In: Ibert, Oliver/ Kujath, H. Joachim (Hg.), Räume der Wissensarbeit. Zur Funktion von Nähe und Distanz in der Wissensökonomie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Früh, Werner (2011):** Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis, 7., überarbeitete Auflage. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Fuß, Susanne/ Karbach, Ute (2014):** Grundlagen der Transkription. Eine praktische Einführung. Opladen und Toronto: Verlag Barbara Budrich, S. 61.
- Fuzi, Anita (2015):** Co-working spaces for promoting entrepreneurship in sparse regions: the case of South Wales. *Regional Studies, Regional Science* 2 (1): 462-469.
- Gaida, Klemens (2011):** Gründen 2.0. Erfolgreiche Business-Inkubation mit neuen Internet-Tools. Wiesbaden: Gabler.
- Genkova, Petia (2007):** Berufskarriere und Lebenszufriedenheit. In: Seifert, Manfred/ Götz, Irene/ Huber, Birgit (Hg.), Flexible Biographien? Frankfurt und New York: Campus Verlag, S. 232.
- Gertler, Meric S. (2003):** Tacit Knowledge and the Economic Geography of Context, or the Undefinable Tacitness of Being (There). *Journal of Economic Geography* 3: 75-99.
- Gertler, Meric S. (2008):** Buzz Without Being There? Communities of Practice in Context. In: Amin, Ash/ Roberts, Joanne (Hg.), Community, Economic Creativity, and Organization. Oxford: Oxford University Press.

- Glaeser, Edward L./ Kallal, Hedi D./ Scheinkman, José A./ Schleifer, Andrei (1992):** Growth in Cities. *Journal of Political Economy* 100 (6): 1126-1152.
- Glaser, Jürgen (2006):** Interaktionsarbeit in unterschiedlichen Feldern der Humandienstleistung. In: Böhle, Fritz/ Glaser, Jürgen (Hg.), Arbeit in der Interaktion- Interaktion als Arbeit. Arbeitsorganisation und Interaktionsarbeit in der Dienstleistung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Granovetter, Mark (1985):** Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology* 91 (3): 481-510.
- Heinze, Thomas (2001):** Qualitative Sozialforschung. Einführung, Methodologie und Forschungspraxis. München und Wien: R. Oldenbourg Verlag.
- Howells, Jeremy (1996):** Tacit Knowledge, Innovation and Technology Transfer. *Technology Analysis and Strategic Management* 8 (9): 91-106.
- Howells, Jeremy (2002):** Tacit Knowledge, Innovation and Economic Geography. *Urban Studies* 39 (5-6) 871-884.
- Howkins, John (2001):** The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin.
- Ibert, Oliver (2007):** Towards a Geography of Knowledge Creation: Contributions from the Practice View. *Regional Studies* 41 (1): 103-114.
- Johnson, Björn/ Lorenz Edward/ Lundvall, Bengt-åke (2002):** Why all this Fuss about Codified and Tacit Knowledge? *Industrial and Corporate Change* 11 (2): 245-262.
- Jones, Drew/ Sundsted, Todd/ Bacigalupo, Tony (2009):** I'm Outta Here: How Co-Working is Making the Office Obsolete. Austin: MBA Press, S. 15.
- Keller, Reiner (2005):** Analysing Discourse: An Approach from the Sociology of Knowledge. *Forum Qualitative Social Research*. 6 (3), Art. 32.
- Kirat, Thierry/ Lung, Yannik (1999):** Innovation and Proximity Territories as Loci of Collective Learning Processes. *European Urban and Regional Studies* 6 (1): 27-38.
- Klammer, Ute (2005):** Flexicurity aus der Perspektive des Lebensverlaufs. In: Kronauer, Martin/ Linne, Gudrun (Hg.), Flexicurity. Die Suche nach Sicherheit in der Flexibilität. Berlin: edition sigma, 276f.
- Knoben, J./ Oerlemans, L.A.G. (2006):** Proximity and Inter-Organizational collaboration: A Literature Review. *International Journal of Management Reviews* 8 (2): 71-89.
- Koch, Gertraud/ Bernd, Jürgen W. (Hg.) (2007):** Region – Kultur – Innovation. Wege in die Wissensgesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- von Krogh, Georg/ Nonaka, Ikujiro/ Aben, Manfred (2001):** Making the Most of Your Company's Knowledge: A Strategic Framework. *Long Range Planning* 34: 421-439.
- Krugman, Paul (1997):** Geography and Trade. 7., Ausgabe. London und Cambridge: The MIT Press, S. 52f.
- Kübler, Hans-Dieter (2009):** Mythos Wissensgesellschaft. Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Eine Einführung, 2., durchgesehene und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kwiatkowski, Angel/ Buczynski, Beth (2011):** Coworking: How Freelancers Escape the Coffee Shop Office and Tales of Community from Independents Around the World. S. 6.

- Lamnek, Siegfried (2002):** Qualitative Interviews. In: König, Eckard/ Zedler, Peter (Hg.), *Qualitative Forschung. Grundlagen und Methoden*, 2., Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Lawson, Clive/ Lorenz, Edward (1999):** Collective Learning, Tacit Knowledge and Regional Innovative Capacity. *Regional Studies* 33 (4): 305-317.
- Lublinski, Erko A. (2003):** Does Geographic Proximity Matter? Evidence from Clustered and Non-clustered Aeronautic Firms in Germany. *Regional Studies* 37 (5):453–467.
- Lundvall, Bengt-åke/ Johnson, Björn (1994):** The Learning Economy. *Journal of Industry Studies* 1 (2): 23-42.
- Johnson, Björn/ Lorenz, Edward/ Lundvall, Bengt-åke (2002):** Why all this Fuss about Codified and Tacit Knowledge? *Industrial and Corporate Change* 11 (2): 245-262.
- Machlup, Fritz (1980):** Knowledge and Knowledge Production. Guildford: Princeton University Press.
- Maier, Gunther/ Tödting, Franz/ Trippel, Michaela (2006):** Regional- und Stadtökonomik 2. Regionalentwicklung und Regionalpolitik, 3., Auflage. Wien und New York: Springer, S. 112.
- Malecki, Edward J. (2000):** Knowledge and Regional Competitiveness. *Erdkunde* 54: 334-351.
- Malmberg, Anders/ Maskell, Peter (2006):** Localized Learning Revisited. *Growth and Change* 37 (1): 1-18.
- Maskell, Peter/ Malmberg, Anders (1999a):** Localized Learning and Industrial Competitiveness. *Cambridge Journal of Economics* 23: 167-185.
- Maskell, Peter/ Malmberg, Anders (1999b):** The Competitiveness of Firms and Regions: ‘Ubiquitification’ and the Importance of Localized Learning. *European Urban and Regional Studies* 6 (1): 9-25.
- Mayring, Philipp (2015):** Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken, 12., überarbeitete Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Mossig, Ivo (2009):** Zentralisierungstendenzen in der Medienwirtschaft: Zur Bedeutung des räumlichen Kontextes für die Erzeugung und kommerzielle Verwertung von Medieninhalten. *Geographische Zeitschrift* 97 (2/3): 95-112.
- Mossig, Ivo/ Schieber, Lars (2013):** Determinanten der Clusterentwicklung. Eine Längsschnittanalyse der deutschen Verpackungsmaschinenbauindustrie zwischen 1998-2010. *Geographische Zeitschrift* 101 (2): 101-122.
- Nooteboom, Bart/ van Haverbeke, Wim/ Duysters, Geert/ Gilsing, Victor/ van den Oord, Ad (2007):** Optimal Cognitive Distance and Absorptive Capacity. *Research Policy* 36: 1016-1034.
- Orlikowski, Wanda J. (2002):** Knowing in Practice: Enacting a Collective Capability in Distributed Organizing. *Organization Science* 13: 249–273.
- Østergaard, Christian R. (2007):** Knowledge Flows Through Social Networks in a Cluster: Interfirm vs. University-Industry Contacts. *Structural Change and Economic Dynamics*: 1-15.
- van der Panne, Gerben (2004):** Agglomeration Externalities: Marshall Versus Jacobs. *Journal of Evolutionary Economics*. 14: 593-604.
- Parrino, Lucia (2015):** Coworking: Assessing the Role of Proximity in Knowledge Exchange. *Knowledge Management Research & Practice* 13: 261-271.
- Polanyi, Michael (1962):** Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy. London: Routledge & Kegan Paul Ltd.

- Porter, Michael E. (2000):** Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly* 14 (1): 15-34.
- Rallet, Alain/ Torre, André (2000):** Is Geographical Proximity Necessary in the Innovation Networks in the Era of Global Economy? *GeoJournal* 49: 373-380.
- Schmidt, Suntje (2012):** Wissensspillover in der Wissensökonomie: Kanäle, Effekte und räumliche Ausprägungen. Münster: LIT Verlag, S. 43.
- Schmidt, Suntje/ Brinkhoff, Sascha/ Brinks, Verena (2013):** Innovation and Creative Labs in Berlin – A Survey. Spaces and Events as Interfaces for Innovation and Creativity, S. 2.
- Schmidt, Suntje (2015):** Balancing the Spatial Localisation ‘Tilt’: Knowledge Spillovers in Processes of Knowledge-Intensive Services. *Geoforum* 65: 374-386.
- Schnell, Rainer/ Hill, Paul B./ Esser, Elke (2005):** Methoden der empirischen Sozialforschung, 7., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage, München und Wien: R. Oldenbourg Verlag.
- Schöneberger, Klaus (2007):** Widerständigkeit der Biographie. In: Seifert, Manfred/ Götz, Irene/ Huber, Birgit (Hg.), *Flexible Biographien?* Frankfurt und New York: Campus Verlag, S. 75ff.
- Schürmann, Mathias (2013):** Coworking Space Geschäftsmodell für Entrepreneure und Wissensarbeiter. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 35.
- Senghaas-Knobloch, Eva (2008):** Wohin driftet die Arbeitswelt? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Spath, Dieter/ Walter, Achim (2012):** Mehr Innovationen für Deutschland. Wie Inkubatoren akademische Hightech-Ausgründungen besser fördern können (acatech STUDIE), Heidelberg: Springer Verlag.
- Spinuzzi, Clay (2012):** Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication* 26: 399-441.
- Steinbicker, Jochen (2011):** Zur Theorie der Informationsgesellschaft. Ein Vergleich der Ansätze von Peter Drucker, Daniel Bell und Manuel Castells, 2., Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Steinke, Ines (1999):** Kriterien qualitativer Forschung. Ansätze zur Bewertung qualitativ-empirischer Sozialforschung. Weinheim und München: Juventa Verlag.
- Storper, Michael/ Venables, Anthony J. (2004):** Buzz: The Economic Force of the City. *Journal of Economic Geography* 4: 351-370.
- Süß, Stefan/ Becker, Johannes/ Sayah, Shiva (2013):** Der einzelne Freelancer aus betriebswirtschaftlicher Perspektive. In: Kaiser, Stephan/ Bamberg, Eva/ Schmicker, Sonja (Hg.), *Arbeits- und Beschäftigungsformen im Wandel.* Wiesbaden: Springer Gabler.
- Svetina, C. Anja/ Jaklič, Marko (2008):** Collective Learning Channels in Clusters. *Economic and Business Review* 10 (4): 289-306.
- Thune, Taran (2009):** Proximity and Interactive Learning in University–Firm Relationships. *Industry & Higher Education* 23 (1): 7-16.
- Uda, Tadashi (2013):** What is Coworking? A Theoretical Study on the Concept of Coworking. *Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers Series A* (265): 1-15.

Zander, Udo/ Bruce, Kogut (1995): Knowledge and the Speed of Transfer and Imitation of Organizational Capabilities: An Empirical Test. *Organization Science* 6 (1): 76-92.

Wenger, Etienne (1998): Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity. Cambridge: Cambridge University Press.

9. Online Referenzen

Astebro, Thomas/ Serrano, Carlos (2007): Teamwork. Online einsehbar unter:
<http://www2.druid.dk/conferences/viewpaper.php?id=1679&cf=9>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016

BMWi (2013): Dienstleistungen. Online einsehbar unter:
<http://www.bmwi.de/DE/Themen/Mittelstand/Mittelstandspolitik/dienstleistungen,did=239884.html>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Brachert, Matthias/ Kubis, Alexander/ Titze, Mirko (2013): Related Variety, Unrelated Variety and Regional Functions: A Spatial Panel Approach. *Papers in Evolutionary Economic Geography (PEEG)* (1301): 1-25. Online einsehbar unter:
<http://EconPapers.repec.org/RePEc:egu:wpaper:1301>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Capdevila, Ignasi (2013): Knowledge Dynamics in Localized Communities: Coworking Spaces as Microclusters. Online einsehbar unter: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2414121. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Deskmag.com (2016): First Results of the New Global Coworking Survey. Online einsehbar unter:
<http://www.deskmag.com/en/first-results-of-the-new-global-coworking-survey-2015-16>. Zuletzt überprüft am 19.05.2016.

Duden.de (2016): Bedeutungsübersicht Wissen. Online einsehbar unter:
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Wissen#Bedeutunga>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Glitz, Albrecht (2013): Coworker Networks in the Labour Market. *CESifo Working Paper* (4250): 1-41. Online einsehbar unter: <http://hdl.handle.net/10419/74503>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Merkel, Janet/ Oppen, Maria (2013): Coworking Spaces: Die (Re-)Organisation kreativer Arbeit. WZBrief Arbeit. Online einsehbar unter: <https://www.wzb.eu/sites/default/files/publikationen/wzbrieft/wzbrieftarbeit162013merkeloppen.pdf>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Tanner, Anne Nygaard (2014): Spatial knowledge dynamics of innovation processes: local and non-local aspects of buzz and collective learning. *Paper to be presented at the DRUID Society Conference 2014*. Online einsehbar unter:
http://druid8.sit.aau.dk/acc_papers/elpkkok8y78d2kpa9nb5apm0i5my.pdf. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Rhodes, Chris (2015): Business Statistics. *Briefing Paper* (06152). Online einsehbar unter: www.parliament.uk/briefing-papers/sn06152.pdf. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Wedl, Anna (2014): Coworking Spaces als neue Arbeitsräume für ÜbersetzerInnen. Eine empirische Untersuchung. Diplomarbeit. Online einsehbar unter: <http://unipub.uni-graz.at/obvugrhs/download/pdf/242412?originalFilename=true>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Weserwork.de (2016): Coworking im Hafen. Online einsehbar unter: <http://www.weserwork.de/>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Weserwork.de (2016): Räume. Online einsehbar unter: <http://www.weserwork.de/raeume.html>. Zuletzt überprüft am 15.09.2016.

Appendix

Fragebogen

Einstieg

- Warum haben Sie sich entschlossen, in einem Coworking Space zu arbeiten?
- Wie empfinden Sie die Arbeitsatmosphäre im Coworking Space?
- Haben Sie Kontakt zu anderen Coworkern?
- Wo findet der Austausch hauptsächlich statt?
- Haben Sie schon einmal mit anderen Coworkern zusammengearbeitet?

Kontext

- Was schätzen Sie am Kontakt zu anderen Coworkern besonders?
- Treffen Sie sich auch außerhalb des Coworking Space mit anderen Coworkern?
- Welche Informationen würden Sie mit anderen Coworkern teilen und welche nicht?
- Fühlen Sie sich durch die Präsenz anderer Coworker motiviert? *Inwiefern?*
- Empfinden Sie andere Coworker als Konkurrenz?
- Welche anderen Quellen von Wissen nutzen Sie außerhalb des Coworking Space?

Wissensaustausch durch Nähe

- Trägt räumliche Nähe zu anderen Coworkern dazu bei, dass Sie:
- an Ideen anderer teilhaben?
- für Ihre eigene Arbeit inspiriert werden?
- für Ihre Unternehmung interessante Kontakte knüpfen?
- Haben Sie das Gefühl, dass Ihre Unternehmung von der Nähe zu anderen Coworkern profitiert?
- *Wenn ja, inwiefern?*
- Empfinden Sie es als einfach Kontakt zu anderen Coworkern wahrzunehmen?
- Was erschwert dies besonders bzw. fördert dies?
- Empfinden Sie es als Vorteil von Coworkern anderer Branchen umgeben zu sein?

Related Variety

- Haben Sie eher Kontakt zu Coworkern aus der gleichen Branche, oder eher zu fachfremden Coworkern?
- Arbeiten Sie eher mit Coworkern der gleichen Branche zusammen oder mit fachfremden Coworkern?

Biographie

- Wie lange arbeiten Sie schon im Coworking Space?
- Von wo aus haben Sie vorher gearbeitet?
- Planen Sie länger im Coworking Space zu arbeiten? *Wenn nein, was ist Ihr Ziel?*

Urheberrechtliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe.

Alle Stellen, die ich wörtlich oder sinngemäß aus anderen Werken entnommen habe, habe ich unter Angabe der Quellen als solche kenntlich gemacht.

16. September 2016

Datum

Unterschrift

Erklärung zur Veröffentlichung von Abschlussarbeiten

Die Abschlussarbeit wird zwei Jahre nach Studienabschluss dem Archiv der Universität Bremen zur dauerhaften Archivierung angeboten.

Archiviert werden:

- 1) Masterarbeiten mit lokalem oder regionalem Bezug sowie pro Studienfach und Studienjahr 10 % aller Abschlussarbeiten
- 2) Bachelorarbeiten des jeweils ersten und letzten Bachelorabschlusses pro Studienfach und Jahr.

- Ich bin damit einverstanden, dass meine Abschlussarbeit im Universitätsarchiv für wissenschaftliche Zwecke von Dritten eingesehen werden darf.
- Ich bin damit einverstanden, dass meine Abschlussarbeit nach 30 Jahren (gem. §7 Abs. 2 BremArchivG) im Universitätsarchiv für wissenschaftliche Zwecke von Dritten eingesehen werden darf.
- Ich bin nicht damit einverstanden, dass meine Abschlussarbeit im Universitätsarchiv für wissenschaftliche Zwecke von Dritten eingesehen werden darf.

16. September 2016

Datum

Unterschrift