

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1	Community als Lösung digitaler Innovationsprobleme	4
1.2	Community als Konzept urbaner Innovationsproduktion	5
1.3	Kuratierte Community als situativ-environmentale Gouvernementalität	9
1.4	Ethnographische Untersuchung der Factory und ihrer Community	13
1.5	Aufbau des Buches	17
<b>2</b>	<b>Kuratieren I: Komposition macht Community</b>	<b>21</b>
2.1	Die diverse Erscheinung	22
2.2	Die ressourcenorientierte Auswahl	27
2.3	Die Orientierung an einer Heterogenität der Branchen	31
2.4	Die Old Economy und die Digitalwirtschaft	34
2.5	Schlussfolgerung: Diversität als Bedingung für Innovation	40
<b>3</b>	<b>Kuratieren II: Raum macht Community</b>	<b>45</b>
3.1	(Re)Artikulation der Community	47
3.2	Gelegenheiten der Begegnung und Vernetzung	49
3.3	Aufforderungen zur Interaktion und Kollaboration	52
3.4	Flexibilität und Agilität	54
3.5	Emotion und Erlebnis	57
3.6	Schlussfolgerung: Raumarrangements für flexible Arbeitsweisen der Zukunft	62

---

<b>4</b>	<b>Kuratieren III: Slack macht Community</b>	67
4.1	Slack, Hybridität und die kontrollierte Offenheit	70
4.2	Neue Optionen und Herausforderungen im digitalen Raum	74
4.3	Schlussfolgerung: Neue Möglichkeiten und Anforderungen der Digitalisierung	77
<b>5</b>	<b>Kuratieren IV: Event macht Community</b>	81
5.1	Das umfassende Abendevent	82
5.2	Der thematische Circle	86
5.3	Das begleitende Accelerator-Programm	89
5.4	Der outputorientierte Hackathon	91
5.5	Schlussfolgerung: Situative Praxiscommunity und Techniken der Kreativität	94
<b>6</b>	<b>Kuratieren V: Stadt macht Community</b>	99
6.1	Neue urbane Arbeitsstätte: Vom Coworking zum Community Space	100
6.2	Die Plattformstruktur des Community Spaces	106
6.3	Kuratieren durch die Nähe zu einem digitalwirtschaftlichen Berlin	110
6.4	Schlussfolgerung: Urbane Kreativität und Serendipität als Booster für kreative Innovationen	117
<b>7</b>	<b>Kuratieren VI: Subjekt macht Community</b>	123
7.1	Weniger Nerd, mehr Business	124
7.2	Weniger Künstler_in, mehr Innovation	131
7.3	Weniger Entrepreneur, mehr Mindset	137
7.4	Schlussfolgerung: Die Communitypreneur_in	144
<b>8</b>	<b>Die Kuratierten: Zwischen Enthusiasmus und Enttäuschung</b>	147
8.1	Die Porträts zwischen Glaube, Abgrenzung und Enttäuschung	148
8.1.1	Die Believer_innen	150
8.1.2	Die Abgegrenzten	152
8.1.3	Die Enttäuschten	155
8.2	Schlussfolgerung: Die Kuratierten als Prosumer_innen der Community und die Wertschöpfung durch Emotionen	157

---

<b>9</b>	<b>Schlussbetrachtung: Von der Fabrik zur Factory</b>	<b>161</b>
9.1	Von der fordistischen Produktion zur Factory-Plattform als urbanes, digitalwirtschaftliches Produktionsmodell	162
9.2	Die situativ-environmentale Gouvernamentalität: das Kuratieren	166
9.3	Die Kuratierten und eine ambivalente Zukunftsvision	171
9.4	Das urbane Umfeld und die lokale Nachbar_innenschaft	172
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>175</b>