

Raum und betriebliche Öffentlichkeit.

Überlegungen zwischen Arbeits- und Raumsoziologie.

JAN LIETZKE

Zitiervorschlag

Lietzke, J. (2022). Raum und betriebliche Öffentlichkeit. Überlegungen zwischen Arbeits- und Raumsoziologie. *WilliJournal*, 3. <https://willijournal.com/seiten/Wissenschaft/Dokumente/Raum%20und%20betriebliche%20%C3%96ffentlichkeit.pdf>

Abstract

Reflektiert wird in diesem Beitrag fragmentarisch eine raumsoziologische Perspektive auf Arbeit und Büroarchitekturen vor dem Hintergrund des von Habermas dargelegten Begriffs von Öffentlichkeit.

Schlagworte: Arbeitssoziologie, Öffentlichkeit, Raumsoziologie, Workplace Studies, Affordanzen

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	III
1. Soziale Strukturen der Öffentlichkeit	1
1.1 Der Grundriss	1
1.2 Institutionen der Öffentlichkeit	1
1.3 Die bürgerliche Familie und die Institutionalisierung einer publikumsbezogenen Privatheit	2
1.4 Die literarische im Verhältnis zur politischen Öffentlichkeit	2
1.5 Zusammenfassung	2
2. Anne-Laure Fayard & John Weeks. Photocopiers and Water-coolers: The Affordances of Informal Interaction.	3
2.1 Einleitung	3
2.2 Affordanzen	3
2.3 Methodisches Vorgehen	3
2.4 Ergebnisse	4
2.5 Informelle Interaktion und Öffentlichkeit	4
2.6 Ausblick	5
3. Peter Fleming. Workers' Playtime?	5
3.1 Einleitung	5
3.2 Methode und Ergebnisse	5
3.3 Grenzen der Privatsphäre	6
3.4 Ausblick	6
4. Affordanzen und Grenzen der Privatsphäre.	7
4.1 Einleitung	7
4.2 Affordanzen	7
4.3 Grenzen der Privatsphäre	8
4.4 Ausblick	9
Literatur	10

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Grundriss der bürgerlichen Öffentlichkeit

1

1. Soziale Strukturen der Öffentlichkeit

1.1 Der Grundriss

Zunächst skizziert Habermas die seinen Überlegungen zur *Öffentlichkeit* vorausgehenden Entwicklungen der Gesellschaft ab dem 13. Jahrhundert. Hervorzuheben ist die sich entwickelnde Publizität als „Prinzip der Kontrolle, das das bürgerliche Publikum [dem Prinzip der bestehenden Herrschaft] entgegengesetzt“ (Habermas, 1990, S. 87). Wenngleich dieses Prinzip einen Machtanspruch impliziert, wird auf jegliche Formen „eines Herrschaftsanspruchs verzichtet“, vielmehr „will [Publizität] Herrschaft als solche verändern“ (ebd., S. 87). Insbesondere sind es die „Maßstäbe der Vernunft und die Formen des Gesetzes, denen das Publikum Herrschaft unterwerfen [...] möchte“ (ebd., S. 87).

Zur Ergründung dieses Prozesses widmet sich Habermas der Analyse der bürgerlichen Öffentlichkeit als Publikum, in dem Privatleute miteinander verkehren (ebd., S. 87), während er die kleinfamiliale Intimsphäre als Ursprung der Privatheit und Subjektivität untersucht (ebd., S. 107ff.). Graphisch fasst Habermas die untersuchten Bereiche und deren Beziehungen in seinem „Grundriß der bürgerlichen Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert“ (1990, S. 89) wie folgt zusammen:

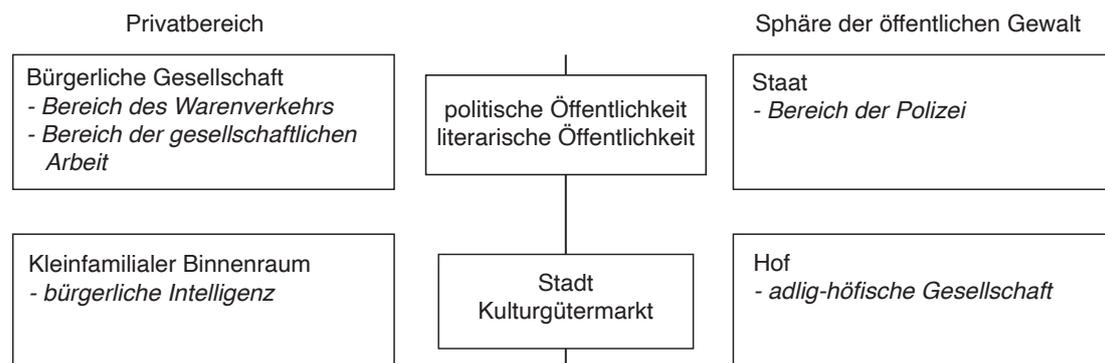


Abb. 1: Grundriss der bürgerlichen Öffentlichkeit

Quelle: Eigene Darstellung nach Habermas, 1990, S. 89

1.2 Institutionen der Öffentlichkeit

Beginnend mit der Analyse der Öffentlichkeit, untersucht Habermas die sie konstituierenden Institutionen (S. 90ff.). Hierzu zählen insbesondere die Kaffeehäuser und Salons sowie die Zeitungen des ausgehenden 17. Jahrhunderts, die den Hof und „seine Stellung als Öffentlichkeit“ (ebd., S. 91) ablösen. Somit verliert die Sphäre der Öffentlichkeit ihren repräsentativen Charakter und mit dem Verschwinden des Hofes als Öffentlichkeit wird die *Stadt* zur ihrem neuen Träger.

Hier entstehen Kaffeehäuser und Salons als „Zentren einer zunächst literarischen, dann auch politischen Kritik“ (ebd., S. 92), an der sich die aristokratische Gesellschaft ebenso beteiligt, wie die bürgerlichen Intellektuellen (ebd., S. 93f.). Trotz der Unterschiede dieser Institutionen, konstatiert Habermas eine ihnen gemeinsame Tendenz zur Organisation „permanente[r] Diskussion unter Privatleuten“ (1990, S. 97), welche er durch drei Kriterien zusammenfasst: das Absehen vom Status der Teilnehmenden, die Problematisierung bisher unhinterfragter Bereiche und die prinzipielle Unabgeschlossenheit des Publikums (ebd., S. 97ff.).

Eine weitere zentrale Rolle spielen die sich entwickelnden Zeitungen, deren Artikel „vom Kaffeehauspublikum nicht nur zum Gegenstand ihrer Diskussionen gemacht, sondern als deren Bestandteil“ (ebd., S. 106) begriffen werden. Ihren Ursprung haben diese Zeitungen in der wirtschaftlichen Berichterstattung, deren Nachrichten im Laufe der Zeit zur Ware und so dem Publikum zugänglich geworden sind.

1.3 Die bürgerliche Familie und die Institutionalisierung einer publikumsbezogenen Privatheit

Als Folge der kapitalistischen Ausrichtung der Ökonomie verändert sich auch die Familienstruktur – die patriarchalische Kleinfamilie wird zum dominanten Typus der bürgerlichen Schichten (ebd., S. 107). Im Gegensatz zum Leben am Hof, findet eine regelrechte „Privatisierung des Lebens“ (ebd., S. 108) statt, die sich exemplarisch an der veränderten Architektur der neugebauten Häuser nachvollziehen lässt: „der Hof, [...] in dem sich ein großer Teil des Lebens abgespielt hatte, schrumpfte zusammen, [...] ebenso wurde der Hof von der Mitte des Hauses an seine Hinterfront verlegt“ (Trevelyan, 1948, S. 242, zitiert nach Habermas, 1990, S. 108). So wird der Salon als Ort der Gesellschaft schließlich „der bedeutsamste Raum im vornehmen bürgerlichen Hause“ (Riehl, 1889, S. 185, zitiert nach Habermas, 1990, S. 109). Allerdings gehen die im Salon als Publikum zusammengekommenen Privatleute nicht mehr *in der Gesellschaft* auf, wie es in der adeligen Gesellschaft der Fall war, vielmehr treten sie „jeweils erst aus einem privaten Leben sozusagen hervor“ (Habermas, 1990, S. 109). Die in der patriarchalen Kleinfamilie erlebte Subjektivität schließlich wird zum zentralen Thema des sich im öffentlichen Rasonnement selbst thematisierenden Publikums (ebd., S. 107).

1.4 Die literarische im Verhältnis zur politischen Öffentlichkeit

Während sich die Privatleute in der literarischen Öffentlichkeit in ihrer Rolle als *Menschen* begegnen, treffen sie in der politischen Öffentlichkeit als *Eigentümer* aufeinander (ebd., S. 120f.). Somit wird die literarische Öffentlichkeit zum Ort der Verständigung über die Erfahrungen der eigenen Subjektivität, während die Verständigung über die Regelung der Privatsphäre den Kern der politischen Öffentlichkeit bildet (ebd., S. 121).

Resultierend aus den inhaltlichen Schwerpunkten der beiden Öffentlichkeiten, kommt es zu Unterschieden des Publikums. So sind etwa Frauen und Unselbstständige juristisch von der politischen Öffentlichkeit ausgeschlossen, in der literarischen aber stärker vertreten als Privateigentümer und Familienväter (ebd.). In den gebildeten Ständen gelten die beiden Öffentlichkeiten dennoch als deckungsgleich, Öffentlichkeit als Ganzes sogar unteilbar (ebd.).

1.5 Zusammenfassung

Im Kapitel *Soziale Strukturen der Öffentlichkeit* des Werks *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1990) konturiert Habermas einleitend den Privatbereich und die Sphäre der öffentlichen Gewalt als die für die Öffentlichkeit des 18. Jahrhunderts konstitutiven sozialen Bereiche. Anschließend rücken Kaffeehäuser, Salons, Tischgesellschaften und damit verknüpft Zeitungen als Institutionen der Öffentlichkeit in den Fokus der Analyse, bevor die im 18. Jahrhundert typische Form der bürgerlichen Familie als Ursprung von Privatheit und Subjektivität rekonstruiert wird. Abschließend unterscheidet Habermas die literarische Öffentlichkeit als Ort der Verständigung *qua Mensch* und die politische als Ort der Verständigung *qua Eigentümer*, wenngleich beide als Einheit verstanden werden.

2. Anne-Laure Fayard & John Weeks. Photocopiers and Water-coolers: The Affordances of Informal Interaction.

2.1 Einleitung

In ihrer Untersuchung fragen Anne-Laure Fayard und John Weeks (2007) nach dem Zusammenhang räumlicher Gestaltung und informeller Interaktion in Betrieben, wobei der theoretische Rahmen mit John J. Gibsons Begriff der Affordanzen (1979) abgesteckt wird. Allerdings wurde der Begriff der Affordanzen zunächst zur Analyse von Phänomenen auf individueller Ebene entwickelt, weshalb ihn die Autor:innen auf eine soziale Ebene heben:

„We introduce the notion of social affordances and identify the social and physical characteristics that produce the propinquity, privacy, and social designation necessary for an environment to afford informal interactions.“ (Fayard & Weeks, 2007, S. 605)

Um nun das Forschungsvorhaben Fayards und Weeks' nachvollziehen zu können, ist eine knappe Einführung des Begriffs der Affordanzen unabdingbar. Anschließend wird das methodische Vorgehen und die Ergebnisse des Beitrags vorgestellt, bevor diese mit Bezug auf Habermas' Konzept der Öffentlichkeit (1990) kontextualisiert werden.

2.2 Affordanzen

Am Beispiel von Technologien erläutert Hutchby (2001) den Begriff der Affordanzen als ein Instrument zur vermeintlich unmöglichen Überbrückung zweier theoretischer Perspektiven:

„I want to propose an approach to the study of technologies and social life which offers a reconciliation between the opposing poles of constructivism and realism. This involves seeing technologies neither in terms of their ‚interpretive textual‘ properties nor of their ‚essential technical‘ properties, but in terms of their affordances“ (Hutchby, 2001, S. 5)

Dabei beschreiben Affordanzen sowohl funktionale wie auch relationale Aspekte eines Objekts. Diese Aspekte determinieren das Handeln in Bezug auf das Objekt aber nicht, sie definieren nur einen bestimmten Rahmen an Möglichkeiten (ebd.). Objekte stehen also in einem wechselseitigen Verhältnis zu menschlichem Handeln: Sie formen das Handeln ebenso, wie sie durch das Handeln geformt werden (ebd.).¹

Die Analyse von Affordanzen fragt also nach den Handlungsmöglichkeiten, die ein Objekt zulässt und wie das so gerahmte Handeln seinerseits das Objekt konstituiert.

2.3 Methodisches Vorgehen

Um festzustellen, welche räumlichen Aspekte sich wie auf informelle Interaktionen in Betrieben auswirken, haben Fayard und Weeks eine qualitative Feldstudie durchgeführt, da Affordanzen den Akteuren selbst oft unbekannt sind und das

¹ Ähnliches stellt Martina Löw (2001) in Bezug auf Raum fest. Sie betont, dass Raum immer durch Handeln konstituiert wird, aber auch Handeln konstituiert. Hierfür führt sie den Begriff der räumlichen (An)Ordnung ein, unter dem Raum als strukturierende und strukturierte Struktur verstanden wird.

Verstehen einer physisch und sozial konstruierten Umgebung einer Interpretationsleistung bedarf (Fayard & Weeks, 2007, S. 611f.).

Zur deduktiven Theoriebildung wurden literaturbasiert die Kategorien Privatheit (privacy), Nähe (propinquity) und soziale Bestimmtheit (social designation) entwickelt, deren physische und soziale Charakteristika empirisch analysiert wurden. Die der Analyse zugrundeliegenden Daten wurden in den Kopierräumen dreier vergleichbarer Niederlassungen von Organisationen erhoben, da diese Räume leicht zugänglich und öffentlich waren, weshalb Beobachter:innen nicht aufdringlich wirkten (ebd., S. 612).

2.4 Ergebnisse

Einen wichtigen Faktor in Bezug auf Nähe haben Fayard und Weeks in der Zentralität des Kopierraums identifiziert. Die Zentralität wirkt dabei in zwei Dimensionen – physisch und funktional (ebd., S. 615). Auch die Architektur der Räume ist ein relevanter Faktor. Insbesondere Zugänglichkeit, Größe und das Verhältnis von Fenstern, Türen und anderen Öffnungen zu Wänden wurde als Einflussgröße auf die Nähe identifiziert (ebd., S. 619).

Zusätzlich zu einer räumlichen Dimension, manifestiert sich die Privatheit auch in einer zeitlichen Dimension. In der räumlichen Dimension sind vor allem Sichtbarkeit und Abgrenzung zentrale Größen, in der zeitlichen vor allem die Möglichkeit der Selbstbestimmung (ebd., S. 620).

Allerdings sind die räumlichen und funktionalen Aspekte der Kopierräume nicht die alleinigen Einflussgrößen. Zwar stellen sie das nötige Verhältnis von Nähe und Privatheit her, vor allem aber schaffen sie einen Raum, in dem sich die Beteiligten wohlfühlen (ebd., S. 623):

„It is about a place that is comfortable to be with others: sufficiently large to accomodate people without crowding, sufficiently enclosed to mark a distinction between an outside and an inside and protect against constant interruption. It is also, however, about a place that is comfortable to be found in.“ (ebd., S. 623)

Der physische Raum bietet also Affordanzen, die informelle Interaktion potenziell ermöglichen, doch erst das konkrete soziale Handeln lässt den Kopierraum zu einem Ort informeller Interaktion werden. Kopierräume bieten die Möglichkeit informeller Interaktion dadurch, dass sie 1. Personen in Kontakt miteinander bringen (Nähe), 2. Personen ermöglichen, die Grenzen ihrer Unterhaltungen zu kontrollieren (Privatheit) und 3. dieses Verhalten legitimieren (soziale Bestimmtheit) (ebd., S. 625).

2.5 Informelle Interaktion und Öffentlichkeit

Was Fayard und Weeks als Bedingungen informeller Interaktion feststellen, hat einige Parallelen zu der Art von Öffentlichkeit, die Habermas (1990, S. 92ff.) in den Salons und Kaffeehäusern des 17. Jahrhunderts verortet. Denn auch dort sind die Kategorien Nähe, Privatheit und soziale Bestimmtheit ausschlaggebend für das Entstehen einer Öffentlichkeit. Wie die Kopierräume bieten auch Salons und Kaffeehäuser eine Nähe, die Begegnungen ermöglicht, ein Maß an Privatheit, das einen eigenen Handlungsspielraum zulässt und sie sind Orte, an denen die Gespräche sozial legitimiert sind. In den Kaffeehäusern und Salons treffen unterschiedlichste Personen aufeinander, unabhängig von ihrem sozialen Status (Habermas, 1990, S. 97ff.) - wie im Kopierraum, den alle Mitarbeitenden des Unternehmens nutzen, unabhängig von ihrer Stellung (Fayard & Weeks, 2007, S. 622).

Außerdem bieten Kaffeehäuser und Salons ein ähnliches Verhältnis zwischen Nähe und Privatheit. Sie sind, wie die Kopierräume, zwar öffentlich zugänglich, geben den Personen im Inneren aber trotzdem ein Gefühl von Privatheit.

Abschließend lässt sich auch der Aspekt der sozialen Legitimation von Gesprächen auf die Kaffeehäuser und Salons beziehen, in denen Habermas eine „permanente Diskussion“ (1990, S. 97) verortet.

2.6 Ausblick

Selbstverständlich sind informelle Interaktion und Öffentlichkeit im Habermas'schen Sinne nicht gleichzusetzen. Miteinander vergleichen lassen sich aber dennoch die räumlichen Affordanzen, die sowohl der Entstehung informeller Interaktion als auch der von Öffentlichkeit vorausgehen. Hier zeigt sich, was den Begriff der Affordanzen ausmacht – sie eröffnen ein Spektrum an Möglichkeiten und determinieren sie nicht.

3. Peter Fleming. Workers' Playtime?

3.1 Einleitung

Peter Fleming (2005) untersucht ein amerikanisches Unternehmen, dessen Management eine „culture of fun“ (S. 286) etabliert hat. Diese Art des Managements versucht, die Grenzen zwischen Arbeit und Nicht-Arbeit verschwimmen zu lassen und Spaß in den Vordergrund zu stellen. In diesem Fall organisiert das Management beispielsweise zahlreiche Partys, auf denen Sexualität offen ausgelebt wird, aber auch in der räumlichen Gestaltung manifestiert sich dieses Anliegen:

„For example, the area dealing with an African-based airline project is decorated with green cardboard cutouts of jungle trees and photos of cheetahs and hyenas.“ (ebd., S. 293)

Allerdings bleibt einigen Beschäftigten der Spaßfaktor dieser Kultur unzugänglich, weshalb Fleming die folgende Frage ins Zentrum seines Beitrags rückt:

„Why were some employees so cynical about the prospect of having fun?“ (ebd., S. 286)

Im Folgenden wird knapp der Inhalt Flemings' Beitrags skizziert, um anschließend mit Rückgriff auf Habermas (1990) und Brinkmann und Heiland (2021) aufzuzeigen, wo der Spaß aufhört.

3.2 Methode und Ergebnisse

Die Grundlage zur Beantwortung der von Fleming gestellten Frage nach den Gründen des Zynismus mancher Beschäftigter bilden die Daten einer qualitativen Feldstudie in bereits erwähntem Unternehmen, die Fleming über acht Monate hinweg durchgeführt hat. Das Studiendesign umfasste Interviews (nach Spradley, 1979), Beobachtungen und Dokumentanalysen (Fleming, 2005, S. 291). Über sechs Monate hat sich der Autor dabei auf eine Gruppe von vier Beschäftigten fokussiert, innerhalb derer die Unzufriedenheit mit dieser Unternehmenskultur besonders ausgeprägt war (ebd., S. 292). Bei der Auswertung wurden schließlich die Kategorien Zynismus, Identifikation, Authentizität, Grenzen, Kontrolle und Autonomie evident.

Den Zynismus der Beschäftigten differenziert Fleming weiter aus, indem er ihn in zwei Dimensionen verortet: Herablassung (Beschäftigte fühlen sich nicht ernstgenommen) und Unauthentizität (mislungene Reproduktion freizeittlicher Aktivitäten) (ebd., S. 295f.). Es kann allerdings nicht ausgeschlossen werden, dass diese Art des Zynismus nur innerhalb der Gruppe der vier Beschäftigten solche Ausmaße angenommen hat. Da die vier Beschäftigten zusammen gewohnt haben

(ebd., S. 292), wäre es durchaus denkbar, dass es sich bei diesem Phänomen eher um eine Art Gruppendynamik handelt, als um eine direkte Reaktion auf die Unternehmenskultur. Dieser Möglichkeit wird aber nicht weiter nachgegangen, was bei der Rezeption der Ergebnisse Flemings bedacht werden sollte.

3.3 Grenzen der Privatsphäre

Dennoch kann der Zynismus als mögliche Reaktion auf die Unternehmenskultur aber nicht nur auf ein individuelles Problem verweisen, sondern auch als Indiz für eine grundsätzlich problematische Seite fließender Grenzen von Arbeit und Nicht-Arbeit verstanden werden. Um diese Seite verstehen und die individuelle Ebene verlassen zu können, kann das von Habermas (1990) entwickelte Konzept der Öffentlichkeit einen wertvollen Beitrag leisten.

Habermas (1990) beschreibt die Öffentlichkeit als eine für demokratische Gesellschaften konstitutive Institution. Die Öffentlichkeit wird dabei als Gegenstück einer Privatsphäre verstanden, in welcher der Mensch seine Subjektivität erkennt (ebd., S. 121). So gewinnt die Sphäre der Öffentlichkeit ihre Relevanz als Ort, an dem die Subjekte miteinander kommunizieren, ihre unterschiedlichen Bedürfnisse aushandeln und als Resultat zu einer „Diskursarena in modernen Gesellschaften, in der ›Privatleute‹ über Fragen von allgemeinem Interesse diskutieren“ (Fraser, 2009, S. 148), wird. Darüber hinaus sieht Fraser in der Öffentlichkeit ein „Instrument zur Entlarvung der Herrschaft [...], mit dem das Handeln staatlicher Würdenträger [...] kritisch überprüft werden kann“ (ebd.).

Dieses Konzept bietet auch „für kritische Analysen betrieblicher Kontexte“ (Brinkmann & Heiland, 2021, S. 115) eine Hintergrundfolie, wenngleich „diese betrieblichen Öffentlichkeiten in besondere Bedingungen eingebettet sind“ (ebd., S. 118)². Wenn die „betriebliche Öffentlichkeit als die Sphäre der zum Publikum versammelten Beschäftigten eines Betriebes, die diese Öffentlichkeit gegen die Unternehmensleitung beansprucht“ (ebd., S. 119), verstanden wird, ist eine von der Arbeit unabhängige Privatsphäre die Voraussetzung für diese betriebliche Öffentlichkeit.

3.4 Ausblick

Aus dieser Perspektive ist eine Unternehmenskultur, wie sie Fleming untersucht hat, deren konstitutives Merkmal die Auflösung der Grenzen von Arbeit und Nicht-Arbeit ist, kritisch zu betrachten. Sobald das Arbeitsverhältnis zwischen Beschäftigten und Unternehmensleitung von den Ersteren nicht mehr als solches wahrgenommen werden kann, bleibt das zwischen diesen beiden Parteien bestehende Herrschaftsverhältnis verschleiert – zumindest für die Beschäftigten. Die Beschäftigten erleben sich ohne den Gegensatz von Privatsphäre und betrieblicher Öffentlichkeit nicht mehr in einem solchen Verhältnis und büßen damit jegliche Art der

² Gemeint ist damit insbesondere „eine Hierarchie, die nicht auf demokratischen Prinzipien beruht“ (Brinkmann & Heiland, 2021, S. 118), in der „Effektivität und Effizienz hinreichend für unternehmerische Entscheidungen“ (ebd.) sind.

³ Gemeint ist damit insbesondere „eine Hierarchie, die nicht auf demokratischen Prinzipien beruht“ (Brinkmann & Heiland, 2021, S. 118), in der „Effektivität und Effizienz hinreichend für unternehmerische Entscheidungen“ (ebd.) sind.

kritischen Auseinandersetzung mit diesem ein und verpassen damit die Chance, „gegen die absolute Herrschaft den Begriff und die Forderung genereller und abstrakter Gesetze“ (Habermas, 1990, S. 11) zu artikulieren. Die betriebliche Öffentlichkeit steht dann nicht mehr als herrschaftskritisches Instrument zur Verfügung.

4. Affordanzen und Grenzen der Privatsphäre.

4.1 Einleitung

Im Jahr 2012 erscheint ein Dokumentarfilm mit dem Titel „Work Hard – Play Hard“ unter der Regie von Carmen Losmann, den Josef Lederle in seiner Kritik wie folgt bespricht.

„Hellsichtiger Dokumentarfilm über die schleichenden Veränderungen in der modernen Arbeitswelt, die im Gefolge der Digitalisierung und unter dem Vorzeichen flacher Hierarchien zum Verlust der Privatsphäre und einer Nivellierung der Grenze Arbeit und Freizeit tendieren. Mit analytischer Schärfe, aber ohne wertenden Kommentar beschreibt der visuell bestechende Film, wie sich moderne Büroarchitektur, Managementmoden und Personalführung in der Leitidee einer permanenten Selbstoptimierung vereinen.“ (Lederle, 2012)

Der Film zeigt die Planung eines Bürogebäudes, aber auch, wie die Affordanzen tatsächlich durch das Handeln der Beschäftigten interpretiert werden. Außerdem wird nicht nur der Versuch des Managements dokumentiert, die Grenzen der Privatsphäre aufzulösen, sondern auch die Reaktionen der Beschäftigten.

Dieser Beitrag versucht im Folgenden, diese zwei Phänomene anhand einiger Filmsequenzen zu untersuchen. Dabei ist der Film explizit *nicht* als empirische Primärquelle zu verstehen. Vielmehr dient er als Sekundärquelle, mit deren Daten sich die Phänomene illustrieren lassen – einer eigenen empirischen Untersuchung könnte der Umfang dieses Beitrags ohnehin nicht gerecht werden.

Indem dieser Beitrag eine von der Arbeit abgegrenzte Privatsphäre in schematischer Anlehnung an Habermas (1990) als Bedingung einer betrieblichen Öffentlichkeit versteht, sind die zwei illustrierten Phänomene insofern als Phänomene betrieblicher Öffentlichkeit zu verstehen, als dass sie es gerade *nicht* sind.

4.2 Affordanzen

Nachdem der Film mit einer kurzen Sequenz aus einem Bewerbungsgespräch beginnt, auf die sich an anderer Stelle noch bezogen werden soll, werden die Architekten bei den ersten Planungsgesprächen eines Bürogebäudes gezeigt. Zunächst zeigen sich die Architekten verwundert über eine Bauherrenschaft, die in der Auslobung eine „Gefühlswelt beschreiben, die sie [in ihrem neuen Gebäude, J.L.] generiert sehen wollen“ (Losmann, 2011, 00:04:45). „Lichtdurchflutete, transparente Büros sollen nicht durch Luxus, sondern durch eine vitalisierende und funktionale Anmutung [...] Spaß am Arbeiten vermitteln“ (ebd., 00:03:59). Außerdem soll durch das „Gebäude vermittelt [werden, J.L.], dass Arbeiten keinen Zwang darstellen muss. Es sollte auf keinen Fall ein Ort sein, an dem ich erinnert werde, zu arbeiten“ (ebd., 00:05:17).

Es braucht also räumliche Affordanzen, die diese Möglichkeiten zumindest eröffnen.

Für die Umsetzung wird ein spezielles Büro engagiert, welches die Arbeitsplatzkonzeption und die räumlichen Nutzungsoptimierung durchführt. Während sich die Büros in der Planungsphase noch überzeugt zeigen, dass sich „auch die

Betriebsstrukturen mit'm neuen Gebäude“ (ebd., 00:04:56) ändern, beweisen die nächsten Szenen des Films, wie falsch sie mit dieser Einschätzung lagen. Es zeigt sich nicht, dass „Leben generiert werden“ konnte (ebd., 00:07:51), stattdessen trotten die Beschäftigten regelrecht die neuen Treppen hinauf, ohne ein Wort miteinander zu sprechen (ebd., 00:08:58).

Die Affordanzen werden aber nicht nur nicht in ihrer intendierten Funktion genutzt, sondern auf eine Weise, die dieser diametral gegenüber steht. Statt zu einer nachbarschaftlich anmutenden Atmosphäre zu werden, wird die lichtdurchflutete und transparente Architektur des Gebäudes vom Geschäftsführer genutzt, um sich möglichst sichtbar in der Mitte des Gebäudes auf einer der Brücken zu platzieren, die eigentlich zur Förderung informeller Interaktion fernab der Arbeit entwickelt worden sind und damit Innovation fördern sollten (ebd., 00:06:23), um seine Neujahrsansprache vor den Beschäftigten zu halten – mit Vorstellung aller wichtigen Zahlen, Daten und Fakten für die Arbeit. Mit fast komischer Überspitzung zeigen diese Szenen, wie richtig die Annahme ist, dass Raum und Objekte kein Handeln determinieren (vgl. Hutchby, 2001). Die Architektur des neuen Gebäudes bleibt trotz aller Planung interpretationsoffen.

„Da sollen Möbel stehen, die wir aus dem Wohnbereich kennen, die wir aus der Küche kennen. Wir haben hier die Teeküchen, die Teeküchen sind gleichzeitig Postfächer. Also hier passiert das, was in der Nachbarschaft unten an der Haustüre passiert.“ (Losmann, 2011, 00:08:17)

Gleichzeitig versucht sich die Architektur des Gebäudes an einer Nivellierung der Grenzen der Privatsphäre, indem dort „Möbel stehen, die wir aus dem Wohnbereich kennen, die wir aus der Küche kennen“ (ebd., 00:08:17) – also dem räumlichen Zentrum der Privatsphäre (Habermas, 1990, S. 109). Diese Nivellierung der Grenzen der Privatsphäre manifestiert sich aber nicht nur in der Architektur von Gebäuden, sondern auch in Managementstrategien.

4.3 Grenzen der Privatsphäre

Eine Change Agentin beschreibt das Ziel ihrer Arbeit innerhalb des Betriebs wie folgt.

„Den kulturellen Wandel wirklich nachhaltig in die DNA jedes einzelnen Mitarbeiters bei uns entsprechend zu verpflanzen“ (Losmann, 2011, 01:04:44)

Auch wenn diese Aussage (so ist zumindest zu hoffen) metaphorisch gemeint ist, eröffnet sie einen tiefen Einblick in die Absichten und Annahmen der Unternehmensleitung. Eine Unternehmensleitung, die auf die DNA ihrer Beschäftigten zugreifen will – um bei dieser Metapher zu bleiben – hat die Grenze zur Privatsphäre schon längst hinter sich gelassen und versteht nicht nur diese als Arbeit, sondern selbst die Beschäftigten in ihrer Leiblichkeit. Mit dem Zugriff der Unternehmensleitung auf die Konstitution der Beschäftigten auf einer solch grundlegenden Ebene wird der Nährboden jeglicher Subjektivität unfruchtbar und damit auch jede Form betrieblicher Öffentlichkeit zur Farce.

Dass Beschäftigte Grenzen der Privatsphäre nivellierende Strategien aber keineswegs irritationslos hinnehmen, beweist nicht nur Fleming (2005), sondern auch dieser Dialog eines mitgefilmten Bewerbungsgesprächs.

HR-Managerin: „Was frustriert sie und wie verhalten Sie sich dann?“ (Losmann, 2011, 00:01:03)

Beschäftigter: „Komische Frage.“ (ebd., 00:01:09)

4.4 Ausblick

Dieser knappe Beitrag konnte die im Vorfeld besprochenen Phänomene durch Verweis auf und Analyse von entsprechenden Filmszenen illustrieren. Dabei hat sich gezeigt, wie eng die räumliche Gestaltung mit den Kategorien der Öffentlichkeit verzahnt ist. Analysen betrieblicher Öffentlichkeiten bleiben unvollständig, solange eine Untersuchung räumlicher Affordanzen, ihrer Herstellung und Interpretationen ausbleibt.

Außerdem konnten Irritationen der Beschäftigten beobachtet werden, wenn durch die Unternehmensleitung die Grenzen ihrer Privatsphäre tangiert wurden, wie auch eine planerisch ungewünschte Nutzung räumlicher Affordanzen. Die Aufgabe einer kritischen Arbeitssoziologie muss also weiterhin die Analyse widerständiger Praktiken bleiben und damit auch eine weitere Ausarbeitung des Potenzials und der notwendigen – auch räumlichen – Bedingungen betrieblicher Öffentlichkeiten als „Instrument zur Entlarvung der Herrschaft“ (Fraser, 2009, S. 148).

Literatur

- Brinkmann, U., & Heiland, H. (2021). Rationalisierung statt Rationalität – Betriebliche Öffentlichkeiten zwischen Reifeudalisierung und Revitalisierung. *Leviathan*, 115–136. <https://doi.org/10.5771/9783748912187-115>
- Fayard, A.-L., & Weeks, J. (2007). Photocopiers and Water-coolers: The Affordances of Informal Interaction. *Organization Studies*, 28(5), 605–634. <https://doi.org/10.1177/0170840606068310>
- Fleming, P. (2005). Workers' Playtime? *The Journal of Applied Behavioral Science*, 41, 285–303. <https://doi.org/10.1177/0021886305277033>
- Fraser, N. (2009). Theorie der Öffentlichkeit. In H. Brunkhorst, R. Kreide, & C. Lafont (Hrsg.), *Habermas-Handbuch* (S. 148–155). Metzler.
- Gibson, J. J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Houghton Mifflin.
- Habermas, J. (1990). *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. (17. Aufl.). Suhrkamp.
- Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology-the Journal of The British Sociological Association - SOCIOLOGY*, 35, 441–456. <https://doi.org/10.1017/S0038038501000219>
- Lederle, J. (2012). *Work Hard—Play Hard*. *filmdienst.de*. <https://www.filmdienst.de/film/details/539539/work-hard-play-hard#%C3%BCberblick>
- Löw, M. (2001). *Raumsoziologie* (10. Aufl.). Suhrkamp.
- Losmann, C. (Regisseurin). (2011). *Work Hard—Play Hard* [Dokumentation].
- Riehl, W. H. (1889). *Die Familie* (10. Aufl.). Stuttgart: Cotta.
- Spradley, J. P. (1979). *The Ethnographic Interview*. Holt, Rinehart and Winston. <https://books.google.de/books?id=XP5\ AAAAMAAJ>
- Trevelyan, G. M. (1948). *Kultur- und Sozialgeschichte Englands*. Hamburg: Claassen & Goverts.