

Stefan Udelhofen

Über Computerkästen in Cafés. Räumlich-materielle Anordnungen und symbolische Ordnungen von Internetcafés zwischen 1991 und 2003

2019

<https://doi.org/10.25969/mediarep/3959>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Udelhofen, Stefan: Über Computerkästen in Cafés. Räumlich-materielle Anordnungen und symbolische Ordnungen von Internetcafés zwischen 1991 und 2003. In: Christina Bartz, Timo Kaerlein, Monique Miggelbrink u.a. (Hg.): *Gehäuse: Mediale Einkapselungen*. Paderborn: Fink 2019 (Schriftenreihe des Graduiertenkollegs "Automatismen"), S. 53–69. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/3959>.

Erstmals hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:466:2-33633>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

STEFAN UDELHOFEN

ÜBER COMPUTERKÄSTEN IN CAFÉS.
RÄUMLICH-MATERIELLE ANORDNUNGEN
UND SYMBOLISCHE ORDNUNGEN VON INTERNETCAFÉS
ZWISCHEN 1991 UND 2003

Digital networks had begun as collections of large, expensive boxes connected by cheap wires. But over time the boxes got smaller, cheaper, and more numerous, while the wires remained much the same.¹

Köln-Ehrenfeld, im März 2016. Schriftzüge und Hinweisschilder in diversen orthografischen Spielarten weisen auf ein geflissentlich ignoriertes Zwischenspiel der jüngeren Mediengeschichte hin. Von der Subbelrather Straße fällt der Blick durch die Fensterfront eines Internetcafés auf die seitlich zur Fassade positionierten und die visuelle Ordnung des überschaubaren Raums prägenden sechs LCD-Bildschirme mit Webcam, Kopfhörer, Tastatur und Maus sowie die unter den von Gebrauchsspuren gezeichneten Tischen platzierten Computergehäuse. Periphere Geräte wie Drucker und Scanner stehen zentralisiert auf der Theke gegenüber der Fensterfront, wo zudem ein obligatorisches Angebot an Süß- und Tabakwaren zu finden ist. Zwischen den Bildschirmplätzen suggerieren viel zu niedrige Trennwände einen Hauch von Privatsphäre, doch weder vorbeilaufenden PassantInnen noch dem Mitarbeiter hinter der Theke bleibt verborgen, was sich im Laufe eines Tages auf den Bildschirmen abspielen wird: E-Mails werden geschrieben, im World Wide Web wird gesurft, Konversationen über Skype werden geführt. Auch Textverarbeitung und Dateibetrachter kommen ein ums andere Mal zum Einsatz, und sei es nur, um kurz etwas auszudrucken. Wenige Monate später sind die Computerplätze aus dem buchstäblichen Schaufenster verschwunden und finden sich im hinteren Bereich als eher schmuckloses Beiwerk in zwei Tischreihen angeordnet, zwischen denen eine Gasse die dahinter liegenden Lagerräume und sanitären Einrichtungen erreichbar macht. Die Verschiebung hat Konsequenzen. Es erfolgt nun eine klarere Trennung zwischen Mediengebrauch im hinteren und alltäglichem Kleinkonsum im vorderen Bereich. Zudem legt die neue räumliche Disposition um die hier öffentlich auf- und ausgeführten medialen Praktiken neue

¹ William J. Mitchell, *Me++*, *The Cyborg Self and the Networked City*, Cambridge, MA, London, 2003, S. 1.

„Ringe von Privatheit“². Flüchtigen Blicken von außen oder derer, die den Raum nur kurz zum Kauf von Zigaretten oder Getränken betreten, offenbaren sich nur noch die Rückseiten der Bildschirme. Was sich auf diesen abspielt, bleibt hingegen im Verborgenen.³

Nach wie vor gehören Internetcafés zum selbstverständlichen Inventar des städtischen Raums. Doch vornehmlich erinnern sie als Relikte an eine noch gar nicht lange zurückliegende Zeit, in der weder der private Internetanschluss in den eigenen vier Wänden noch die Verbreitung mobiler Medien bereits alltäglich waren. In den 1990er-Jahren als „Ausdruck einer neuerliche[n] Modernisierung“⁴ der Gesellschaft adressiert und zum „Paradigma für die grundlegende Umgestaltung der Kommunikationstechnologien und -techniken erhoben“⁵, kündigte sich mit ihnen der Umbau eines medialen Dispositives als räumliche Disposition an.⁶ Ein zeitgenössisches Glossar subkultureller Phänomene und Begriffe weist auf ihren Stellenwert als Erfahrungs- und Erprobungsorte einer noch weitgehend unbekanntem, neuen Medientechnik sowie einer damit verbundenen Bedeutungsverschiebung des Mediengebrauchs hin: „Cybercafés add a social dimension to what is typically a solitary pastime, and provide one of the few public spaces where the uninitiated can explore the Internet.“⁷ Bereits Anfang der 2000er-Jahre hingegen attestiert William J. Mitchell ihnen eine eher kurze Karriere als vorübergehend konsolidierte architektonische Nebenprodukte im Horizont einer umfassenderen medialen Erfolgsgeschichte: „They would go the way of other hopeful space mutations [...] which had emerged in response to particular technological conditions and were left behind by further technological change.“⁸

² Robert Schmidt, *Soziologie der Praktiken. Konzeptionelle Studien und empirische Analysen*, Berlin, 2012, S. 132.

³ Auf die methodischen Schwierigkeiten einer empirischen orts- und situationsgebundenen Medienforschung kann an dieser Stelle nicht eingegangen werden. Der Artikel ist Teil eines größeren Forschungsprojektes zur Geschichte und Geschichtsschreibung von Internetcafés als Räumlichkeiten des Mediengebrauchs.

⁴ Peter Seibert, „Ästhetischer Geselligkeitsraum: Romantischer Salon, Literatencafé, Cyber-Kommunikation“, in: Silvio Vietta/Dirk Kemper (Hg.), *Ästhetische Moderne in Europa. Grundzüge und Problemzusammenhänge seit der Romantik*, Paderborn, 1997, S. 361-380: 361.

⁵ Ebd.

⁶ Zum Begriff des Umbaus vgl. Irmela Schneider/Cornelia Epping-Jäger, „Einleitung. Allgemeine Anmerkungen“, in: dies. (Hg.), *Formationen der Mediennutzung III. Dispositive Ordnungen im Umbau*, Bielefeld, 2008, S. 7-13.

⁷ Nathaniel Wice/Steven Daly, *Alt.Culture. An A-to-Z Guide to the '90s – Underground, Online, and Over-the-Counter*, New York, 1995, S. 53.

⁸ Mitchell (2003), *Me++*, S. 153. Mitchell konstatiert dies für die USA und erwähnt zudem abweichende Entwicklungen in Südkorea, Indien und China. Die nachfolgenden Überlegungen beziehen sich geografisch-geopolitisch bereits mit dem einleitenden Beispiel auf den deutschsprachigen Raum, ohne vorhergehende Entwicklungen in den USA und Großbritannien ausblenden zu können. Vorliegende empirische Studien zu Internetcafés haben stets die Lokalität und Kontextgebundenheit dieser Einrichtungen betont. Vgl. etwa Nina Wakeford, „The Embedding of Local Culture in Global Communication: Independent Internet Cafés in London“, in: *New Media & Society* 5, 3 (2003), S. 379-399. Für eine jüngere Studie aus dem globalen

Dieser Geschichte liegt auch eine Geschichte der medientechnischen Boxen, Kästen und Gehäuse sowie der verbindenden Kabel – beides bei Mitchell im Paradigma des „ubiquitous computing“⁹ bereits im Verschwinden begriffen – als sichtbaren Bestandteilen einer ansonsten unsichtbaren medialen Infrastruktur zugrunde. Im einleitenden Beispiel wird insofern nicht nur die Gleichzeitigkeit ungleicher Entwicklungen vor Augen geführt, sondern zudem auf die „für Medien wie Architekturen gleichermaßen bedeutsame Relation von Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit“¹⁰ sowie eine „Verschränkung von Materiellem und Symbolischem“¹¹ hingewiesen. Die dortige Platzierung von Computerkästen konstituiert eine räumliche Schnittstelle des Mediengebrauchs und ermöglicht die Zirkulation von Personen, Dingen und Nachrichten.¹² Die spezifische Anordnung der Gehäuse eröffnet den menschlichen Körpern und sozialen Interaktionen vor Ort konkrete „Bewegungsräume und Blickweisen“¹³. Im vorgestellten Fall sind Inneneinrichtung, Möblierung und Gestaltung vornehmlich zweckorientiert. Allenfalls noch das Kompositum, mit dem sich Internetcafés „schon von ihrem Namen her in eine lange Tradition von Geselligkeit [...] stellen“¹⁴, weist auf eine kulturgeschichtliche Nähe oder Verwandtschaft zum Café oder Kaffeehaus hin, die prägend für die Diskursivierung von Internetcafés in den 1990er-Jahren war.

Süden siehe etwa Jenna Burrell, *Invisible Users. Youth in the Internet Cafés of Urban Ghana*, Cambridge, MA, London, 2012.

- ⁹ Vgl. Mitchell (2003), *Me++*, S. 2 f. Zum „ubiquitous computing“-Paradigma vgl. Mark Weiser, „The Computer for the 21st Century“, in: *Scientific American* 265, 3 (1991), S. 94-104, an dessen drei Wellen des Computerzeitalters (Mainframe, Personal Computer, „ubiquitous computing“) sich Mitchell orientiert. Zur Diskussion vgl. auch Paul Dourish/Genevieve Bell, *Divining a Digital Future. Mess and Mythology in Ubiquitous Computing*, Cambridge, MA, London, 2011. Zu Boxen und Kabeln als Elementen von Infrastrukturen vgl. bereits Rob Kling, „Behind the Terminal: The Critical Role of Computing Infrastructure in Effective Information Systems’ Development and Use“, in: William W. Cotterman/James A. Senn (Hg.), *Challenges and Strategies for Research in System Development*, New York, NY, 1992, S. 153-201. Vgl. auch den Beitrag von Till A. Heilmann in diesem Band.
- ¹⁰ Gabriele Schabacher, „Unsichtbare Stadt. Zur Medialität urbaner Architekturen“, in: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 12, 1 (2015), S. 79-90: 79.
- ¹¹ Ebd., S. 81.
- ¹² Annika Richterich/Gabriele Schabacher, „Raum als Interface. Einleitung“, in: dies. (Hg.), *Raum als Interface*, Siegen, 2011, S. 7-19.
- ¹³ Joachim Fischer/Heike Delitz, „Die ‚Architektur der Gesellschaft‘. Einführung“, in: dies. (Hg.), *Die Architektur der Gesellschaft. Theorien für die Architektursoziologie*, Bielefeld, 2009, S. 9-17: 12. Zu Logistik und Ästhetik als Dimensionen von Architektur vgl. Susanne Hauser/Christa Kamleithner/Roland Meyer (Hg.), *Architekturwissen. Grundlagentexte aus den Kulturwissenschaften. Zur Ästhetik des Raumes*, Bd. 1, Bielefeld, 2011; Dies. (Hg.), *Architekturwissen. Grundlagentexte aus den Kulturwissenschaften. Zur Logistik des Raumes*, Bd. 2, Bielefeld, 2013.
- ¹⁴ Seibert (1997), *Ästhetischer Geselligkeitsraum*, S. 361.

Ebenso wie bei der Domestizierung „der Computer als ‚großer grauer K[ä]sten“¹⁵ im privaten Haushalt wurden neben logistischen auch ästhetische Aspekte bei deren Platzierung in gastronomischen Umgebungen diskutiert. So weisen Anne Sofie Læggran und James Stewart Anfang der 2000er-Jahre im Rahmen einer ethnografischen Vergleichsstudie schottischer und norwegischer Internetcafés zunächst auf eine grundlegende gestalterische Diskrepanz hin: „The artefacts of the computer; functionally-designed grey boxes, are not easily fitted into a café interior.“¹⁶ Im Weiteren arbeiten sie den Zusammenhang von Einrichtungsgestaltung und Mediengebrauch als Zusammenspiel oder „configurations“¹⁷ aus sozialen, technischen und symbolischen Elementen heraus und betonen nicht zuletzt die Pluralität der räumlich-materiellen Anordnungen und symbolischen Ordnungen von Internetcafés als Gebrauchskontexten.

Hieran anschließend wird die nachfolgende kleine Einrichtungsgeschichte die Relation von Gehäuse und Gastronomie auf ihrer zeithistorischen Verlaufsbahn genauer verfolgen und zunächst am Fallbeispiel des *SF Net Coffeehouse Network* die Platzierung und Implementierung von Computern als neuen „Elemente[n] architektonischer Medien“¹⁸ diskutieren. Hierbei wird gezeigt, wie eigens hergestellte Tische als Gehäuse zweiter Ordnung die Übersetzung einer neuen Medientechnik in einer gastronomischen Umgebung ermöglichten und zur Stabilisierung der hier entstandenen „Culture of Computing“¹⁹ als temporärer Praxisgemeinschaft beitrugen. Anschließend wird eine These Christoph Grafes aufgegriffen, der im räumlichen Arrangement von Bars und Cafés immer auch sozio-ökonomische und kulturelle Wandlungsprozesse repräsentiert und reflektiert sieht.²⁰ Ein sich in der konstitutiven Phase der 1990er- und frühen 2000er-Jahre organisierender Diskurs um die Reprä-

¹⁵ Jutta Röser/Corinna Peil, „Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft: Internetnutzung im häuslichen Alltag“, in: dies./Tanja Thomas (Hg.), *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*, Wiesbaden, 2010, S. 220-241: 229.

¹⁶ Anne Sofie Læggran/James Stewart, „Nerdy, Trendy or Healthy? Configuring the Internet Café“, in: *New Media & Society* 5, 3 (2003), S. 357-377: 366 f.

¹⁷ Læggran und Stewart schließen beim Begriff der Konfiguration an designtheoretische Überlegungen aus dem Umfeld der Actor-Network-Theory (ANT) an, vgl. Steve Woolgar, „Configuring the User: The Case of Usability Trials“, in: John Law (Hg.), *A Sociology of Monsters. Essays on Power, Technology and Domination*, London, New York, NY, 1991, S. 57-102; vgl. ähnlich Schmidts „rhetorisch-materielle Konfigurationen“ des Büros in ders. (2012), *Soziologie der Praktiken*, S. 132.

¹⁸ Wolfgang Schäffner, „Elemente architektonischer Medien“, in: *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 1, 1 (2010), Schwerpunkt: Kulturtechnik, hg. v. Lorenz Engell und Bernhard Siegert, S. 137-149: 138.

¹⁹ Susan Leigh Star, „Introduction“, in: dies. (Hg.), *The Cultures of Computing*, Oxford, Cambridge, 1995, S. 1-28.

²⁰ Christoph Grafe, „The Architecture of Cafés, Coffee Houses and Public Bars“, in: ders./Franziska Bollerey (Hg.), *Cafés and Bars. The Architecture of Public Display*, additional research by Charlotte van Wijk, New York, NY, London, 2007, S. 4-41: 7.

sentativität der „surfing interiors“²¹ changiert zwischen einer Thematisierung von Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit der Medientechniken und reflektiert ihre Entwicklung vom kulturellen Ereignis zum selbstverständlichen Gebrauchsgegenstand im Horizont der New Economy als prosperierender ökonomischer Episode. Drittens und eher perspektivisch werden die Ablösung stationärer Gehäuse im Zuge der Verbreitung von Wireless LAN ab Anfang der 2000er-Jahre und die in Abgrenzung zu Internetcafés als WiFi- oder WLAN-Cafés entstehenden Arrangements diskutiert. Das Verschwinden der Gehäuse wird hier zum Ausdruck einer weitergehenden Verschiebung kollektiv-öffentlicher zu individuell-privaten Gebrauchsweisen und zeigt zugleich gesellschaftliche Differenzierungen und Sozialverhältnisse an, die abschließend zum einleitenden Beispiel zurückführen.

Platzieren. Gehäuse als Hilfsmedien

Eine Geschichte von Internetcafés *avant la lettre* lässt sich zunächst mit einem selbstverständlichen gastronomischen Einrichtungsgegenstand beginnen. Im Juli des Jahres 1991 wurden in verschiedenen Bars und Cafés der San Francisco Bay Area mit Namen wie *The Horseshoe*, *Brain Wash*, *Ground Zero* oder *Muddy Waters* neue Tische platziert, die wie üblich als Schreibunterlage oder Träger für Speisen und Getränke dienen konnten.²² Doch nicht erst auf den zweiten Blick dürfte den BesucherInnen der in der Mitte eingelassene Bildschirm aufgefallen sein. Durch das Drehen einer Klappe wurde eine integrierte Tastatur sichtbar und nach Einwurf eines Vierteldollars in den dafür vorgesehenen Münzschlitz ihr Gebrauch als Computerterminal für vier Minuten möglich, „during which you can hook into the internet and send a message to Moscow, say, or chat electronically with customers in other wider-up San Francisco cafés“²³, wie es in der Zeitschrift *Fortune* hieß.²⁴ Doch die Verbindung hinter den erst jüngst gefallenem Eisernen Vorhang war ebenso wie der Zugang zum Internet eher nebensächlich. Primär wurde über das von 1991 bis 1997 bestehende *SF Net Coffeehouse Network* (im Folgenden: *SFNet*), eines der ge-

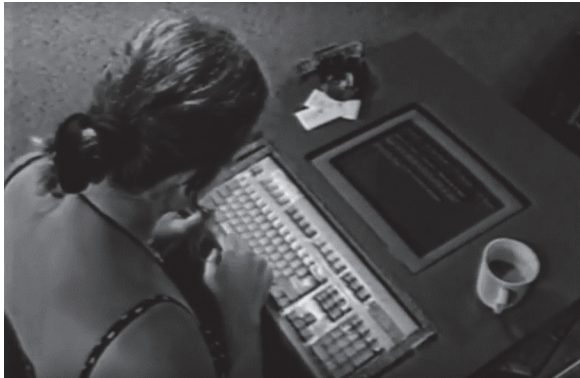
²¹ Sergio Costa Duran (Hg.), *Cybercafés: Surfing Interiors/Espacios para Navegar*, Barcelona, 2007.

²² Zum Tisch als Medium vgl. Walter Seitter, *Physik der Medien. Materialien, Apparate, Präsentierungen*, Weimar, 2002, Kap. 5.

²³ Jennifer Reese, „Café Society via Internet“, in: *Fortune* 128, 9 (1993), S. 11-14: 11.

²⁴ Die Anzahl der teilnehmenden Kaffeehäuser in der Bay Area erweiterte sich von zu Beginn fünf sukzessive auf 20. Ausgespart werden muss an dieser Stelle eine längere Geschichte (halb-)öffentlicher Computerterminals, die sich bis zum Community Memory Project an der University of Berkeley in den 1970er-Jahren zurückführen ließe. Vgl. Stefan Höltgen, „All Watched Over by Machines of Loving Grace“. Öffentliche Erinnerungen, demokratische Informationen und restriktive Technologien am Beispiel der ‚Community Memory‘“, in: Rámon Reichert (Hg.), *Big Data: Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie*, Bielefeld, 2014, S. 385-403.

rade in den 1970er- und 1980er-Jahren zahlreichen privat betriebenen Bulletin Board Systems (BBS) miteinander kommuniziert.²⁵ Während das SFNet operativ ein lokales Phänomen blieb, wurde es doch weit über San Francisco hinaus publizistisch begleitet, gelangte in der wissenschaftlichen Diskussion jedoch nicht über den Stellenwert einer Anekdote hinaus.²⁶ Aufgrund seines rein textbasierten Angebots und der bereits von Beginn an veralteten, aus Kostengründen verbauten Computertechnik war es zudem nur von kurzer Dauer, wurde retrospektiv aber zu einem wichtigen Bindeglied in der Wahrnehmung vernetzter Computer und sozialer Netzwerke.



1 – Das Tisch-Gehäuse des SFNet erlaubt den Gebrauch eines Bulletin-Boards und dient zugleich als Ablage für Getränke oder sonstige Utensilien

„SFNet is innovative in several ways, but most notably in that it brings the activity and culture of bulletin boards to a group that wouldn't ordinarily encounter it“²⁷, weist das *Boardwatch Magazine* auf die Rekrutierung neuer Nutzergruppen als Träger medialer Praktiken, quer zu diversen sozialen Milieus, hin. Wayne Gregori, Initiator und Betreiber des SFNet, bringt dies auf eine griffige Inklusionsformel: „We just put [computers] where people can use them“²⁸. Diese sich vor Ort sowie online, auch im Austausch mit frühen Heim-

²⁵ „Erst als das Datennetz Mitte der 1990er Jahre sukzessive vom Telefonnetz abgekoppelt wird, endet auch die Ära der kleinen Netze und werden soziale Netzwerke zu Anwendungen, die auf Internet-Protokollen ablaufen.“ (Ebd., S. 401 f.) Zur Geschichte von Bulletin Board Systems vgl. etwa Michael A. Banks, *On the Way to the Web: The Secret History of the Internet and Its Founders*, Berkeley, CA, 2008.

²⁶ Brian A. Connery, „IMHO: Authority and Egalitarian Rhetoric in the Virtual Coffeehouse“, in: David Porter (Hg.), *Internet Culture*, New York, NY, London, 1996, S. 161-179; Barbara Kirshenblatt-Gimblett, „The Electronic Vernacular“, in: George E. Marcus (Hg.), *Connected. Engagements with Media*, Chicago, IL, 1996, S. 21-66.

²⁷ o. A., „SFNET – Coin Operated Bulletin Board Invades Coffee House Culture“, in: *Boardwatch Magazine* 7, May (1993), S. 65-69: 67.

²⁸ Wayne Gregori, zit. in: o. A., „New On-line Service Starts in San Francisco Restaurants“, in: *Communications Daily* 11, 156 (1991), S. 3-4: 3.

anwendern, konstituierende Praxisgemeinschaft wusste dabei „die angenehme Atmosphäre des Cafés und die prickelnde Anonymität der Mailbox“²⁹ zu verbinden. Das Computermagazin *SCREEN Multimedia* hob zudem hervor, dass hier ein emanzipatorisches Programm umgesetzt werde, über das Hacker und digitale Eliten seit Jahren lediglich theoretisch zu diskutieren wüssten³⁰, womit sich das SFNet zugleich in Abgrenzung zu kommerziellen Diensten wie America Online (AOL) und einer frühen digitalen Elitekultur auf *The WELL* positionierte.³¹

Für die Konstitution und Stabilisierung dieser Praxisgemeinschaft kommen den Tischen als zugleich mehr oder weniger mobilen wie unveränderlichen Gehäusen zentrale Übersetzungs- und Delegationsleistungen zwischen Medientechnik und MediennutzerInnen sowie der gastronomischen Umgebung zu. Die hier verbaute Medientechnik sowie der Münzbehälter waren unsichtbar im Sockel integriert und dem Zugriff der MediennutzerInnen weitestgehend entzogen. Das Terminal blieb in seiner Form konstant, konnte zugleich aber überall dort platziert werden, wo die Anbindung an die *kritischen* Infrastrukturen des Strom- und Telefonnetzes gewährleistet war. Eine bruch sichere Glasplatte über dem Bildschirm sowie eine leicht abzuwaschende Plastikaufgabe auf der Tastatur schützten vor Vandalismus und Beschmutzung, sollte es „zum Überschwappen des Temperaments respektive Getränks komm[en]“.³² Auch wurde die Sorge um die Medientechnik und deren Gebrauch an das Terminal delegiert und durch zusätzliche Hinweisschilder ergänzt, die mit einer Gebührenerhöhung bei Entfernung der als „keyboard condoms“ bezeichneten Plastikhüllen drohten.³³ In ihrer Wahrnehmung als „a stylish piece of furniture“³⁴ – und gerade nicht als „geeky computer“³⁵ – erbrachten die Tische darüber hinaus eine wesentliche Vermittlungsleistung, um die GastronomInnen zunächst vom Aufstellen des neuen medialen Angebots zu überzeugen. Neben einer Einnahmeteiligung wurde diesen in Aussicht gestellt, dass bei einem Misserfolg zumindest noch ein kostenloser, zusätzlicher Tisch erhalten bliebe, womit auch ein etwaiges Scheitern gestalterisch bereits antizipiert wurde. In den Bars und Cafés platziert, wird ein Vergleich zu bestehenden gastronomi-

²⁹ Jörg Schieb, „Statt Keksen nimmt man Daten zum Kaffee. Spaziergang durch San Franciscos Mailbox-Szene“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12.07.1994, S. T1.

³⁰ Vgl. o. A., „See you online“, in: *SCREEN Multimedia* 2, 3 (1994).

³¹ Gemeinsame Traditionslinien zur Counterculture zeigen sich für das SFNet nicht zuletzt durch die überwiegende Verteilung der Standorte im Haight-Ashbury-District San Franciscos. Zu *The WELL* und dem hier lediglich angerissenen Zusammenhang vgl. Fred Turner, *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago, IL, London, 2006.

³² o. A. (1994), See you online.

³³ Vorgeführt wird hier eine additive Logik diskursiver und materieller Handlungsanweisungen. Vgl. Bruno Latour, „Technology is Society Made Durable“, in: in: John Law (Hg.), *A Sociology of Monsters. Essays on Power, Technology and Domination*, London, New York, NY, 1991, S. 103-131.

³⁴ Gregori, zit. in: o. A. (1991), *New On-line Service Starts in San Francisco Restaurants*, S. 3.

³⁵ Ebd.

schen Zugangsangeboten bemüht: „Die Terminals fallen nicht mehr auf als ein Telefon und stören fast weniger als eine Jukebox oder ein Flipper. Ihnen haftet eher die Atmosphäre einer Zeitschriftenecke an – Interessierte suchen sie auf, um irgendetwas zum Zeitvertreib oder zur Weiterbildung zu entdecken.“³⁶

Arrangieren.

Internetcafés zwischen Erlebnisgastronomie und Servicearchitektur



2 – Die Platzierung von Röhrenbildschirmen wird zum sichtbaren Zeichen einer Umnutzung bestehender gastronomischer Einrichtungen, wie hier in München.

Beim SFNet noch Zusatzangebot, zeichnete sich ab Mitte der 1990er-Jahre im Horizont der New Economy die Konstitution von Internetcafés als spezifischen Gebrauchskontexten ab, und es entwickelte sich ein regelrechter Trend, „in sein Stammcafé zu gehen mit dem Ziel ‚überall hinzufahren‘“³⁷. Hiermit verbunden werden Fragen der Repräsentativität von Einrichtung und Möblierung, die mit einer allmählichen Professionalisierung und Ökonomisierung einhergehen. Zunächst eher unspektakuläre Einrichtungen wie „runde Tische mit Gartenstühlen, eine Kaffeebar, Kabelgewirr an den Wänden“³⁸, wie im Londoner *Cyberia*, in dessen Umfeld sich auch die Bezeichnung als Cyber- oder Internetcafé durchsetzte, waren erste Internetcafés in Deutschland. Umnutzungen bestehender gastronomischer Einrichtungen, in denen Desktop-Computer „auf Spanplatten in einem Nebenraum [eines] 250 Jahre alten Gast-

³⁶ o. A. (1994), See you online.

³⁷ Ulla Heise, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Bohne macht Kulturgeschichte*, Leipzig, 1996, S. 240.

³⁸ Emil Zopfi, „Das Cyberia Café will ein Weltkonzern werden“, in: *Die Zeit* vom 30.08.1996, online unter: <http://www.zeit.de/1996/36/cyberia.txt.19960830.xml>, zuletzt aufgerufen am 20.02.2016.

hofs“ platziert wurden, oder „neben häßlichen Bänken, die den früher dort gelegenen drittklassigen Tanzschuppen überlebt haben“³⁹ (vgl. Abb. 2).

Diese gestalterische Bricolage von EnthusiastInnen wurde alsbald durch professionellere Entwürfe erweitert: „For architects, cybercafés [...] have to be wrapped up in a package that balances comfort, familiarity, and techno-appeal“⁴⁰, fasst Ann C. Sullivan im Fachjournal *Architecture* die betreffende Gestaltungsaufgabe professioneller Architekturbüros zusammen. Je nach Zielgruppe und -setzung werden die neuen Medientechniken dabei mehr oder weniger prominent akzentuiert, indem diese von der Atmosphäre der Cafés überlagert („homestyle cafés look like living rooms“⁴¹) oder dezidiert ausgestellt werden, um die weitere individuelle und private Verbreitung voranzutreiben („showrooms [...] for the computer-buying public“⁴²). Mit Blick auf maximale infrastrukturelle Kompatibilität und Konnektivität erfordern zukünftige Innovationen und Weiterentwicklungen dabei bereits im Gestaltungsprozess, Berücksichtigung: „In the end, it was no more complicated than putting a plug in a wall. But you have to be able to plug in anything you want“⁴³, gibt die Architektin Patricia Seitz ihre eigene Erfahrung wieder. Die finanzielle Investition in elegantere Flach- anstelle der als klobig empfundenen Röhrenbildschirme blieb im Einzelfall abzuwägen.⁴⁴

Um eine harmonische Integration der Computerkästen zu gewährleisten, wird nach wie vor auf Gehäuse zweiter Ordnung als Verkleidungen in Form ‚alter‘ Medien und Materialien zurückgegriffen: „Nicht seelenlose Blechautomaten verstopfen die Gänge zwischen den Tischen, sondern historische Zapfsäulen, Fernseher und Radios beherbergen die Computer“⁴⁵, heißt es über eine Lokalität in Halle, die ihren Schwerpunkt auf den gastronomischen Aspekt der Einrichtungen zu legen sucht. Ein Bericht in der *Berliner Zeitung* über die Eröffnung eines Internetcafés in der Hauptstadt beschreibt eine „Empore aus

³⁹ o. A., „Großer Klatsch“, in: *Der Spiegel* 48, 44 (1995), S. 110.

⁴⁰ Ann C. Sullivan, „Wired on Java: Computers and Coffee Make for a High-Strung Mixture, but Architects are Finding a New Retail Niche in Designing Cybercafés“, in: *Architecture. The American Institute of Architects Journal* 86, 6 (1997), S. 116-121: 118; Stewart weist zudem auf Anleihen bei der Google-Architecture der 1940er- bis 1960er-Jahre hin, vgl. James Stewart, „Cafematics: The Cybercafé and the Community“, in: Michael Gurstein (Hg.), *Community Informatics. Enabling Communities with Information and Communications Technologies*, Hershey, London, 2000, S. 320-338.

⁴¹ Sullivan (1997), *Wired on Java*, S. 120.

⁴² Ebd., S. 120 f.

⁴³ Ebd., S. 120. Vgl. auch Jen Renzi, „Cyber Space. Nucreatives Designs a Stylish London Cyberlounge that Even a Technophobe Could Love“, in: *Interior Design* 8, November (2000), S. 88 und Ulf J. Froitzheim, „Endlich austoben. Die Online-Szene trifft sich jetzt außer Haus“, in: *Wirtschaftswoche* 50, 10 (1996), S. 148.

⁴⁴ Lægran/Stewart (2003), *Nerdy, Trendy or Healthy?*, S. 366. Ein Internetcafé in München, das seinen KundInnen den Zugang kostenlos zur Verfügung stellte, griff gar noch Mitte der 1990er-Jahre auf monochrome Monitore zurück.

⁴⁵ tp, „Mascarpone meets Multimedia“. *Gastronomie entdeckt das Internet*, in: *Immobilien Zeitung* 2, 15 (1996), S. 9.

Glas, unter der ein Meer grüner Scherben liegt“⁴⁶ sowie die „raffiniert in Tische aus edlem Holz eingelassen[en]“, flimmernden Bildschirme, die als gestalterisches Element hervorgehoben werden: „Grünes Neonlicht und leise Technosounds“ runden die atmosphärische Gestaltung ab. Zugleich wird die Möglichkeit erwähnt, einen „sichtverdeckten ‚Anfängerplatz‘“ aufzusuchen, womit MediennutzerInnen angesprochen werden, für die der Gang ins Café um die Ecke auch eine *rite de passage* im Umgang mit einer neuen Medientechnik ist.



3 – Der JAM-Store in der Kölner Innenstadt verbindet Gastronomie und Medientechnik. Das Computerterminal im Vordergrund wird durch ein Metallgehäuse geschützt.

Anders legt der JAM-Store in bester Kölner Innenstadtlage Wert darauf, dass „die Umstehenden auf großen Bildschirmen alles genau mitverfolgen [können]“⁴⁷, um so den Ereigniswert der neuen Medientechniken zu steigern. Von einem lokalen Architekturbüro im Auftrag des Künzelsauer Textilunternehmens *Mustang* gestaltet, vereint der JAM-Store als „neueste Variante von Erlebnisgastronomie“⁴⁸ auf zwei Etagen Medientechnik und Lifestyle und soll im Rahmen einer umfassenden Marketingstrategie des Unternehmens „[a]ls Multi-Event-Place [...] zukünftig Schnittstelle zwischen Waren- und Datenwelt sein“⁴⁹. Eine Gestaltung „nach den Leitbildern der Techno- und Hip-Hop-Generation“⁵⁰ mit sichtbaren Belüftungsrohren sowie unbearbeiteten Materialien

⁴⁶ Henriette Seyfferth, „Wir beamen uns zum Brandenburger Tor“, in: *Berliner Zeitung* vom 08.05.1998.

⁴⁷ Froitzheim (1996), *Endlich austoben*, S. 148.

⁴⁸ o. A. (1995), *Großer Klatsch*.

⁴⁹ sk, „Interaktiv. W.&L.T./JAM: Start mit Internet“, in: *Textilwirtschaft* 49, 32 (1995), S. 67. JAM steht als Akronym für Jeans And Music und bezeichnet eine Marketingstrategie des Unternehmens, die etwa auch zur Einrichtung einer Programmschiene beim Kölner Musiksender VIVA führte. Auch große Warenhausketten wie Karstadt und Kaufhof richteten Internetcafés als Teil einer auf Diversität angelegten Produktstrategie in ihren Filialen ein. Vgl. Froitzheim (1996), *Endlich austoben*.

⁵⁰ o. A., „Szene-Laden. Freundschaft fürs Leben“, in: *Handelsjournal. Das Wirtschaftsmagazin für den deutschen Einzelhandel* 4, 5 (1995), S. 12.

soll an Kulissen aus Musikvideos erinnern und verweist auf den Stellenwert einer globalen, US-amerikanischen Medienkultur sowie deren lokale Übersetzung. Diesen ökonomisch motivierten Versuchen der Etablierung einer neuen Form der Erlebnisgastronomie stehen allerdings auch skeptischere Stimmen gegenüber, die an die Einrichtungsgestaltung von Internetcafés sowie an das Internet als neue mediale Infrastruktur insgesamt „keine großen Erwartungen [stellen]“⁵¹. In einem Internetcafé in der Frankfurter Innenstadt sieht der Soziologe Christian Stegbauer „eher die Assoziation mit einem gepflegten Workstationraum mit Kaffeeauschank der Universität“⁵² geweckt, verweist auf dessen fehlende Auslastung und auf die Gefahr, dass die Gastronomie sich durch solche Angebote ihrer Funktion der informellen Kommunikation beraube.

In einem schwieriger werdenden Marktumfeld an der Schwelle zum 21. Jahrhundert treten gastronomische Aspekte zunehmend in den Hintergrund, stattdessen stehen eine Erhöhung der Kapazitäten und eine damit verbundene Bedeutungsverschiebung vom Erlebnis zum Service im Vordergrund. Paradigmatisch für diese Entwicklung sind die Filialen von „EasyEverything“ und später „EasyInternetcafés“, einem Schwesterunternehmen des *low cost carriers* „EasyJet“, die an städtischen Knotenpunkten in Europa und den USA hunderte von Plätzen fassen. In markantem Orange bringt ihre einheitliche Farbgebung die Corporate Identity des Unternehmens zum Ausdruck und spielt zugleich mit einer gestalterischen Nähe zu Fabriklofts als zentralen Orten der New Economy.⁵³ Die Computergehäuse verschwinden erneut hinter Holzverkleidungen, sichtbare Bestandteile bleiben Flachbildschirme sowie Maus und Tastatur, die nebeneinander gereiht die Kommunikationssituation um einen Tisch ebenso wie eine referenzielle Erlebnisarchitektur hinter sich lassen (vgl. Abb. 4). Die räumlich-materielle Anordnung repräsentiert eine instrumentelle Zweckgebundenheit des Mediengebrauchs und erinnert in ihrer Gestaltung an Servicearchitekturen, die „undekorierten Schuppen der entwickelten Dienstleistungsgesellschaft“⁵⁴, die vornehmlich auf einen mobilen, kurzfristigen und spontanen Mediengebrauch ausgelegt werden, primär das Abrufen von E-Mails.

⁵¹ Ute Süßbrich, „Cyber-Cafés in Frankfurt“, in: Ina-Maria Greverus/Johannes Moser/Heinz Schilling/Gisela Welz unter Mitarbeit von Kirsten Salein (Hg.), *Frankfurt am Main: Ein kulturanthropologischer Stadtführer*, Frankfurt/M., 1998, S. 301-313: 304.

⁵² Christian Stegbauer, *Euphorie und Ernüchterung auf der Datenautobahn*, Frankfurt/M., 1996, S. 98.

⁵³ Vgl. Mathias Stuhr, *Mythos New Economy. Die Arbeit an der Geschichte der Informationsgesellschaft*, Bielefeld, 2010, S. 161 ff.

⁵⁴ Nikolaus Kuhnert/Anh-Linh Ngo, „Servicearchitekturen. Von Korridoren und Black Boxes, Big Boxes und logistischen Landschaften“, in: *Arch+ Zeitschrift für Architektur und Städtebau* 45, 205 (2012), S. 10-11: 10.



- 4 – In Reihen platzierte Flachbildschirme und die hinter Holzverkleidungen verschwundenen Computer sind kennzeichnend für die Filialen von *EasyEverything*, wie hier in München.

Mobile Gehäuse

„The internet in a cup“ überschreibt die britische Wochenzeitschrift *The Economist* im Dezember 2003 einen Artikel, der zu Internetcafés bereits kein Wort mehr verliert, aber doch deren medienkulturellen Wandel anzeigt. Nach dem Zusammenbruch der New Economy sei in „modern-day coffeeshops“ mit dem Web 2.0 nun eine „wireless fidelity“⁵⁵ eingekehrt, die den Zugang zur medialen Infrastruktur zum zumeist kostenlosen Serviceangebot in Filialen von Fast-Food- und Kaffeehaus-Ketten sowie einer Vielzahl geschmacklich-gemütlich oder puristisch-futuristisch eingerichteter Szenecafés macht (vgl. Abb. 5).⁵⁶



- 5 – Die Ablösung stationärer Computer durch Laptops führt zu einer flexibleren räumlichen Disposition.

⁵⁵ o. A., „The Internet in a Cup“, in: *The Economist* 369, 8355 (2003), S. 88-90: 90.

⁵⁶ Vgl. Mitchell (2003), *Me++*, S. 157 f.; Maren Hartmann, „The Changing Urban Landscapes of Media Consumption and Production“, in: *European Journal of Communication* 24, 4 (2009), S. 421-436; Laura Forlano, „WiFi Geographies: When Code Meets Place“, in: *The Information Society* 25, 5 (2010), S. 344-353.

Hiermit verbunden ist ein Verschwinden der stationären Computer, die durch mobile und handlichere Gehäuse in Form von Laptops substituiert werden, die von den MediennutzerInnen bei Bedarf selbst mitgebracht werden müssen. Sorgen um Beschädigung oder Beschmutzung der Medientechniken werden an die MediennutzerInnen delegiert, womit gesonderte Vorsichtsmaßnahmen hardwareseitig obsolet werden. Kabel und Stecker sind verschwunden, keine „klotzigen PC-Bildschirme“⁵⁷ stören das Ambiente mehr, die Umgebung wird als „gut für die Kreativität“⁵⁸ empfunden, ohne dass auf die notwendige Konnektivität verzichtet werden müsste. Andere Gäste äußern hingegen Unmut gegenüber den störenden LaptopnutzerInnen, für die wiederum ein Fehlen von Steckdosen zum kritischen Faktor wird, der Aushandlungsprozesse in Gang setzt.⁵⁹ Die Diskursivierung der veränderten räumlichen Disposition erfolgt primär mit Bezug auf die Arbeitswelt, etwa in Charakterisierungen als „Besprechungsraum“⁶⁰, und WLAN-Cafés werden zu „Symbole[n] neuer Arbeitsformen“⁶¹. Kulturgeschichtliche Verwandtschaftsverhältnisse werden aufgerufen, um sich von konventionellen Internetcafés dezidiert abzugrenzen: „Das, bitte schön, ist Kaffeehauskultur, probieren Sie das [eine Geschäftsbesprechung; S. U.] einmal in irgendeinem Internetcafé, wo alle in Reihen aufgefädelt sitzen und in ihren Bildschirm glotzen“⁶², zieht der Geschäftsführer des Wiener Café Central ein überschwängliches Fazit. Zugleich ist auch die hier vollzogene soziale Differenzierung nicht zu übersehen. Die zunächst kollektiv-egalitäre Erfahrung und Erprobung einer neuen Medientechnik ist einem als selbstverständlich empfundenen, individualisierten und zwangsläufig auch privatisierten Mediengebrauch gewichen. Nicht zuletzt am Modell des verwendeten Laptops, der als Statussymbol sowie „Eintrittskarte und Aushängeschild der digitalen Bohème“⁶³ fungiert, werden diese sozialen Differenzierungen deutlich.

Die hier lediglich in Auszügen skizzierte historische Entwicklung von Computerkästen in Cafés lässt sich einerseits als zunehmende Miniaturisierung und Mobilisierung der Gehäuse als materieller Artefakte beschreiben, andererseits aber auch als fortschreitende Normalisierung, Individualisierung

⁵⁷ Thomas Azade, „Internet für Kaffeehaus-Hocker“, in: *Das Österreichische Industriemagazin* 10, 2 (2002), S. 82.

⁵⁸ Mirjam (33-jährige Grafikdesignerin), zit. in: Tanja Schwarzenbach, „Laptop Macchiato“, in: *Süddeutsche Zeitung* 66, 184 (2010), S. R2.

⁵⁹ Keith N. Hampton/Neeti Gupta, „Community and Social Interaction in the Wireless City: Wi-Fi Use in Public and Semi-Public Spaces“, in: *New Media & Society* 10, 6 (2008), S. 831-850: 843; vgl. auch Hartmann (2009), *Urban Landscapes*, S. 427.

⁶⁰ Schwarzenbach (2010), *Laptop Macchiato*, S. R2.

⁶¹ Iris Dzudek, „Coworking Space“, in: Nadine Marquardt/Verena Schreiber (Hg.), *Ortsregister. Ein Glossar zu Räumen der Gegenwart*, Bielefeld, 2012, S. 70-75: 70.

⁶² Azade (2002), *Internet für Kaffeehaus-Hocker*, S. 82.

⁶³ Holm Friebe/Sascha Lobo, *Wir nennen es Arbeit. Die digitale Bohème oder: Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung*, 3. Aufl., München, 2006, S. 152. Vgl. dazu auch den Begriff der „projektbasierten Polis“ bei Luc Boltanski/Ève Chiapello, *Der neue Geist des Kapitalismus*, Konstanz, 2003.

und Privatisierung einer erstmals neuen medialen Infrastruktur und des hier anschließenden Mediengebrauchs im öffentlichen Raum. Dass beide Narrative mit der Gleichzeitigkeit ungleicher Entwicklungen ebenso rechnen müssen wie mit einer Differenzierung und Stratifizierung medialer Praktiken, wie nicht nur das einleitende Beispiel aus Köln-Ehrenfeld gezeigt hat, bliebe als komplexe Thematik im Blick auf die Vergangenheit wie die Gegenwart noch weiter auszuarbeiten: „For any of the infrastructures of daily life – the electricity system, the water system, telephony, digital networking, or the rest – the mess is never far away.“⁶⁴

Literatur

- o. A., „Großer Klatsch“, in: *Der Spiegel* 48, 44 (1995), S. 110.
- o. A., „New On-line Service Starts in San Francisco Restaurants“, in: *Communications Daily* 11, 156 (1991), S. 3-4.
- o. A., „SFNET – Coin Operated Bulletin Board Invades Coffee House Culture“, in: *Boardwatch Magazine* 7, May (1993), S. 65-69.
- o. A., „Szene-Laden. Freundschaft fürs Leben“, in: *Handelsjournal. Das Wirtschaftsmagazin für den deutschen Einzelhandel* 4, 5 (1995), S. 12.
- o. A., „The Internet in a Cup“, in: *The Economist* 369, 8355 (2003), S. 88-90.
- Azade, Thomas, „Internet für Kaffeehaus-Hocker“, in: *Das Österreichische Industrie-magazin* 10, 2 (2002), S. 82.
- Banks, Michael A., *On the Way to the Web: The Secret History of the Internet and Its Founders*, Berkeley, CA, 2008.
- Boltanski, Luc/Chiapello, Ève, *Der neue Geist des Kapitalismus*, Konstanz, 2003.
- Burrell, Jenna, *Invisible Users. Youth in the Internet Cafés of Urban Ghana*, Cambridge, MA, London, 2012.
- Connery, Brian A., „IMHO: Authority and Egalitarian Rhetoric in the Virtual Coffee-house“, in: David Porter (Hg.), *Internet Culture*, New York, NY, London, 1996, S. 161-179.
- Dourish, Paul/Bell, Genevieve, *Divining a Digital Future. Mess and Mythology in Ubiquitous Computing*, Cambridge, MA, 2011.
- Duran, Sergio Costa (Hg.), *Cybercafés: Surfing Interiors/Espacios para Navegar*, Barcelona, 2007.
- Dzudek, Iris, „Coworking Space“, in: Nadine Marquardt/Verena Schreiber (Hg.), *Ortsregister. Ein Glossar zu Räumen der Gegenwart*, Bielefeld, 2012, S. 70-75.
- Fischer, Joachim/Delitz, Heike, „Die ‚Architektur der Gesellschaft‘. Einführung“, in: dies. (Hg.), *Die Architektur der Gesellschaft. Theorien für die Architektursoziologie*, Bielefeld, 2009, S. 9-17.
- Forlano, Laura. „WiFi Geographies: When Code Meets Place“. in: *The Information Society* 25, 5 (2010), S. 344-352.

⁶⁴ Dourish/Bell (2011), *Divining a Digital Future*, S. 4.

- Friebe, Holm/Lobo, Sascha, *Wir nennen es Arbeit. Die digitale Bohème oder: Intelligentes Leben jenseits der Festanstellung*, 3. Aufl., München, 2006.
- Froitzheim, Ulf J., „Endlich austoben. Die Online-Szene trifft sich jetzt außer Haus“, in: *Wirtschaftswoche* 50, 10 (1996), S. 148.
- Grafé, Christoph, „The Architecture of Cafés, Coffee Houses and Public Bars“, in: ders./Franziska Bollerey (Hg.), *Cafés and Bars. The Architecture of Public Display*, additional research by Charlotte van Wijk, New York, NY, London, 2007, S. 4-41.
- Hampton, Keith N./ Gupta, Neeti, „Community and Social Interaction in the Wireless City: Wi-Fi Use in Public and Semi-Public Spaces“, in: *New Media & Society* 10, 6 (2008), S. 831-850.
- Hartmann, Maren, „The Changing Urban Landscapes of Media Consumption and Production“, in: *European Journal of Communication* 24, 4 (2009), S. 421-436.
- Hauser, Susanne/Kamleithner, Christa/Meyer, Roland (Hg.), *Architekturwissen. Grundlagentexte aus den Kulturwissenschaften. Zur Ästhetik des Raumes*, Bd. 1, Bielefeld, 2011.
- Dies. (Hg.), *Architekturwissen. Grundlagentexte aus den Kulturwissenschaften. Zur Logistik des Raumes*, Bd. 2, Bielefeld, 2013.
- Heise, Ulla, *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Bohne macht Kulturgeschichte*, Leipzig, 1996.
- Höltgen, Stefan, „‘All Watched Over by Machines of Loving Grace’. Öffentliche Erinnerungen, demokratische Informationen und restriktive Technologien am Beispiel der ‚Community Memory‘“, in: Ramón Reichert (Hg.), *Big Data: Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie*, Bielefeld, 2014, S. 385-403.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara, „The Electronic Vernacular“, in: George E. Marcus (Hg.), *Connected. Engagements with Media*, Chicago, IL, 1996, S. 21-66.
- Kling, Rob, „Behind the Terminal: The Critical Role of Computing Infrastructure in Effective Information Systems’ Development and Use“, in: William W. Cotterman/James A. Senn (Hg.), *Challenges and Strategies for Research in System Development*, New York, NY, 1992, S. 153-201.
- Kuhnert, Nikolaus/Ngo, Anh-Linh, „Servicearchitekturen. Von Korridoren und Black Boxes, Big Boxes und logistischen Landschaften“, in: *Arch+. Zeitschrift für Architektur und Städtebau* 45, 205 (2012), S. 10-11.
- Lægran, Anne Sofie/Stewart, James, „Nerdy, Trendy or Healthy? Configuring the Internet Café“, in: *New Media & Society* 5, 3 (2003), S. 357-377.
- Latour, Bruno, „Technology is Society Made Durable“, in: John Law (Hg.), *A Sociology of Monsters. Essays on Power, Technology and Domination*, London, New York, NY, 1991, S. 103-131.
- Mitchell, William J., *Me++*. *The Cyborg Self and the Networked City*, Cambridge, MA, London, 2003.
- Reese, Jennifer, „Café Society via Internet“, in: *Fortune* 128, 9 (1993), S. 11-14.
- Renzi, Jen, „Cyber Space. Nucreatives Designs a Stylish London Cyberlounge that Even a Technophobe Could Love“, in: *Interior Design* 8, November (2000), S. 88.
- Richterich, Annika/Schabacher, Gabriele, „Raum als Interface. Einleitung“, in: dies. (Hg.), *Raum als Interface*, Siegen, 2011, S. 7-19
- Röser, Jutta/Peil, Corinna, „Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft: Internetnutzung im häuslichen Alltag“, in: dies./Tanja Thomas (Hg.), *Alltag in den Medien – Medien im Alltag*, Wiesbaden, 2010, S. 220-241.
- Schabacher, Gabriele, „Unsichtbare Stadt. Zur Medialität urbaner Architekturen“, in: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 12, 1 (2015), S. 79-90.

- Schäffner, Wolfgang, „Elemente architektonischer Medien“, *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 1, 1 (2010), Schwerpunkt: Kulturtechnik, hg. v. Lorenz Engell und Bernhard Siegert, S. 137-149.
- Schieb, Jörg, „Statt Keksen nimmt man Daten zum Kaffee. Spaziergang durch San Franciscos Mailbox-Szene“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12.07.1994, S. T1.
- Schmidt, Robert, *Soziologie der Praktiken. Konzeptionelle Studien und empirische Analysen*, Berlin, 2012.
- Schneider, Irmela/Epping-Jäger, Cornelia, „Einleitung. Allgemeine Anmerkungen“, in: dies. (Hg.), *Formationen der Mediennutzung III. Dispositive Ordnungen im Umbau*, Bielefeld, 2008, S. 7-13.
- Schwarzenbach, Tanja, „Laptop Macchiato“, in: *Süddeutsche Zeitung* 66, 184 (2010), S. R2.
- Seibert, Peter, „Ästhetischer Geselligkeitsraum: Romantischer Salon, Literatencafé, Cyber-Kommunikation“, in: Silvio Vietta./Dirk Kemper (Hg.), *Ästhetische Moderne in Europa. Grundzüge und Problemzusammenhänge seit der Romantik*, Paderborn, 1997, S. 361-380.
- Seitter, Walter, *Physik der Medien. Materialien, Apparate, Präsentierungen*, Weimar, 2002.
- Seyfferth, Henriette, „Wir beamen uns zum Brandenburger Tor“, in: *Berliner Zeitung* vom 08.05.1998.
- sk, „Interaktiv. W.&L.T./JAM: Start mit Internet“, in: *Textilwirtschaft* 49, 32 (1995), S. 67.
- Star, Susan Leigh, „Introduction“, in: dies. (Hg.), *The Cultures of Computing*, Oxford, Cambridge, 1995, S. 1-28.
- Stegbauer, Christian, *Euphorie und Ernüchterung auf der Datenautobahn*, Frankfurt/M., 1996.
- Steinau, Hans-Jürgen, „See you online“, in: *SCREEN Multimedia* 2, 3 (1994), S. 16-20.
- Stewart, James, „Cafematics: „The Cybercafé and the Community“, in: Michael Gurstein (Hg.), *Community Informatics. Enabling Communities with Information and Communications Technologies*, Hershey, London, 2000, S. 320-338.
- Stuhr, Mathias, *Mythos New Economy. Die Arbeit an der Geschichte der Informationsgesellschaft*, Bielefeld, 2010.
- Süßbrich, Ute, „Cyber-Cafés in Frankfurt“, in: Ina-Maria Greverus/Johannes Moser/Heinz Schilling/Gisela Welz, unter Mitarbeit von Kirsten Salein (Hg.), *Frankfurt am Main: Ein kulturanthropologischer Stadtführer*, Frankfurt/M., 1998, S. 301-313.
- Sullivan, Ann C., „Wired on Java: Computers and Coffee Make for a High-Strung Mixture, but Architects are Finding a New Retail Niche in Designing Cybercafés“, in: *Architecture. The American Institute of Architects Journal* 86, 6 (1997), S. 116-121.
- tp, „Mascarpone meets Multimedia“. Gastronomie entdeckt das Internet“, in: *Immobilien Zeitung* 2, 15 (1996), S. 9.
- Turner, Fred, *From Counterculture to Cyberculture. Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*, Chicago, IL, London, 2006.
- Wakeford, Nina, „The Embedding of Local Culture in Global Communication: Independent Internet Cafés in London“, *New Media & Society* 5, 3 (2003), S. 379-399.
- Weiser, Mark, „The Computer for the 21st Century“, in: *Scientific American* 265, 3 (1991), S. 94-104.

- Wice, Nathaniel/Daly, Steven, *Alt.Culture. An A-to-Z Guide to the '90s – Underground, Online, and Over-the-Counter*, New York, NY, 1995.
- Woolgar, Steve, „Configuring the User: The Case of Usability Trials“, in: John Law (Hg.), *A Sociology of Monsters. Essays on Power, Technology and Domination*, London, New York, NY, 1991, S. 57-102.
- Zopfi, Emil, „Das Cyberia Café will ein Weltkonzern werden“, auf: *Die Zeit* vom 30.08.1996, online unter: <http://www.zeit.de/1996/36/cyberia.txt.19960830.xml>, zuletzt aufgerufen am 20.02.2016.

ABBILDUNGSNACHWEISE

Stefan Udelhofen

Abb. 1 – <https://www.youtube.com/watch?v=A3ziomtaueI>, 0:29 min, zuletzt aufgerufen am 27.09.2016.

Abb. 2 – <http://web.archive.org/web/19980526201520/http://www.icafe.space.net.de/images/innen.jpg> vom 26.05.1998, zuletzt aufgerufen am 20.09.2016.

Abb. 3 – o. A., „Großer Klatsch“, in: *Der Spiegel* 48, 44 (1995), S. 110. Fotograf: F. Rogner/Netzhaut,

Abb. 4 – David Weigend, „Heimatgefühle im weltweiten Netz“, in: *Süddeutsche Zeitung* 57, 187 (2001), S. 9. Fotograf: Klaus Brenninger.

Abb. 5 – Tanja Schwarzenbach, „Laptop Macchiato“, in: *Süddeutsche Zeitung* 66, 184 (2010), S. R2. Fotografin: Alessandra Schellnegger.