

## Rezension

*Ulrich Deinet (Hrsg.) (2018): Jugendliche und die „Räume“ der Shopping Malls. Aneignungsformen, Nutzungen, Herausforderungen für die pädagogische Arbeit, mit aktuellen Studien aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, Soziale Arbeit und Sozialer Raum, Bd.4, Verlag Barbara Budrich*

---

„Unter der Hand wird Mc Donald’s zum meistfrequentierten Jugendhaus in Deutschland und die Shoppingmalls sind so interessant, dass selbst Jugendliche aus abgelegenen ländlichen Regionen am Wochenende Hunderte von Kilometern zurücklegen, um diese zu erreichen.“ (S. 119)

Ulrich Deinet befasst sich in seinem neuen Band mit der Bedeutung von Shopping Malls als neue Räume für Jugendliche. Eine von ihm durchgeführte Studie an 300 Jugendlichen in Deutschland zeigt auf, warum diese Räume bei den jungen Menschen so beliebt sind und was ihre Attraktionsmerkmale sind. Außerdem wird die Rolle der Offenen Jugendarbeit in diesen kommerziell ausgerichteten Orten diskutiert. Neben den Studienergebnissen kommen Gastautor\_innen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zu Wort.

Während es im englischsprachigen Raum, im Speziellen in den USA, schon eine differenziertere Auseinandersetzung mit der Thematik dieser (halb-)öffentlichen Räume gibt, beschäftigt sich die deutschsprachige Forschung erst seit ein paar Jahren damit.

Offene Jugendarbeit in der Shoppingmall wird in diesem Forschungsband aus unterschiedlichen teils widersprüchlichen Aspekten heraus betrachtet. Einerseits geht es um eine gute Erreichbarkeit Jugendlicher in einem wichtigen neuen Sozialraum und um ein „geschütztes“ für Jugendliche sehr anziehendes Setting, andererseits werden die Konzepte der Shoppingmalls und der Offenen Jugendarbeit als so gegensätzlich betrachtet, dass es kaum zu gelungenen Kooperationskonzepten zu kommen scheint. Konsens besteht aber darin, dass die Fachkräfte der Offenen Jugendarbeit das Setting Shoppingmall im Auge behalten sollten. Die Einkaufstempel beeinflussen und verändern den Sozialraum und damit die Lebenswelt der Jugendlichen so maßgeblich, dass sie von zeitgemäßer Jugendarbeit nicht ignoriert werden dürfen.

Offene Jugendarbeit in der Shoppingmall kann auf bewährte Methoden und Grundhaltungen zurückgreifen: Sozialraumarbeit, Partizipation und Beteiligung, sowie Bildungs- und Aneignungsorientierung. Auch hinsichtlich lokaler Bildungslandschaften, die in Deutschland weit fortgeschrittener sind als in Österreich, sind die (halb-)öffentlichen Räume der Einkaufszentren wichtige Orte.

Trotz der im Band skizzierten Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit zwischen Jugendarbeit und Mallmanagement wird ein gelungenes Kooperationsmodell von mobiler Jugendarbeit im Shoppingcenter genauer vorgestellt und diskutiert: LeoAction und LeoChill im Leo Center in Leonberg nahe Stuttgart. Während in

anderen Shoppingmalls der Kontakt zwischen Jugendarbeit – so sie darin aktiv ist – und Centermanagement sehr eingeschränkt bis konflikthaft ist, wird im Leo Center eine sehr gute Kooperation gepflegt. Das Erfolgskonzept dürfte laut Autor darauf beruhen, dass es sich nicht um ein rein sozialpädagogisches/sozialarbeiterisches Konzept handelt, sondern dass die Stadtverantwortlichen im Sinne einer Planung des Sozialraums miteingebunden sind – und das von Beginn des Projekts an. Für die Öffnung von Shoppingmalls für soziale Angebote im Bereich Jugendarbeit ist die öffentliche, politische Ebene der Kommune maßgeblich, konstatiert der Autor.

Ute Neumann, deutsche Stadtsoziologin, weist in ihrem Gastbeitrag daraufhin, dass sich Jugendliche in den Settings der Einkaufszentren urbane Kompetenz erwerben und spricht von einem Wandel von Straßen- zu Mallsozialisation.

Sebastian Rahn und Thomas Meyer stellen eine Typologie von jugendlichen Nutzer\_innen von Shoppingmalls auf: die spaßorientierten Residents, die Perspektivensuchenden, sowie die eventorientierten Touristen. Jeder Typus birgt eigene Interessen und Motive.

Martina Schorn, österreichische Sozial- und Jugendkulturforscherin, plädiert für ein Ablegen der kulturpessimistischen Sichtweise, die in der Shoppingmall „einen defizitären Raum und eine minderwertige Alternative zu den öffentlichen Freiräumen der Stadt“ sieht. Wichtig sei es die Qualitäten der neuen Räume als wesentliche Sozialisationsräume von jungen Menschen anzuerkennen. Erst dann wäre eine vorurteilsfreie zeitgerechte Sozialforschung möglich.

Alles in Allem stellt der Band einen gelungenen Einblick in die Thematik dar. Umfassend und multiperspektivisch werden die Pros und Kontras von Jugendarbeit im Setting Shoppingmall diskutiert. Eine gute Grundlage für Jugendarbeiter\_innen sich mit der Thematik fundiert auseinanderzusetzen, von den Erfahrungen anderer zu lernen und die eigene Haltung dazu zu entwickeln.