

Thomas Biskup/Marc Schalenberg (Hg.)

# Selling Berlin

Imagebildung und Stadtmarketing von der  
preußischen Residenz bis zur Bundeshauptstadt



Franz Steiner Verlag Stuttgart 2008

## Inhalt

<i>Thomas Biskup/Marc Schalenberg</i> Die Vermarktung Berlins in Gegenwart und Geschichte .....	9
--	---

### 1. Ambitionen in der Residenzstadt

<i>Melanie Mertens</i> „Unsern hiesigen Residentzien ... in mehreren Flor und Ansehen zu bringen“: Zur späten Bau- und Kunstpolitik von König Friedrich Wilhelm I. ....	25
---	----

<i>Daniel Schönpflug</i> Hymenaeus und Fama: Dynastische und stadtbürgerliche Repräsentation in den Hohenzollernhochzeiten des 18. Jahrhunderts .....	45
---	----

<i>Thomas Biskup</i> Auf Sand gebaut? Die „Boomstadt“ Berlin in der deutschen Öffentlichkeit um 1800 .....	59
--	----

<i>Marc Schalenberg</i> Berlin auf allen Kanälen: Zur Außendarstellung einer Residenz- und Bürger- stadt im Vormärz .....	77
---	----

<i>Esther Kilchmann</i> Die Doppelbödigkeit des biedermeierlichen Stadtbildes: Heinrich Heines <i>Briefe aus Berlin</i> .....	91
---	----

### 2. Repräsentation und Eigensinn in der Metropole

<i>Tilman von Stockhausen</i> Markenpolitik im 19. Jahrhundert: Die Berliner Museumsinsel als Public- Relation-Idee .....	107
---	-----

<i>Katja Zelljadt</i> Alt-Berlin in the Kaiserreich: History as Object of Consumption and Marketing Concept .....	117
---	-----

<i>Peter Fritzsche</i> Mass Culture and the Representation of Wilhelmine Berlin .....	135
--	-----

<i>Jan Rüger</i> Die Berliner Schnauze im Ersten Weltkrieg .....	147
---	-----

<i>Daniel Kiecol</i>	
Berlin und sein Fremdenverkehr: Imageproduktion in den 1920er Jahren .....	161
<i>Christian Saehrendt</i>	
Kriegserinnerung und Tourismus im Berlin der Zwischenkriegszeit .....	175
<i>Robert Graf</i>	
Die Inszenierung der „Reichshauptstadt Berlin“ im Nationalsozialismus .....	193

### 3. Profilierungen in der geteilten Stadt

<i>Stephanie Warnke</i>	
Mit dem Baedeker nach Ost-Berlin? Baustellen-Tourismus im Kalten Krieg (1945–1970) .....	211
<i>Alexander Sedlmaier</i>	
Berlin als doppeltes „Schaufenster“ im Kalten Krieg .....	227
<i>Hendrik Tieben</i>	
„Hauptstadt der DDR“, „Zukünftige Bundeshauptstadt“, „Europäische Stadt“, „Stadt der Avantgarde“ – Berlinbilder im Umfeld des 750-jährigen Stadtjubiläums 1987 .....	245
<i>Angela Borgwardt</i>	
Bild-Störungen: „Berlin, Hauptstadt der DDR“ als Ort staatlicher Repräsentation und kritischer Gegenbilder .....	261

### 4. Visionen und Erinnerungen

<i>Alexa Färber</i>	
Urbanes Imagineering in der postindustriellen Stadt: Zur Plausibilität Berlins als Ost-West-Drehscheibe .....	279
<i>Sybille Frank</i>	
Mythenmaschine Potsdamer Platz: Die wort- und bildgewaltige Entwicklung des „neuen Potsdamer Platzes“ 1989–1998 .....	297
<i>Thomas Albrecht</i>	
Die Neugestaltung Berlins zwischen Planungsprozeß und städtebaulicher Vision .....	321

*Volker Hassemer*

Stadtentwicklung und Stadtmarketing nach 1990 – die Perspektive eines  
kommunalen Verantwortungsträgers ..... 335

*David Midgley*

Berlin als Palimpsest ..... 345

English Abstracts ..... 359

Autorenverzeichnis ..... 365