

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 Rieger</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 Stadtbiläums 1987	245
<i>Angela Borgwardt</i>	
Bild-Störungen: „Berlin, Hauptstadt der DDR“ als Ort staatlicher Repräsen- tation 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

<i>Volker Hassemer</i> Stadtentwicklung und Stadtmarketing nach 1990 – die Perspektive eines kommunalen Verantwortungsträgers	335
<i>David Midgley</i> Berlin als Palimpsest	345
English Abstracts	359
Autorenverzeichnis	365