

## Inhalt

<b>1. Einleitung</b> .....	17
<b>1.1 Städtetourismus und Stadtraum</b> .....	17
<b>1.2 Raumbildende Funktionsprinzipien in der Touristenmetropole Berlin</b> .....	21
<b>2. Die steigende Bedeutung des Städtetourismus</b> .....	23
<b>2.1 Der weltweite Anstieg des Tourismus überhaupt</b> .....	23
2.1.1 Die Entwicklung des gegenwärtigen Tourismus in Abgrenzung zum Massentourismus .....	23
2.1.2 Definitionen von Tourismus im Wandel .....	25
<b>2.2 Städtetourismus als wichtige gegenwärtige Ausprägung des Tourismus</b> .....	28
2.2.1 Monofunktionalität und Multifunktionalität .....	28
2.2.2 Kulturtourismus und Motive der Städtetouristen .....	29
2.2.3 Lokale Touristen .....	32
<b>2.3 Die Entwicklung des gegenwärtigen Städtetourismus (in der Globalisierung)</b> .....	35
2.3.1 Zunehmender Verkehr und Billigflieger .....	35
2.3.2 Individualisierung und Erlebnisgesellschaft .....	36
2.3.3 Die Revitalisierung der europäischen Innenstädte .....	38
2.3.4 Wettbewerb der Städte und die Durchdringung von touristischem und urbanem Raum .....	39

<b>3. Städtetourismus – ein neues Forschungsfeld für Architektur und Planung</b> .....	43
<b>3.1 Raumwissenschaftliche Ansätze in der Tourismusforschung</b> .....	43
3.1.1 Wissenschaftsgeschichtliche Zusammenschau .....	43
3.1.2 Tourismus in Sozial-, Kulturwissenschaften und Geographie ...	46
3.1.3 Forschungslücke .....	50
<b>3.2 Das einseitige Interesse der Architekten und Planer am Tourismus</b> .....	51
3.2.1 Anti-Tourismus und die Abneigung gegen Disneyfizierung und Kommerz .....	51
3.2.2 Architektur-Tourismus und einzelne faszinierende Aspekte des Tourismus in der Fachliteratur .....	52
<b>3.3 Bestandsaufnahme: Die Akteure im Prozess der touristischen Raumbildung (aus planerischer Sicht)</b> .....	56
3.3.1 Touristen .....	56
3.3.2 Stadt sowie Privatwirtschaft und ihre verschiedenen Bezugsräume einer touristischen Destination .....	58
3.3.3 Die einseitigen Synergien zwischen räumlicher Planung und Destinationsmanagement .....	60
3.3.4 Das ungenutzte Potential des Städtetourismus .....	63
<b>3.4 Ziel, Methode, Untersuchungsgebiet und Forschungsfeld der vorliegenden Arbeit</b> .....	66
3.4.1 Ziel und Methode .....	66
3.4.2 Untersuchungsgebiet und anwendungsbezogene Relevanz .....	68
3.4.3 Forschungsumfeld .....	72

---

<b>4. Die stadträumliche Entwicklung der neuen Touristenmetropole Berlin</b> .....	75
<b>4.1 Berlin – Sonderfall einer zum Tourismusstandort gewandelten Stadt</b> .....	75
4.1.1 Städteräumlicher Wandel vom Industrie- zum Tourismusstandort .....	75
4.1.2 Der Sonderfall Berlin .....	79
4.1.3 Berlin als Untersuchungsbeispiel aktueller touristischer Forschungsarbeiten .....	80
4.1.4 Berlin-Tourismus in Zahlen .....	83
4.1.5 Easy-Jetter und andere Berlin-Besucher .....	86
<b>4.2 Räumliche Probleme und Herausforderungen der Touristenmetropole Berlin</b> .....	90
4.2.1 Tourismus-Konzepte in Berlin .....	90
4.2.2 Stadtplanerische Konzeptlosigkeit in Bezug auf den Tourismus .....	100
<b>5. Die Geschichte der baulich-räumlichen Entwicklungen und Veränderungen des Tourismus in Berlin, 1647–2009</b> .....	107
<b>5.1 Die Residenz: Entstehung des historischen touristischen Zentrums (bis 1870)</b> .....	112
5.1.1 Die ersten repräsentativen Räume in Berlins Mitte: früher urbaner Glanz .....	112
5.1.2 Die ersten Ausflugsorte der Residenzstadt .....	117
<b>5.2 Der Ausbau des historischen touristischen Zentrums und die Erweiterung nach Westen (1871–1918)</b> .....	125
5.2.1 Verschönerung der historischen Stadt. Neue Symbole und Ensembles der Reichshauptstadt .....	127

5.2.2	Die Grand Hotels unter den Linden und um den Tiergarten	133
5.2.3	Die neue Erreichbarkeit des Westens	139
<b>5.3</b>	<b>Technische Innovation im Westen und Nostalgie in Alt-Berlin: Der Tourismus kommt bei breiten Bevölkerungsschichten an (1918–1932)</b>	<b>144</b>
5.3.1	Geschwindigkeitsrausch	147
5.3.2	Berlin wird Messestadt	150
5.3.3	Umbau zur modernen Weltstadt und Altstadt-Nostalgie	155
<b>5.4</b>	<b>Massenpropaganda und Großereignisse (1933–1945)</b>	<b>164</b>
5.4.1	NS-Überformung vor Germania	165
5.4.2	Massenspektakel Olympische Spiele	167
<b>5.5</b>	<b>Touristischer Niedergang, die Konsolidierung des touristischen Zentrums Charlottenburg und der Wiederaufbau des historischen Zentrums (1945–1989)</b>	<b>171</b>
5.5.1	Zerstörte touristische Infrastruktur. Zwei räumlich getrennte touristische Systeme entstehen	171
5.5.2	West-Berlin: der Ausbau des touristischen Zentrums Charlottenburg zum „Schaufenster des neuen Westens“	177
5.5.3	Ost-Berlin: der Um- und Neubau des historischen touristischen Zentrums als Zentrum der Hauptstadt der DDR	181
5.5.4	Die 750-Jahr-Feier 1987 in Ost und West: Ausgangspunkt für den touristischen Boom nach 1989	185
<b>5.6</b>	<b>Die Rückverschiebung des touristischen Zentrums in die historische Mitte und der internationale Tourismusboom (nach 1989)</b>	<b>196</b>
5.6.1	Beseitigung der touristischen Brache in Ost-Berlin und Nutzung der freien Flächen des ehemaligen Mauerstreifens	196
5.6.2	„Schaustelle Berlin“: „Das Neue Berlin“ wird sichtbar	202
5.6.3	Gezielter Ausbau touristischer Räume und ungeplante Servicenutzungen	206

<b>5.7 Vergleich der im Baedeker verzeichneten Berliner Sehenswürdigkeiten 1885, 1914, 1927, 1965, 1986, 2008</b> .....	210
5.7.1 Entwicklungen des „Baedekers für Berlin“ vor 1885 .....	211
5.7.2 Kartierungen der Baedeker-Reiseführer von 1885, 1914, 1927, 1965, 1986, 2008 .....	213
5.7.3 Auswertung .....	238
<b>6. Raumbildende Funktionsprinzipien zur Beschreibung der Wechselwirkungen zwischen Tourismus und urbanem Raum</b> .....	241
<b>6.1 Visuell gestaltete Räume</b> .....	242
6.1.1 Das Installieren von Hochpunkten, um die Aussicht über den besuchten Ort, Überblick und Kontrolle zu ermöglichen .....	244
6.1.2 Das Installieren von Fotomöglichkeiten, die eine Perspektive auf den Raum festlegen und Sehenswürdigkeiten durch bestimmte Ausschnitte hervorheben .....	248
6.1.3 Das Hinzufügen medienbekannter Bilder zu existierenden Sehenswürdigkeiten .....	252
6.1.4 Das Installieren von On-Sight-Markern, die stellvertretend für nicht oder nicht mehr sichtbare Sehenswürdigkeiten oder Ereignisse stehen .....	255
6.1.5 Die Symbolbildung von Architektur und ihre Dominanz im touristischen Raum .....	260
6.1.6 Die Schaffung von Landmarks und die Umformung des touristischen und städtischen Raumes .....	266
<b>6.2 Vermittlung von Informationen</b> .....	276
6.2.1 Die Herausbildung einer Geschichtslandschaft im Stadtraum durch die Vervielfältigung von Kulturerbestätten und das Installieren geschichtlicher Informationen .....	276
6.2.2 Der Umbau und Ausbau von Museen zu interaktiven Räumen und Erlebnissräumen .....	286
6.2.3 Das Bewahren der originalen zeitlichen Spuren einer bestimmten Epoche durch Konservierung .....	292

6.2.4	Die Restaurierung und Erweiterung von Sehenswürdigkeiten ...	297
6.2.5	Der Wiederaufbau zerstörter Kulturerbestätten, um historische Orte und Stadträume wieder erkennbar zu machen .....	304
6.2.6	Die Neuinszenierung überformter historischer Orte durch Transplantation und Collage von Originalen und modernen Elementen .....	307
6.2.7	Die Reproduktion berühmter Sehenswürdigkeiten an neuen Standorten .....	313
6.2.8	Die Touristifizierung einzelner Stadtquartiere durch das gestiegene Interesse am modernen urbanen Leben .....	317
6.2.9	Die Ausbildung neuer Kultur- und Clubgeographien durch die wachsende Anzahl nach urbaner Kultur suchender Touristen ...	324
6.2.10	Die Entstehung von Markenräumen und Showrooms an touristischen Bewegungsströmen .....	331
6.2.11	Das Inszenieren von Großveranstaltungen vor der Kulisse von Stadträumen und Gebäuden .....	339
<b>6.3</b>	<b>Konsum von Waren und Dienstleistungen .....</b>	<b>344</b>
6.3.1	Das Einfügen von touristischen Konsumangeboten und Dienstleistungen verändert die innerstädtische Nutzungsstruktur .....	347
6.3.2	Die räumliche Inbesitznahme des öffentlichen Stadtraumes durch kleinteilige touristische Servicenutzungen .....	358
6.3.3	Die zunehmende Ausbildung von Vorder- und Rückseiten .....	364
6.3.4	Die Homogenisierung touristischer Räume durch globale Ketten und Sehenswürdigkeiten .....	369
<b>6.4</b>	<b>Permanente Bewegung .....</b>	<b>374</b>
6.4.1	Der Ausbau und Neubau städtischer Infrastrukturen .....	374
6.4.2	Die Herausbildung starker Bewegungsströme durch geführte Touren .....	380
6.4.3	Die Veränderung des Flairs und die Touristifizierung des Raumes zwischen den Sehenswürdigkeiten durch die individuelle Bewegung und den direkten Kontakt zum Stadtraum .....	385
6.4.4	Die Etablierung und Bündelung touristischer Bewegungsströme durch individuelle räumliche Orientierung und Bewegung .....	391
6.4.5	Die Herausbildung von touristischen Clustern aufgrund von Multifunktionalität und räumlicher Position von Sehenswürdigkeiten sowie deren Einbindung in weitere touristische und urbane Funktionen .....	403

---

<b>7. Fazit und Anwendungsmöglichkeit</b> .....	411
<b>7.1 Der Beitrag der raumbildenden Funktionsprinzipien zu Raumwissenschaften und Stadtplanung</b> .....	411
<b>7.2 Eine Anwendungsmöglichkeit der raumbildenden Funktionsprinzipien auf die Entwicklung Berlins</b> .....	413
7.2.1 Ausdehnung des touristischen Fokus auf das gesamte Stadtgebiet .....	414
7.2.2 Attraktives Fuß- und Radwegenetz .....	417
7.2.3 Nachhaltigkeit und Gestaltung der touristischen Service- Infrastruktur im öffentlichen Raum .....	419
<b>7.3 Die raumbildenden Funktionsprinzipien als Grundlage eines gemeinsamen Horizonts von Stadt und Tourismusindustrie</b> .....	421
Katalog der wichtigsten Untersuchungsbeispiele .....	423
Abkürzungsverzeichnis .....	451
Abbildungsverzeichnis .....	453
Literaturverzeichnis .....	459
Verzeichnis der Internetquellen .....	475