

Jana Richter

**DIE WECHSELWIRKUNGEN ZWISCHEN
TOURISMUS UND URBANEM RAUM**

**Funktionsprinzipien am Beispiel der räumlichen Entwicklung
und der gegenwärtigen Ausprägung
der Touristenmetropole Berlin**

ibidem-Verlag
Stuttgart

Inhalt

1. Einleitung	17
1.1 Städtetourismus und Stadtraum	17
1.2 Raumbildende Funktionsprinzipien in der Touristenmetropole Berlin	21
2. Die steigende Bedeutung des Städtetourismus	23
2.1 Der weltweite Anstieg des Tourismus überhaupt	23
2.1.1 Die Entwicklung des gegenwärtigen Tourismus in Abgrenzung zum Massentourismus	23
2.1.2 Definitionen von Tourismus im Wandel	25
2.2 Städtetourismus als wichtige gegenwärtige Ausprägung des Tourismus	28
2.2.1 Monofunktionalität und Multifunktionalität	28
2.2.2 Kulturtourismus und Motive der Städtetouristen	29
2.2.3 Lokale Touristen	32
2.3 Die Entwicklung des gegenwärtigen Städtetourismus (in der Globalisierung)	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

3. Städtetourismus – ein neues Forschungsfeld für Architektur und Planung	43
3.1 Raumwissenschaftliche Ansätze in der Tourismusforschung	43
3.1.1 Wissenschaftsgeschichtliche Zusammenschau	43
3.1.2 Tourismus in Sozial-, Kulturwissenschaften und Geographie ...	46
3.1.3 Forschungslücke	50
3.2 Das einseitige Interesse der Architekten und Planer am Tourismus	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
3.3 Bestandsaufnahme: Die Akteure im Prozess der touristischen Raumbildung (aus planerischer Sicht)	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
3.4 Ziel, Methode, Untersuchungsgebiet und Forschungsfeld der vorliegenden Arbeit	66
3.4.1 Ziel und Methode	66
3.4.2 Untersuchungsgebiet und anwendungsbezogene Relevanz	68
3.4.3 Forschungsumfeld	72

4. Die stadträumliche Entwicklung der neuen Touristenmetropole Berlin	75
4.1 Berlin – Sonderfall einer zum Tourismusstandort gewanderten Stadt	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
4.2 Räumliche Probleme und Herausforderungen der Touristenmetropole Berlin	90
4.2.1 Tourismus-Konzepte in Berlin	90
4.2.2 Stadtplanerische Konzeptlosigkeit in Bezug auf den Tourismus	100
5. Die Geschichte der baulich-räumlichen Entwicklungen und Veränderungen des Tourismus in Berlin, 1647–2009	107
5.1 Die Residenz: Entstehung des historischen touristischen Zentrums (bis 1870)	112
5.1.1 Die ersten repräsentativen Räume in Berlins Mitte: früher urbaner Glanz	112
5.1.2 Die ersten Ausflugsorte der Residenzstadt	117
5.2 Der Ausbau des historischen touristischen Zentrums und die Erweiterung nach Westen (1871–1918)	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
5.3	Technische Innovation im Westen und Nostalgie in Alt-Berlin: Der Tourismus kommt bei breiten Bevölkerungsschichten an (1918–1932)	144
5.3.1	Geschwindigkeitsrausch	147
5.3.2	Berlin wird Messestadt	150
5.3.3	Umbau zur modernen Weltstadt und Altstadt-Nostalgie	155
5.4	Massenpropaganda und Großereignisse (1933–1945)	164
5.4.1	NS-Überformung vor Germania	165
5.4.2	Massenspektakel Olympische Spiele	167
5.5	Touristischer Niedergang, die Konsolidierung des touristischen Zentrums Charlottenburg und der Wiederaufbau des historischen Zentrums (1945–1989)	171
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
5.6	Die Rückverschiebung des touristischen Zentrums in die historische Mitte und der internationale Tourismusboom (nach 1989)	196
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

5.7 Vergleich der im Baedeker verzeichneten Berliner Sehenswürdigkeiten 1885, 1914, 1927, 1965, 1986, 2008	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
6. Raumbildende Funktionsprinzipien zur Beschreibung der Wechselwirkungen zwischen Tourismus und urbanem Raum	241
6.1 Visuell gestaltete Räume	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
6.2 Vermittlung von Informationen	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 Erlebnisräumen	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
6.3	Konsum von Waren und Dienstleistungen	344
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
6.4	Permanente Bewegung	374
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

7. Fazit und Anwendungsmöglichkeit	411
7.1 Der Beitrag der raumbildenden Funktionsprinzipien zu Raumwissenschaften und Stadtplanung	411
7.2 Eine Anwendungsmöglichkeit der raumbildenden Funktionsprinzipien auf die Entwicklung Berlins	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
7.3 Die raumbildenden Funktionsprinzipien als Grundlage eines gemeinsamen Horizonts von Stadt und Tourismusindustrie	421
Katalog der wichtigsten Untersuchungsbeispiele	423
Abkürzungsverzeichnis	451
Abbildungsverzeichnis	453
Literaturverzeichnis	459
Verzeichnis der Internetquellen	475