

Inhalt

Thomas Biskup/Marc Schalenberg

Die Vermarktung Berlins in Gegenwart und Geschichte.....9

1. Ambitionen in der Residenzstadt

Melanie Mertens

„Unsern hiesigen Residentzien ... in mehreren Flor und Ansehen zu bringen":
Zur späten Bau- und Kunstpolitik von König Friedrich Wilhelm 1.....25

Daniel Schönpflug

Hymenaeus und Fama: Dynastische und stadtbürgerliche Repräsentation in
den Hohenzollernhochzeiten des 18. Jahrhunderts.....45

Thomas Biskup

Auf Sand gebaut? Die „Boornstadt" Berlin in der deutschen Öffentlichkeit
um 1800.....59

Marc Schalenberg

Berlin auf allen Kanälen: Zur Außendarstellung einer Residenz- und Bürger-
stadt im Vormärz.....77

Esther Kilchmann

Die Doppelbödigkeit des biedermeierlichen Stadtbildes: Heinrich Heines
Briefe aus Berlin.....91

2. Repräsentation und Eigensinn in der Metropole

Tilman von Stockhausen

Markenpolitik im 19. Jahrhundert: Die Berliner Museumsinsel als Public-
Relation-Idee.....107

Katja Zelljadt

Alt-Berlin in the Kaiserreich: History as Object of Consumption and
Marketing Concept.....117

Peter Fritzsche

Mass Culture and the Representation of Wilhelmine Berlin.....135

Jan Rüger

Die Berliner Schnauze im Ersten Weltkrieg.....147

Daniel Kiecol

Berlin und sein Fremdenverkehr: Imageproduktion in den 1920er Jahren161

Christian Saehrendt

Kriegserinnerung und Tourismus im Berlin der Zwischenkriegszeit175

Robert Graf

Die Inszenierung der „Reichshauptstadt Berlin“ im Nationalsozialismus193

3* Profilierungen in der geteilten Stadt

Stephanie Warnke

Mit dem Baedeker nach Ost-Berlin? Baustellen-Tourismus im Kalten Krieg (1945-1970).....211

Alexander Sedlmaier

Berlin als doppeltes „Schaufenster“ im Kalten Krieg.....227

Hendrik Tieben

„Hauptstadt der DDR“, „Zukünftige Bundeshauptstadt“, „Europäische Stadt“, „Stadt der Avantgarde“ - Berlinbilder im Umfeld des 750-jährigen Stadtjubiläums 1987.....245

Angela Borgwardt

Bild-Störungen: „Berlin, Hauptstadt der DDR“ als Ort staatlicher Repräsentation und kritischer Gegenbilder.....261

4. Visionen und Erinnerungen

Alexa Färber

Urbanes Imagineering in der postindustriellen Stadt: Zur Plausibilität Berlins als Ost-West-Drehscheibe.....279

Sybille Frank

Mythenmaschine Potsdamer Platz: Die wort- und bildgewaltige Entwicklung des „neuen Potsdamer Platzes“ 1989-1998.....297

Thomas Albrecht

Die Neugestaltung Berlins zwischen Planungsprozeß und städtebaulicher Vision321

<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