

## Selling Berlin (HU Berlin 25-26 Feb 05)

Schalenberg, Marc

Selling Berlin: Außendarstellung und Stadtmarketing von der preußischen Residenz bis zur Bundeshauptstadt

25. Februar - 26. Februar 2005  
Humboldt-Universität zu Berlin  
Unter den Linden 6,  
Raum 3073

organisiert von:

Dr. Marc Schalenberg (HU Berlin)  
Dr. Thomas Biskup (Oxford/Berlin), Berlin

Daß Berlin sich heute nach außen zu "verkaufen" hat, ist unbestritten. Aber Berlin ist auch in der Vergangenheit verkauft worden, unter je verschiedenen politischen, sozialen, wirtschaftlichen und medialen Bedingungen. Die hierfür zwischen dem frühen 18. und dem frühen 21. Jahrhundert gezielt geschaffenen oder wieder aufgegriffenen Mythen, Images und anderen Darstellungsformen dieses Verkaufs gilt es näher zu untersuchen. Wer kehrt zu welcher Zeit mit welcher Intention welchen Aspekt Berlins hervor? Wie werden städtische Images plausibel? Entwickeln sie ein "Eigenleben", das historische Umbrüche zu überstehen bzw. zu ignorieren vermag? War die Entwicklung zu einem professionalisierten und ökonomisierten Stadtmarketing eine zwangsläufige?

Diesen und ähnlich gelagerten Fragen wollen sich die Beiträge, Kommentare und Diskussionen der Tagung näher zuwenden. Die Verknüpfung verschiedener Disziplinen und auch der Dialog von Wissenschaftlern und "Praktikern" versprechen neuartige Erkenntnisse zu einem Thema, dessen Relevanz für Berlin in Gegenwart und Vergangenheit unübersehbar ist.

Programm

Freitag, den 25.02.2005

9.30-10.15

Begrüßung und Einführung

10.15-12.15

I. Von der Hohenzollernresidenz zur Metropole: Berlin im 18. Jahrhundert

Daniel Schönpflug, Harvard University/FU Berlin:  
Die Residenz als Bühne: Die Inszenierung Berlins in den  
Hohenzollernhochzeiten des 18. Jahrhunderts

Thomas Biskup, Oxford University:  
Mars und Apoll: Berlinbilder im späten 18. Jahrhundert im europäischen  
Vergleich

Ralf Pröve, Potsdam: Kommentar

12.15-14.00 Mittagspause

14.00-16.00  
II. Bürgerliches Berlin? Die preußische Hauptstadt zwischen  
"Befreiungskriegen" und Kaiserreich

Marc Schalenberg, HU Berlin:  
Berlin auf allen Kanälen: Zur Außendarstellung einer Residenz- und  
Bürgerstadt im Vormärz

Tilmann von Stockhausen, Staatliche Kunstsammlungen Dresden: Markenpolitik  
im 19. Jahrhundert: Die Berliner Museumsinsel als Public-Relation-Idee

Adrian von Buttlar, TU Berlin: Kommentar

16.00-16.15 Kaffeepause

16.15-18.15 III. Großstadt-Fluchten und Großstadt-Visionen um 1900

Katja Zelljadt, Harvard University:  
Alt-Berlin im Kaiserreich: Geschichte als Konsumobjekt und Marketingkonzept

Eva Maria Froschauer, Bauhaus Universität Weimar:  
"An die Leser - Hier ist die neue Stadt!" Berlindiskurse in  
architektonischen Fachzeitschriften des frühen 20. Jahrhunderts

Hartmut Häussermann, HU Berlin: Kommentar

19.00-20.00 Keynote Lecture:  
David Midgley, Cambridge University:  
Berlin als Palimpsest

Sonnabend, den 26.02.2005  
9.00-11.00 IV. Gegenbilder: Der Kampf um die Deutungshoheit 1900-1918

Peter Fritzsche, Illinois University:  
Volksmassen und demokratische Lebensformen in Berlin vor dem Ersten  
Weltkrieg

Jan Rüger, Birkbeck College, London:

"Berliner Schnauze" im Krieg: Vergnügen und Lachen in der Reichshauptstadt  
1914-1918

Heinz Reif, TU Berlin: Kommentar  
11.00-11.15 Kaffeepause

11.15-13.00 V. Zwischen Weimar und Potsdam: Berlinbilder 1919-45

Christian Saehrendt, HU Berlin:  
Kriegserinnerung und Tourismus in der Zwischenkriegszeit

Robert Graf, Berlin:  
Die Hauptstadt des nationalsozialistischen Deutschland

Daniel Kiecol, Köln: Kommentar

13.00-14.00 Mittagspause

14.00-16.00 VI. Berlin separated, Berlin reunited

Alexander Sedlmaier, Oxford University:  
Berlin als doppeltes "Schaufenster" im Kalten Krieg

Lena Schulz zur Wiesch, HU Berlin:  
Die Berliner Symbollandschaft nach dem Mauerfall

Angela Borgwardt, Berlin: Kommentar

16.00-16.15 Kaffeepause

16.15-18.15 VII. Ein neues Berlin?

Bärbel Petersen, Partner für Berlin:  
Berlin-Stadtmarketing heute

Thomas Albrecht, Architekten Hilmer & Sattler und Albrecht:  
Die Neugestaltung Berlins zwischen Planungsprozeß und städtebaulicher  
Vision

Sibylle Frank, TU Darmstadt: Kommentar

---

Kontakt:  
Dr. Marc Schalenberg  
Humboldt-Universität zu Berlin  
Institut für Geschichtswissenschaften  
Unter den Linden 6  
10099 Berlin  
[SchalenbergM@geschichte.hu-berlin.de](mailto:SchalenbergM@geschichte.hu-berlin.de)

Quellennachweis:

CONF: Selling Berlin (HU Berlin 25-26 Feb 05). In: ArtHist.net, 11.02.2005. Letzter Zugriff 14.12.2025.  
<<https://arthist.net/archive/26979>>.