

Berlin wirbt!

Metropolenwerbung zwischen
Verkehrsreklame und Stadtmarketing.

1920-1995



FAB VERLAG

Inhalt

Zum Thema: Berlin wirbt!	6
Die zwanziger Jahre: Metropole mit Kiez	8
Unterm Scheinwerfer: Städtereklame und Reklamestädte	10
»Jeder einmal in Berlin«: eine Stadt als »Produkt«	13
»Licht ist Leben«: Reklame als Inszenierung	16
»Hauptstadt des III. Reiches«: von Heimat und »Germania«	18
Trümmertourismus: »Berlin lebt – Berlin ruft«	22
»Berlin ist eine Reise wert«: Wunschbilder einer geteilten Stadt	25
»Hauptstadt des sozialistischen Lagers«: erklärte Bilder einer Stadt	28
Paradies mit »Antifaschistischem Schutzwall«:	
das Leben mit der Mauer	31
»Schaufenster des Ostens«: Sozialismus mit fröhlichem Antlitz	33
»Weltstadt-Cocktails« und Dorfauen: Berlin »in action«	36
Die sozialistische Metropole für »die Bürger der Republik«	38
»Berlin tut gut«: urbaner Lebensraum und	
Abenteuerspielplatz Szene	40
Preußentum und Sozialismus: Heimat als Volksfest	42
Wieder ein »Neues Berlin«: Stadtmarketing auf der	
Suche nach Leitbildern und Identität	44
Anmerkungen	47
Berlin in Farbe: Plakate 1920-1995	49