

## Aus:

TOBIAS BECKER, ANNA LITTMANN,  
JOHANNA NIEDBALSKI (HG.)  
**Die tausend Freuden der Metropole**  
Vergnügungskultur um 1900

August 2011, 340 Seiten, kart., zahlr. Abb., 32,80 €, ISBN 978-3-8376-1411-4

Stadt und Vergnügen waren um 1900 eng miteinander verbunden. Tanzveranstaltungen und Theater, Kino und Kneipen boten den Großstadtbewohnern vielfältige Möglichkeiten, ihrem Bedürfnis nach Freizeitgestaltung und Unterhaltung nachzugehen. Gleichzeitig prägten die Vergnügungsangebote zunehmend das Stadtbild.

Ausgehend von der Beobachtung, dass die Herausbildung einer modernen Vergnügungskultur nicht ohne die Urbanisierung gedacht werden kann, untersucht der Band die Wechselwirkungen zwischen Metropole und Vergnügen um 1900. Das Spektrum der Beiträge reicht vom Vergnügungsviertel bis zum Kiezvergnügen, von Mode auf der Theaterbühne und politischen Massenveranstaltungen bis hin zu Alpenbällen und Musikautomaten.

Das **Herausgeber/-innenteam** arbeitet am Arbeitsbereich Neuere Geschichte/Zeitgeschichte des Friederich-Meinecke-Instituts der Freien Universität Berlin.

Weitere Informationen und Bestellung unter:  
[www.transcript-verlag.de/ts1411/ts1411.php](http://www.transcript-verlag.de/ts1411/ts1411.php)

# **Inhalt**

---

## **Die Metropole der tausend Freuden**

Stadt und Vergnügungskultur um 1900

Tobias Becker und Johanna Niedbalski | 7

## **REPRÄSENTATIONEN – POLITIK UND VERGNÜGEN IN DER METROPOLE**

### **Die Reglementierung öffentlicher Lustbarkeiten in Berlin um 1900**

Angelika Hoelger | 23

### **Die drei Bühnen der Stadt**

Der Berliner Königsplatz als lokaler, nationaler und globaler Ort

Tim Opitz | 43

### **Periphere Urbanisierung**

Massenkonzepte der Unterhaltungskultur in Wien und Budapest  
in den 1920er Jahren

Amália Kerekes und Katalin Teller | 67

## **UNGLEICHHEITEN – GESELLSCHAFT UND VERGNÜGEN IN DER METROPOLE**

### **Wie ›jüdisch‹ war das Theater im Berlin der Jahrhundertwende?**

Peter Jelavich | 87

### **Kiezvergnügen in der Metropole**

Zur sozialen Topographie des Vergnügens im Berliner Osten

Hanno Hochmuth und Johanna Niedbalski | 105

## **Das Vergnügungsviertel**

Heterotopischer Raum in den Metropolen der Jahrhundertwende  
Tobias Becker | 137

## **UNGLEICHZEITIGKEITEN – BLICKE JENSEITS DER METROPOLE**

### **Die Flucht des Theaters vor der Metropole**

Das Kraiburger Volksschauspiel in der Zeit des späten Kaiserreiches  
Karl Borromäus Murr | 171

### **Die temporäre Verdorfung Berlins**

Der Alpenball als urbane Vergnügungspraxis um 1900  
Franka Schneider | 197

### **Frühes Kino zwischen Stadt und Land**

Einige Überlegungen zum Verhältnis von Kinoprogrammgestaltung,  
Kinopublikum und moderner Stadterfahrung vor 1914  
Andrea Haller | 229

## **VERFLECHTUNGEN – INTERMEDIALITÄT DES VERGNÜGENS**

### **Comme il faut**

Theater und Mode um die Jahrhundertwende  
Stefanie Watzka | 259

### **»Welt von Wundern«**

Die Berliner Urania um 1900  
Kristin Becker | 283

### **Ein Kabinett im Panoptikum**

Musikautomaten und die Ökonomisierung der Kunst  
Rebecca Wolf | 303

**Bildnachweis** | 325

**Personen- und Sachregister** | 329

# Die Metropole der tausend Freuden

## Stadt und Vergnügungskultur um 1900

---

TOBIAS BECKER UND JOHANNA NIEDBALSKI

*The City of Pleasure. A Fantasia on Modern Themes* heißt ein 1907 veröffentlichter, heute nahezu vergessener Roman des britischen Schriftstellers Arnold Bennett (1867-1931). Bennett entwirft darin das Porträt eines fiktiven Londoner Stadtviertels, welches von der aufkommenden Unterhaltungsindustrie in das »gigantische Vergnügungsunternehmen [...], das Europa jemals gesehen hatte«, verwandelt wird.<sup>1</sup> Nicht mehr Fabriken-, Kirchen- oder Rathäuser waren es, die das Bild dieser *Stadt der tausend Freuden* – so der deutsche Titel – prägten, sondern »das Theater, das Varieté, die Konzerthalle, der Zirkus, das Panorama, die Lesehalle, die Menagerie, die Kunstausstellung, das Haus der Geschichtenerzähler, Tanzdielen, Restaurants, Cafés, Bars und zahlreiche Läden«.<sup>2</sup> Manche dieser öffentlichen Vergnügungsstätten erscheinen heute antiquiert oder gehören der Vergangenheit an. Nur wenige, namentlich das Kino, sind hinzugekommen. Bennetts Vision der Verwandlung des urbanen Raums durch Unterhaltungsunternehmen aber war zu seiner Zeit nicht nur in London, sondern auch in zahlreichen anderen Metropolen bereits Wirklichkeit geworden.

Der Roman *Die Stadt der tausend Freuden* steht beispielhaft für die Expansion des Vergnügens um 1900. Neben Kneipen und Wirtshäuser, Sommergärten und Theater, die noch in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts die wichtigsten Orte des Vergnügens in den großen Städten gewesen waren, trat seit der Mitte des Jahrhunderts eine Fülle neuer Angebote. Zahlreiche neue Theater, Kinos und Tanzpaläste veränderten ebenso wie Schilder, Plakate, Leuchtreklamen und Handzettel mit ihren Aufforderungen, sich zu vergnügen, zunehmend das physische Bild der Städte. Es galt aber auch das Umgekehrte: Denn bevor Medien wie Radio, Fernse-

---

1 | Arnold Bennett: *Die Stadt der tausend Freuden*, Berlin 1925, S. 9 (zuerst als: *The City of Pleasure. A Fantasia on Modern Themes*, London 1907). Für Kritik und Kommentare danken wir Alexander C.T. Geppert und Daniel Morat.

2 | Bennett: *Die Stadt*, S. 10.

hen und Internet die Unterhaltung in die privaten Wohnzimmer brachten, musste, wer das Vergnügen suchte, sich hinaus in die Stadt begeben, so dass der Raum auch das Vergnügen prägte. Ausgehend von der Beobachtung, dass einerseits die Herausbildung einer modernen Vergnügungskultur nicht ohne die Urbanisierung gedacht werden kann und dass andererseits die Vergnügungskultur eine wichtige Rolle im Prozess der »inneren Urbanisierung«, der Anpassung der Menschen an das Leben in der Großstadt, spielte, widmet sich der vorliegende Band den Wechselwirkungen zwischen Metropole und Vergnügungskultur um 1900.<sup>3</sup>

Für diese Wechselbeziehungen war die »lange Jahrhundertwende«, die Jahrzehnte zwischen 1880 und 1930, in dreifacher Hinsicht entscheidend.<sup>4</sup> Erstens beschleunigten sich in diesen Jahrzehnten die Verstädterung und Urbanisierung in zuvor unbekanntem Ausmaß. Millionen Menschen strömten auf der Suche nach Arbeit in die urbanen Ballungsräume, und ihr Zuzug veränderte nicht nur die physische Gestalt der Städte, sondern auch die Lebensweise ihrer Bewohner in erheblichem Maße. Zweitens waren die Jahrzehnte um 1900 geprägt durch eine allmähliche Ausdehnung der Freizeit und die Wandlung der Freizeitgewohnheiten. Erst infolge der Industrialisierung entstand eine starke Dichotomie zwischen Arbeits- und Freizeit, die zuvor in dieser Form nicht bestanden hatte. Die neue Freizeit in der urbanen Umwelt wollte gestaltet und ausgefüllt werden.<sup>5</sup> Und drittens ereignete sich um 1900, wie Bernd Weisbrod schreibt, ein »zweiter Strukturwandel der Öffentlichkeit«. Traditionelle Unterhaltungsformen wie das Theater erschlossen sich durch die Entwicklung neuer Genres wie dem Varieté und der Music Hall ein Massenpublikum, und mit Fotografie, illustrierter Presse, Kino und Radio bildeten

---

3 | Gottfried Korff: »Mentalität und Kommunikation in der Großstadt. Berliner Notizen zur ›inneren‹ Urbanisierung«, in: Theodor Kohlmann/Hermann Bausinger (Hg.): *Großstadt. Aspekte empirischer Kulturforschung*, Berlin 1985, S. 343-361.

4 | Vgl. August Nitschke u.a. (Hg.): *Jahrhundertwende. Der Aufbruch in die Moderne 1880-1930*, 2 Bde., Reinbek bei Hamburg 1990; Paul Nolte: »1900. Das Ende des 19. Jahrhunderts und der Beginn des 20. Jahrhunderts in sozialgeschichtlicher Perspektive«, in: *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* 47 (1996), S. 281-300; ders.: »Abschied vom 19. Jahrhundert. Auf der Suche nach einer anderen Moderne«, in: ders./Jürgen Osterhammel/Dieter Langewiesche (Hg.): *Wege der Gesellschaftsgeschichte*, Göttingen 2006, S. 103-132; Ulrich Herbert: »Europe in High Modernity. Reflections on a Theory of the 20th Century«, in: *Journal of Modern European History* 5 (2007) Nr. 1, S. 5-20; Habbo Knoch/Daniel Morat: »Medienwandel und Gesellschaftsbilder 1880-1960. Zur historischen Kommunikologie der massenmedialen Sattelzeit«, in: dies. (Hg.): *Kommunikation als Beobachtung. Medienwandel und Gesellschaftsbilder*, München 2003, S. 9-33, hier S. 20.

5 | Hans-Werner Prahl: *Soziologie der Freizeit*, Paderborn 2002, S. 98-106; Gerhard Huck: »Freizeit als Forschungsproblem«, in: ders. (Hg.): *Sozialgeschichte der Freizeit. Untersuchungen zum Wandel der Alltagskultur in Deutschland*, Wuppertal 1980, S. 7-17; Kaspar Maase: *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970*, Frankfurt a.M. 2001, S. 38-40.

sich die bis heute prägenden Massenmedien aus.<sup>6</sup> Im Zusammentreffen dieser Faktoren entstand in den Metropolen der Jahrhundertwende eine neue, zukunftsweisende Vergnügungskultur.

## METROPolen

Metropole ist kein Begriff, der sich eindeutig definieren lässt. Aber als »faszinierender und sinnfälliger Sonderfall des Städtischen«, wie Heinz Reif schreibt, hat er in den letzten Jahren zunehmend wissenschaftliche Verwendung gefunden.<sup>7</sup> Das liegt sicher auch daran, dass heute mehr Menschen als jemals zuvor in Städten leben und sich mit den ›Global Cities‹ und ›Megacities‹ ganz neue urbane Typen herausgebildet haben. Im Vergleich zu diesen wirken die Metropolen der Jahrhundertwende fast schon so altmodisch wie Gustave Dorés (1832-1883) Darstellungen der Londoner Slums angesichts heutiger Favelas.<sup>8</sup> Auch wenn inzwischen der Begriff Metropole nahezu allgegenwärtig geworden ist – vom Synonym für Megastadt bis zur ›Finanzmetropole‹ Frankfurt am Main oder gar der ›Ostwestfalen-Metropole‹ Bielefeld –, verweist der Begriff ebenso wie das, was er beschreibt, auf die Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert, der »Zeit der Metropolen«.<sup>9</sup> Wie Clemens Zimmermann in dem gleichnamigen Buch zeigt, definieren sich Metropolen nicht allein durch die Anzahl ihrer Einwohner oder den Umfang ihrer Fläche, obwohl dies immer zentrale Kriterien gewesen sind. Was die Metropole jenseits bloßer Größe und Dichte ausmacht, ist ihr Reichtum an materiellen und kulturellen Ressourcen, ihre ethnische, soziale und kulturelle Diversität und ihre Einbindung in ein Netzwerk, dass heißt ihre Beziehung zum Umland, dem Nationalstaat und zu anderen Metropolen, durch die sie selbst erst zur Metropole wird. Darauf hinaus schafft und definiert sich die Metropole über ein schwer zu fassendes »*Mehr*«, das

**6** | Bernd Weisbrod: »Medien als symbolische Form der Massengesellschaft. Die medialen Bedingungen von Öffentlichkeit im 20. Jahrhundert«, in: *Historische Anthropologie* 9 (2001), S. 270-283, hier S. 271.

**7** | Heinz Reif: »Metropolen. Geschichte, Begriffe, Methoden«, CMS Working Paper Series 001/2006, [www.metropolitanstudies.de/fileadmin/filestorage/reif\\_001.pdf](http://www.metropolitanstudies.de/fileadmin/filestorage/reif_001.pdf), S. 2.

**8** | Saskia Sassen: *The Global City*. New York, London, Tokyo, Princeton 1991; Peter Feldbauer (Hg.): *Megastädte. Zur Rolle von Metropolen in der Weltgesellschaft*, Wien/Köln/Weimar 1993; Dirk Bronger: *Metropolen, Megastädte, Global Cities. Die Verstädterung der Erde*, Darmstadt 2004; Wolfgang Schwentker (Hg.): *Megastädte im 20. Jahrhundert*, Göttingen 2006; Mike Davis: *Planet of Slums*, London 2006; für eher journalistische Impressionen siehe Alex Rühle (Hg.): *Megacities. Über die Zukunft der Städte*, München 2008; Gustave Doré/Blanchard Jerrold: *London. A Pilgrimage*, London 1872.

**9** | Clemens Zimmermann: *Die Zeit der Metropolen. Urbanisierung und Großstadtentwicklung*, Frankfurt a.M. 1996; ähnlich: Anthony Sutcliffe (Hg.): *Metropolis, 1890-1940*, Chicago 1984; Reif: »Metropolen«, S. 3-4.

zu erforschen Heinz Reif einer kulturgeschichtlichen und kultursoziologischen Metropolenforschung aufgibt.<sup>10</sup>

Der vorliegende Band plädiert dafür, die Vergnügungskultur als ein bedeutendes Element dieses »*Mehr*« zu verstehen, durch das sich die Metropole von der bloß großen Stadt unterscheidet. Erstens bot nur die Metropole den notwendigen Nährboden für die aufkommende Vergnügungsindustrie: die Nachfrage eines großen, heterogenen und Neuem gegenüber aufgeschlossenen Publikums, ausreichend Kapital, um risikoreiche Experimente durchzuführen, ein kreatives Milieu, genügend Arbeitskräfte und die Infrastruktur, beispielsweise Raum und Technik, aber auch Kommunikations- und Transportwege, über die die Erzeugnisse der Vergnügungsindustrie ins Umland und in andere Städte transportiert werden konnten.<sup>11</sup> Zweitens prägte die Vergnügungsindustrie die Kultur der Metropolen, sie gehörte integral zum urbanen Lebensstil wachsender Teile der Bevölkerung und lockte zudem Reisende aus der Provinz und dem Ausland an.

Die Stadt im weiteren und die Metropole im engeren Sinn sind keineswegs neue Untersuchungsgegenstände, doch hat sich vor allem die deutsche Geschichtswissenschaft lange überwiegend für das Wachstum der Städte im 19. Jahrhundert, für Stadtplanung, Wohnsegregation, den Nahverkehr oder die Herausbildung der kommunalen Selbstverwaltung interessiert.<sup>12</sup> Darüber hinaus zeigen bereits Buchtitel wie *City of Dreadful Delight* oder *Cities, Sin, and Social Reform* bis hin zu *Slumming*, dass bislang oft eher die Schattenseite der Metropolen – Segregation, Rassismus, Armut und Prostitution – und deren zeitgenössische Perzeption im Vordergrund des Interesses standen.<sup>13</sup>

Unter dem Einfluss eines zunehmenden Interesses an Raum und Stadt, dem so genannten »Spatial Turn«, insbesondere inspiriert durch Überlegungen von Soziologen und Geographen wie Henri Lefebvre, Michel de Certeau, David Harvey und Edward W. Soja, sind neue Fragen entstanden, die zunehmend auch von Histori-

---

**10** | Reif: »Metropolen«, S. 4.

**11** | Vgl. Martina Heßler/Clemens Zimmermann (Hg.): *Creative Urban Milieus. Historical Perspectives on Culture, Economy, and the City*, Frankfurt a.M./New York 2008.

**12** | Vgl. etwa: Jürgen Reulecke: *Geschichte der Urbanisierung in Deutschland*, Frankfurt a.M. 1985; Wolfgang R. Krabbe: *Die deutsche Stadt im 19. und 20. Jahrhundert. Eine Einführung*, Göttingen 1989; Hans-Jürgen Teuteberg (Hg.): *Urbanisierung im 19. und 20. Jahrhundert. Historische und geographische Aspekte*, Köln/Wien 1983; Adelheid von Saldern: *Häuserleben. Zur Geschichte städtischen Arbeiterwohnens vom Kaiserreich bis heute*, Bonn 1995; Klaus Tenfelde: »Urbanization and the Spread of an Urban Culture in Germany in the Nineteenth an Twentieth Centuries«, in: Friedrich Lenger (Hg.): *Towards an Urban Nation. Germany since 1780*, Oxford/New York 2002, S. 13-42.

**13** | Judith R. Walkowitz: *City of Dreadful Delight. Narratives of Sexual Danger in Late-Victorian London*, London 1994; Andrew Lees: *Cities, Sin, and Social Reform in Imperial Germany*, Ann Arbor, Mass. 2002; Seth Koven: *Slumming. Sexual and Social Politics in Victorian London*, Princeton, New Jersey 2004.

kern aufgegriffen werden.<sup>14</sup> Der vorliegende Band reflektiert den Einfluss dieser kulturwissenschaftlichen und soziologischen Stadtforschung, in der der Mentalität der Großstadtmenschen zentrale Bedeutung beigemessen wird. Dabei bezieht er sich insbesondere auf das Konzept der ›inneren Urbanisierung‹, wie es Gottfried Korff in seinem Aufsatz »Mentalität und Kommunikation in der Großstadt« formuliert hat.<sup>15</sup> An die französische Mentalitätsgeschichte anknüpfend versteht Korff Mentalität als Dialog zwischen gesellschaftlichen Bedingungen und individuellen Gefühlen, denn »Mentalitäten formieren und ändern sich in Kommunikations- und Interaktionsprozessen, die ihrerseits von historisch-gesellschaftlichen Entwicklungen prägend bestimmt werden«.<sup>16</sup> Korff betont die prozessuale Dimension von Mentalitäten. Anstatt Urbanität als etwas Gegebenes zu untersuchen, will er herausfinden, wie sich im Prozess der ›inneren Urbanisierung‹ großstädtische Mentalitäten herausbilden und verändern. Dazu schlägt er vor, neben Wohnen und Arbeiten auch »›entlegene‹ Handlungsbereiche« wie Nahrungskonsum, Feste und Vergnügungen zu betrachten.<sup>17</sup> Zwei dieser Handlungsbereiche untersuchen Joachim Schlör und Peter Fritzsche in ihren Studien über das städtische Nachtleben beziehungsweise die Presselandschaft der Jahrhundertwende, denen sie, das Konzept der ›inneren Urbanisierung‹ aufgreifend, einen Beitrag zur Anpassung der Bewohner an das Leben in der modernen Großstadt bescheinigen.<sup>18</sup>

Während in vielen Studien zur Populär- und Vergnügungskultur die Stadt entweder keine Rolle spielt oder lediglich als abstrakter Schauplatz auftritt, hat die Stadtgeschichte die Rolle der Vergnügungskultur bislang nicht ausreichend integriert. Ausgehend von Korffs Konzept der ›inneren Urbanisierung‹ und aufbauend auf die Studien von Peter Jelavich, Peter Bailey, Joachim Schlör, Peter Fritzsche,

**14** | Henri Lefebvre: *The Production of Space*, Oxford 1991 (zuerst als *La production de l'espace*, Paris 1974); Michel de Certeau: *Kunst des Handelns*, Berlin 1988 (zuerst als *L'Invention du Quotidien*, Bd. 1: *Arts de Faire*, Paris 1980); David Harvey: *The Limits of Capital*, Oxford 1982; ders.: *The Urbanization of Capital*, Baltimore 1985; Edward W. Soja: *Thirdspace. Journeys to Los Angeles and Other Real-and-imagined Places*, Cambridge/Oxford 1996; Martina Löw: *Raumsoziologie*, Frankfurt a.M. 2001; siehe auch Jörg Dünne/Hermann Doetsch (Hg.): *Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften*, Frankfurt a.M. 2006. Zum ›Spatial Turn‹ siehe Karl Schlögel: *Im Raum lesen wir die Zeit. Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik*, Frankfurt a.M. 2006, insbes. S. 60-71; Alexander C.T. Geppert/Uffa Jensen/Jörn Weinhold: ›Verräumlichung. Kommunikative Praktiken in historischer Perspektive, 1840-1930‹, in: dies. (Hg.): *Ortsgespräche. Raum und Kommunikation im 19. und 20. Jahrhundert*, Bielefeld 2005, S. 15-49.

**15** | Korff: »Mentalität und Kommunikation in der Großstadt«.

**16** | Ebd., S. 345.

**17** | Ebd., S. 352.

**18** | Vgl. Joachim Schlör: *Nachts in der großen Stadt. Paris, Berlin, London 1840-1930*, München 1991, S. 17; Peter Fritzsche: *Reading Berlin 1900*, Cambridge, Mass. 1996, S. 31, 214, 219-220.

Vanessa Schwartz und Martin Baumeister bringen die Beiträge des Bandes Metropole und Vergnügen zusammen, indem sie spezifische Phänomene oder konkrete Orte der urbanen Vergnügungskultur um 1900 betrachten.<sup>19</sup>

## VERGNÜGEN

Nicht nur Metropole, auch Vergnügen ist ein Begriff ohne eindeutige Definition. In *Only Entertainment* argumentiert der Kulturwissenschaftler Richard Dyer, dass Vergnügen oftmals weniger der Ausgang für Untersuchungen als der Endpunkt einer Debatte ist. »It's only entertainment«, »einfach gute Unterhaltung«, sagen wir ihm zufolge, wenn wir keine Lust verspüren, über ein bestimmtes Vergnügen nachzudenken oder uns dafür zu rechtfertigen, dass uns ein in den Augen anderer zweifelhaftes Vergnügen gefällt. Dyer registriert die Schwierigkeiten, die wir haben, wenn begründet werden soll, warum ein Film oder ein Theaterstück gefällt – oder warum eben nicht.<sup>20</sup> Was den einen Vergnügen bereitet, langweilt die anderen. In seiner Autobiographie beschreibt Golo Mann (1909-1994) die 1920er Jahre in Berlin, die das kollektive Gedächtnis der Mitteleuropäer als eine Hochzeit hedonistischer Unterhaltung bewahrt hat:

Immer blieb mir ›sich amüsieren‹ fremd; ging ich doch einmal Samstag abends aus [...] so konnte ich mich des Verdachts nicht erwehren, daß viele, die am Kurfürstendamm oder nahebei ihr Geld verausgabten, keineswegs auf ihre Kosten kamen. Darüber gab es ein Gedicht von Tucholsky mit dem Refrain: ›Und dafür zieh'n Sie den Smoking an?‹ Nichts öder als Vergnügen, das keines ist.<sup>21</sup>

Nichts ist öder als Vergnügen, das keines ist. Das Zitat verweist darauf, dass Vergnügen eine äußerst subjektive Angelegenheit ist, deren soziologische und psychologische Dynamiken nur schwer fassbar sind. Hinzu kommt, dass das Vergnügen der einen die Langeweile, die Arbeit oder sogar das Leid der anderen sein kann. Der Euphemismus vom ›Freudenhaus‹ weist auf diese Dichotomie hin.

Richard Dyer unterscheidet zwischen Vergnügen (›pleasure‹) und Unterhaltung (›entertainment‹). Während der erste Begriff in seinen Augen ein überhistorisches Gefühl beschreibt, ordnet er den zweiten einer bestimmten historischen

**19** | Peter Jelavich: *Berlin Cabaret*, Cambridge, Mass. 1996; Peter Bailey: *Popular Culture and Performance in the Victorian City*, Cambridge 1998; Schlör: *Nachts in der großen Stadt*; Fritzsche: *Reading Berlin*; Vanessa Schwartz: *Spectacular Realities. Early Mass Culture in Fin-de-Siècle Paris*, Berkeley 1998; Martin Baumeister: *Kriegstheater. Großstadt, Front und Massenkultur*, Essen 2005.

**20** | Richard Dyer: *Only Entertainment*, London/New York 2002, S. 1-9.

**21** | Golo Mann: *Erinnerungen und Gedanken. Eine Jugend in Deutschland*, Frankfurt a.M. 1997, S. 238-239.

Phase zu, die in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts begann und bis in unsere unmittelbare Gegenwart reicht. Dyer's Unterscheidung macht auf ein begriffliches Dilemma aufmerksam, das sich im Nachdenken über Vergnügen unweigerlich einstellt. Denn einerseits existieren eine Fülle von Begriffen, die alle mehr oder weniger dasselbe Phänomen umreißen. Vergnügen, Unterhaltung, Amusement, Plaisir, Belustigung, Zerstreuung, mit Einschränkungen auch Freude, Spaß oder Zeitvertreib umschreiben alle das positive Gefühl, das sich einstellt, wenn man sich gut ›unterhalten‹ fühlt. Andererseits benutzt fast jeder, der sich mit Phänomenen der populären Vergnügungskultur beschäftigt, unterschiedliche Begriffe.<sup>22</sup> So bevorzugt beispielsweise auch der Kulturwissenschaftler Hans-Otto Hügel den Begriff ›Unterhaltung‹, allerdings aus anderen Gründen als Dyer. Es geht ihm weniger darum, eine historische Periodisierung vorzunehmen; vielmehr betont er das Kommunikative des Unterhaltungsprozesses, das schon durch die Bedeutungs-doppelung im Sinne von ›Gespräch‹ deutlich werde. Er schlägt deshalb vor, unterhaltende Rezeption als ästhetische Wahrnehmung zu begreifen, die sich, anders als Informationen, nicht über Begriffe vermittelt. Ihr Markenzeichen (und hierin unterscheidet sie sich von der Kunstwahrnehmung) sei ihre Rezeptionsoffenheit. Die Rezipienten haben grundsätzlich die Möglichkeit, die Mitteilungskraft des Wahrgenommenen als Erfahrung aufzunehmen – sie müssen es aber nicht.

Während Kunstrezeption ihrem Anspruch nach Unbedingtheit fordert, keine Beliebigkeit in der Wahrnehmung und im Interesse erlaubt, [...] erlaubt die Unterhaltungsrezeption (fast) jedes Maß an Konzentration und Interesse. Nicht ›richtiges‹ Verstehen, sondern Teilhabe ist wichtig, wenn wir uns unterhalten wollen.<sup>23</sup>

Der Begriff der Vergnügungskultur bezeichnet im Folgenden weniger einen gefühlsgeschichtlichen, rezeptionsorientierten oder anthropologischen Ansatz als die Summe dessen, was in einer Epoche als Vergnügen wahrgenommen wird. Damit ist nicht gesagt, dass es dabei nicht um Gefühle ging, die die Produzenten der Vergnügungskultur herzustellen bemüht waren und die Konsumenten nachfragten. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie dieses Vergnügen zum Gegenstand ökonomischer Transaktionen und zum Produkt einer industriellen (oder semi-industriellen) internationalen Vergnügungsindustrie wurde. Es war Teil eines Prozesses der »Kommerzialisierung der Gefühle«, wie er für das 19. und 20. Jahrhun-

**22** | Vgl. etwa die zahlreichen konzeptionellen Zugänge zur Populärtkultur im ersten Teil »Konzepte Populärer Kultur« des Sammelbands: Hans-Otto Hügel (Hg.): *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*, Stuttgart/Weimar 2003, S. 23-89.

**23** | Hans-Otto Hügel: »Ästhetische Zweideutigkeit der Unterhaltung. Eine Skizze ihrer Theorie«, in: *montage/av* 2 (1993), S. 119-141, hier S. 130, siehe auch Hans-Otto Hügel: »Unterhaltung«, in: ders. (Hg.): *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*, Stuttgart/Weimar 2003, S. 73-82.

dert konstatiert worden ist.<sup>24</sup> Mit unterschiedlichen Schwerpunkten werden daher in den Beiträgen sowohl die Produktion der einzelnen Vergnügungsangebote als auch die Rezeptionsmöglichkeiten des kommerziellen Vergnügens im Kontext der Stadtgeschichte um 1900 beleuchtet.

## METROPOLE UND VERGNÜGUNGSKULTUR

Die Metropolen der Jahrhundertwende waren – so die These des Bandes – der Geburtsort einer neuen Vergnügungskultur und diese umgekehrt ein Teil jenes von Heinz Reif beschworenen »*Mehr*«, durch das sich die Metropole von der großen Stadt unterschied. Zugleich war sie *mehr* als einfach ›nur‹ Vergnügen im Sinne Diers, das es zu allen Zeiten und in vielen Kontexten gab. Daher richtet sich der Blick des Bandes auf die Vergnügungskultur eines spezifischen Zeitraums, der ›langen Jahrhundertwende‹, die zugleich das Zeitalter der Metropolen war.

Sieben Charakteristika zeichneten diese urbane Vergnügungskultur – im Unterschied zum bloßen Vergnügen – aus. Zunächst bezeichnet Vergnügungskultur die Summe aller Angebote, die darauf abzielten, zu zerstreuen und dem Publikum Abwechslung und Ablenkung von Arbeit und Alltag zu bieten. Hierfür bot sie sinnliche und ästhetische Eindrücke, überwältigende und beeindruckende Erlebnisse und visuell und akustisch überbordende Inszenierungen. Die Vergnügungskultur versuchte – zweitens – stets ein möglichst breites Publikum anzusprechen, sie richtete sich an die Masse der Bewohner der urbanen Zentren. Vergnügungskultur war – drittens – in erster Linie eine kommerzielle Kultur: Die Unternehmer, die Zirkus-, Zoo- oder Theaterdirektoren, die Wirte und Kinobetreiber, sie alle suchten immer auch den kommerziellen Erfolg. Je größer das Publikum, desto höher die Einnahmen – diese einfache kapitalistische Gleichung veranlasste die Akteure, immer neue Massenspektakel zu erproben und umzusetzen. Die öffentliche und tendenziell egalitäre Zugänglichkeit der Unterhaltungsangebote war – viertens – ein weiteres Merkmal, das die Vergnügungskultur auszeichnete. Zwar lösten sich die Klassenschranken und die Geschlechtertrennung in der Vergnügungskultur nicht vollständig auf, aber die grundsätzliche Zugänglichkeit aller Angebote für jede und jeden stellte eine qualitative Neuerung und einen Schritt hin zu einer egalitäreren Gesellschaft dar.<sup>25</sup> Die umfassende Verfügbarkeit und ständige Sichtbarkeit der Vergnügungskultur war ein fünftes Charakteristikum. Nicht nur die Fülle von Kinos und Theatern, Music Halls und Varietés, sondern auch andere Formen

---

**24** | Arlie Russell Hochschild: *Das gekaufte Herz. Die Kommerzialisierung der Gefühle*, aus dem Englischen von Ernst von Kardoff, mit einem aktuellen Vorwort von Arlie Russell Hochschild und einer Einleitung von Sighard Neckel, Frankfurt a.M. 2006 (zuerst als *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling*, Berkeley 1983).

**25** | Siehe dazu die Beiträge von Peter Jelavich sowie von Hanno Hochmuth und Johanna Niedbalski in diesem Band.

der Vergnügungskultur waren in den Metropolen um 1900 allgegenwärtig: Postkarten und Werbeplakate, Neonlicht und illustrierte Zeitschriften, Kunstdrucke und Grammophonmusik. All diese Elemente der Vergnügungskultur trugen zu einer »Ästhetisierung der Lebenswelt« der Großstadtbewohner bei und bestimmten die sinnlichen Erfahrungswelten ihrer Rezipienten.<sup>26</sup> Die Vergnügungskultur war – sechstens – keineswegs unumstritten. Vielmehr gab es stets scharfe Auseinandersetzungen über Sinn und Unsinn von Unterhaltung, über gutes und schlechtes Vergnügen, über Gefahren und Chancen oder über Schmutz und Schund im Vergnügen.<sup>27</sup> Bürgerliche Sittenwächter, Lehrer, Erzieher, Pfarrer und staatliche Institutionen kämpften für eine Einschränkung oder Reglementierung des Vergnügens, das ihrer Meinung nach eine Gefahr für die unmündigen oder minderjährigen Rezipienten darstellte.<sup>28</sup> In eine andere Richtung zielte der Vorwurf von Theodor Adorno (1903-1969) und Max Horkheimer (1895-1973), populäre Unterhaltung sei nicht nur unpolitisch, sondern konditioniere ihre Konsumenten zu willigen Subjekten des kapitalistischen Systems.<sup>29</sup> Die Vertreter der Cultural Studies hingegen betonen, dass auch den Produkten der scheinbar trivialen Unterhaltungskultur ein subversives Potential innewohnen kann und die Rezipienten keinesfalls als willenlose Konsumenten der Angebote der Vergnügungsindustrie angesehen werden sollten.<sup>30</sup> Schon in diesen Debatten zeigt sich – siebtens –, dass die Vergnügungskultur durchaus politisch war. Auch vordergründig unpolitische, rein kommerzielle Angebote der Vergnügungskultur integrierten bisweilen politische Elemente, wenn beispielsweise in Vergnügungsparks der Sedantag gefeiert wurde oder wenn im Varieté tagesaktuelle Geschehnisse aufgegriffen und satirisch verarbeitet wurden. Umgekehrt wurde die Vergnügungskultur sowohl durch politische Bewegungen als auch durch staatliche Institutionen für ihre jeweiligen Zwecke vereinnahmt, sei es mit subversiver oder systemstabilisierender Absicht.<sup>31</sup>

Nicht jedes dieser Charakteristika fand sich in jedem Angebot der Vergnügungskultur wieder. Dennoch zeigen diese sieben Punkte, welche Gemeinsamkei-

---

26 | Rüdiger Bubner: *Ästhetische Erfahrung*, Frankfurt a.M. 1989, S. 147.

27 | Kaspar Maase: »Schmutz und Schund«. Die Auseinandersetzung um die Massenkultur im deutschen Kaiserreich 1871-1918, in: *Humboldt-Spektrum* 4 (1997), S. 48-54.

28 | Vgl. den Aufsatz von Angelika Hoelger in diesem Band.

29 | Max Horkheimer/Theodor Adorno: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Amsterdam 1948.

30 | Vgl. etwa: John Fiske: *Understanding Popular Culture*, London/New York 1989; John Fiske: »Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur«, in: Andreas Hepp/Rainer Winter (Hg.): *Kultur - Medien - Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*, Opladen 1999, S. 67-85; Rainer Winter: »Spielräume des Vergnügens und der Interpretation. Cultural Studies und die kritische Analyse des Populären«, in: Jan Engelmann (Hg.): *Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies-Reader*, Frankfurt a.M. 1999, S. 35-48 oder: Christina Lutter/Markus Reisenleiter: *Cultural Studies. Eine Einführung* (Cultural Studies 0), Wien 2002.

31 | Vgl. den Beitrag von Amália Kerekes und Katalin Teller in diesem Band.

ten Theater, Varieté, Konzerthalle, Zirkus, Panorama und die vielen anderen Vergnügungsorte miteinander verbanden, die Bennett in die *Stadt der tausend Freuden* aufzählt. Diese sieben Punkte beschreiben die Vergnügungskultur in den Metropolen und ihre Entstehung vor dem Hintergrund der Herausbildung von Metropolen um 1900. Noch nicht geklärt ist dadurch, wie genau die Wechselwirkungen zwischen Metropole und Vergnügungskultur aussahen. Einige Perspektiven sollen im Folgenden diese Beziehungen veranschaulichen.

Die Vergnügungskultur war an der medialen Konstruktion der Metropole beteiligt. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Posse *Haussegen, oder: Berlin wird Weltstadt!*, in der David Kalisch (1822-1872) bereits 1866 Berlin eine Zukunft als Weltstadt prophezeite.<sup>32</sup> Diese Formel entwickelte sich schnell zum Selbstläufer. Vor allem nach der Reichsgründung forderten viele Berliner für ihre Stadt, dem ›Nachzügler‹ unter den Metropolen, den Rang einer Weltstadt ein.<sup>33</sup> Auch die mit wachsendem Tourismus immer zahlreicher erscheinenden Reiseführer beteiligten sich an der Erzeugung einer metropolitanen Aura.<sup>34</sup>

Aber nicht nur die mediale Konstruktion einer Metropole kann anhand der Vergnügungskultur verfolgt werden, auch die Verarbeitung metropolitaner Erfahrungen der Bewohnerinnen und Bewohner einer Stadt erfolgte in der und durch die Vergnügungskultur. Die Stadt diente nicht nur dem von Peter Fritzsche untersuchten boomenden Zeitungsmarkt, sondern allen Formen der Vergnügungskultur als eine unerschöpfliche Quelle von Themen und Charakteren. Das Berliner Metropol-Theater, das bereits in seinem Namen den Weltstadt-Anspruch proklamierte, feierte einen Erfolg nach dem anderen mit Jahresrevuen, die die Berliner Geschehnisse und Moden des vergangenen Jahres satirisch Revue passieren ließen.<sup>35</sup> In Kinofilmen wurden die alltäglichen Erfahrungen von Verkehr und Hektik beispielsweise durch besondere Schnitttechniken oder in so genannten ›phantom rides‹ visualisiert.<sup>36</sup> Aber auch die Erfahrung des Verlusts von ›Ursprünglichkeit‹ und ›Natürlichkeit‹ wurde in der metropolitanen Vergnügungskultur verarbeitet: Alpenbälle, Volksspossen oder Historienstücke ließen die Großstädter in romanti-

**32** | David Kalisch: *Haussegen, oder: Berlin wird Weltstadt!*, Berlin o.J. [1866].

**33** | Walther Rathenau: »Die schönste Stadt der Welt«, in: ders.: *Nachgelassene Schriften*, Bd. 2, Berlin 1928, S. 259-280, 260-262 (zuerst in der *Zukunft* 7.1.1899).

**34** | Vgl. Nicholas T. Parsons: *Worth the Detour. A History of the Guidebook*, Stroud 2007 und den Beitrag von Tobias Becker in diesem Band, der auf Reiseführer und deren Beteiligung an der medialen Konstruktion der Städte eingeht.

**35** | Jelavich: *Berlin Cabaret*, S. 104-117; Marline Otte: *Jewish identities in German popular entertainment, 1890-1933*, Cambridge 2006, S. 205-213; Tobias Becker: »Feste des Konsums? Unterhaltungstheater und Warenhäuser in Berlin und London um 1900«, in: Erika Fischer-Lichte/Matthias Warstat (Hg.): *Staging Festivity: Theater und Fest in Europa*, Tübingen/Basel 2009, S. 216-237.

**36** | Siehe hierzu den Aufsatz von Andrea Haller im vorliegenden Band.

schen oder historisierenden Kulissen schwelgen und gleichzeitig durch den Kontrast die moderne großstädtische Realität umso deutlicher hervortreten.<sup>37</sup>

Die Vergnügungskultur griff Erfahrungen, Themen und Ereignisse aus dem Leben der Großstadtbewohner auf und thematisierte sie in Theaterstücken, Kinofilmen, Panoramen oder Zirkusvorstellungen. Sie ermöglichte den Zuschauern und Besuchern auf unterhaltende Weise eine emotionale oder intellektuelle Auseinandersetzung mit ihren Großstadterfahrungen – ohne dabei, im Gegensatz zur etablierten Hochkultur, ein spezielles Wissen vorauszusetzen. Auf diese Weise trug sie zur ›inneren Urbanisierung‹ bei. In der Tat unterschied sich das Leben in rasant wachsenden Städten wie Berlin damals noch sehr viel fundamentaler von demjenigen in den Dörfern und ländlichen Gemeinschaften, aus denen ein großer Teil der neuen Großstadtmenschen kam. Die Expansion und Beschleunigung des Verkehrs, die Zeithyphen der Fabrikarbeit, die Verdichtung der gebauten Umwelt, die Enge der Wohnverhältnisse, die Kommerzialisierung von Versorgung und Dienstleistungen, die Anonymität des Lebens stellten die Neuankömmlinge vor eine Fülle von Herausforderungen, die diese kreativ bewältigen mussten. Vergnügungsorte mit einem Massenpublikum stellten darüber hinaus Räume dar, in denen das Zusammenleben einer großen Anzahl unterschiedlicher Menschen ganz praktisch eingeübt werden konnte. Hierfür, so argumentiert der vorliegende Band in Adaptation des Konzepts von Korff, leistete die Vergnügungskultur einen entscheidenden Beitrag.

Der Soziologe Georg Simmel (1858-1918) kann als Urvater des Konzepts der ›inneren Urbanisierung‹ angesehen werden, da er in seinem Aufsatz »Die Großstädte und das Geistesleben« bereits als Zeitgenosse die Auswirkungen des Großstadtlebens auf die Mentalität der Menschen analysierte.<sup>38</sup> Die Dichte, die durch die Nähe zahlreicher Menschen entstand und die damit verbundene Fülle von Eindrücken, die die Großstadtbewohner verarbeiten mussten, bestimmten jenen Wahrnehmungsmodus der Großstadtmenschen, den Simmel als eine »Steigerung des Nervenlebens« beschrieb. Um unter diesen Bedingungen leben zu können, umgab sich der Städter Simmel zufolge mit einer reservierten Intellektualität, mit

**37** | Siehe hierzu die Beiträge von Franka Schneider und Karl Borromäus Murr in diesem Band. Siehe auch Katja Zelljadt: »Presenting and Consuming the Past. Old Berlin and the Industrial Exhibition of 1896«, in: *Journal of Urban History* 3 (2005), S. 306-333.

**38** | Georg Simmel: »Die Großstädte und das Geistesleben«, in: ders.: *Aufsätze und Abhandlungen 1901-1908*, Bd. 1, Frankfurt a.M. 1995, S. 116-131; siehe dazu auch Lothar Müller: »Die Großstadt als Ort der Moderne. Über Georg Simmel«, in: Klaus R. Scherpe (Hg.): *Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne*, Reinbek bei Hamburg 1988, S. 14-33; Paul Nolte: »Georg Simmels Historische Anthropologie der Moderne. Rekonstruktion eines Forschungsprogramms«, in: *Geschichte und Gesellschaft* 24 (1998), S. 225-247; Rolf Lindner: »Die Großstädte und das Geistesleben. Hundert Jahre danach«, in: Walter Siebel (Hg.): *Die europäische Stadt*, Frankfurt a.M. 2004, S. 169-178.

einer Blasiertheit und Distanziertheit, die einerseits Selbstschutz war, andererseits auch Möglichkeiten zur persönlichen Freiheit und Individualität bot. Die Vergnügungskultur half bei der Anpassung an diesen Zustand, indem sie das Leben in der Stadt zum Thema machte, trug aber selbst wiederum zu dem Eindruck von Dichte und Fülle und damit zur »Steigerung des Nervenlebens« bei. Sie kann daher als Katalysator all jener Reaktionen angesehen werden, die Simmel beschrieb. Während die Metropole der Vergnügungskultur als Nährboden diente, war die Vergnügungskultur der Katalysator der ›inneren Urbanisierung‹.

\* \* \*

Der vorliegende Band versammelt Beiträge aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen, die sich mit der Vergnügungskultur in Metropolen während der ›langen Jahrhundertwende‹ beschäftigen. Die Konzentration auf Berlin reflektiert einen allgemeinen Trend in der gegenwärtigen deutschsprachigen Forschung zur Vergnügungskultur. Berlin galt um 1900 als die am schnellsten wachsende Stadt der Welt, als ›Chicago Europas‹, als Sinnbild für Fortschritt, Schnelligkeit, Modernität, aber auch für Laster und Sittenlosigkeit. Berlin war Verkehrsknotenpunkt, Dienstleistungs- und Handelszentrum, Regierungssitz und Zentrum der Hochkultur. Kurz: Berlin verkörperte all das, was in den Augen der Zeitgenossen eine Metropole ausmachte. Die Besonderheit Berlins bestand aber im Gegensatz etwa zu Paris oder London darin, dass seine Entwicklung zur Metropole erst im späten 19. Jahrhundert eingesetzt hatte und dann in extrem beschleunigter Form vonstatten ging. Hier können die Prozesse der Verstädterung und Urbanisierung in »Überschärfe« und »Übergröße«<sup>39</sup> betrachtet werden, sie bündeln sich quasi wie in einem Brennglas.<sup>40</sup> Auch konnten, abgesehen von Wien, kaum andere deutschsprachige Städte um 1900 um den Rang der Metropole konkurrieren. Dennoch richten die Beiträge immer wieder Blicke über Berlin hinaus, wenn sie Transfer- oder Austauschprozesse zwischen einzelnen Metropolen oder zwischen Metropole

---

**39** | Korff: »Mentalität und Kommunikation in der Großstadt«, S. 344.

**40** | Zur Geschichte Berlins vgl. etwa: Detlef Briesen: »Berlin – Die überschätzte Metropole. Über das System deutscher Hauptstädte zwischen 1850 und 1940«, in: Gerhard Brunn/ Jürgen Reulecke: *Metropolis Berlin. Berlin als deutsche Hauptstadt im Vergleich europäischer Hauptstädte 1871-1939*, Bonn/Berlin 1991, S. 39-78; Michael Erbe: »Aufstieg zur Weltstadt«, in: Werner Süß/Ralf Rytlewski (Hg.): *Berlin. Die Hauptstadt. Vergangenheit und Zukunft einer europäischen Metropole*, Berlin 1999, S. 52-99; Horst Matzerath: »Berlin, 1890-1940«, in: Anthony Sutcliffe (Hg.): *Metropolis 1890-1940*, London 1984, S. 289-318. Zum Vergleich Berlins mit Chicago: Ralf Thies/Dietmar Jazbinsek: »Embleme der Moderne. Berlin und Chicago in Stadttexten der Jahrhundertwende«, Discussion Paper FS-II 99-501, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin 1999.

und Provinz untersuchen.<sup>41</sup> Denn Metropolen lassen sich nur relational, in Abgrenzung zu anderen ländlichen oder urbanen Räumen definieren. Aber auch in ganz praktischer Hinsicht sind Metropolen von der Provinz abhängig: sei es hinsichtlich der Versorgung der Bewohner mit Nahrungsmitteln, der Entsorgung von Abfall und Abwasser oder der Verkehrsanbindungen. Ein besonderer Schwerpunkt des Bandes liegt auf den Austauschprozessen mit der tatsächlichen oder auch nur imaginierten Provinz. Dabei fungierte »das Provinzielle« häufig als vermeintlich authentischer Sehnsuchtsort und damit auch als Gegenort zur Metropole, der in der Vergnügungskultur verklärt und überhöht wurde. Es zeigt sich aber auch, wie sehr dieses Bild der Provinz von städtischen Illusionen geprägt war und dass auch die Provinz um 1900 bereits an der Vergnügungskultur partizipierte.<sup>42</sup>

Die Vergnügungskultur zeichnete sich durch eine große Innovationskraft aus, mit der stets andere Akteure mit immer neuen Ideen versuchten, das Publikum für Unterhaltungs- und Vergnügungsangebote zu gewinnen. Vor allem technische Neuerungen wurden genutzt, um sie in Vergnügungsangebote umzuwandeln oder »sensationelle« und attraktive neue Angebote zu erfinden. Mischformen und Verflechtungen zwischen den einzelnen Medien und Gattungen der Vergnügungskultur entstanden. Nicht alle waren erfolgreich, manche Mischformen hatten nur eine kurze Überlebensdauer oder wurden durch technisch überzeugendere Innovationen abgelöst. Andere hingegen blieben über Jahrzehnte hinweg erfolgreich; so unterhielten etwa Musikautomaten bis in die 1970er Jahre hinein ihr Publikum, wenn auch mit anderer Technik als um 1900.<sup>43</sup>

In verschiedenen politischen Systemen wurde mit unterschiedlichem Ziel und unterschiedlichem Erfolg versucht, Unterhaltung und Politik miteinander zu verbinden beziehungsweise im Gegenteil strikt auseinanderzuhalten. So konnte einerseits politische Repräsentation in der städtischen Öffentlichkeit mit populärem Vergnügen eine enge Allianz eingehen. Andererseits ist die Geschichte der Vergnügungskultur auch immer die Geschichte ihrer Einschränkung und Reglementierung.<sup>44</sup> Diese disparaten Reaktionen seitens der kommunalen oder staatli-

**41** | Amália Kerekes und Katalin Teller vergleichen zwei Vergnügungsparks in Wien und Budapest, Tobias Becker die Vergnügungsviertel von sechs verschiedenen Metropolen. Stefanie Watzka untersucht die Transferprozesse von Mode zwischen Pariser und Berliner Theaterbühnen und Tim Opitz die globalen Vernetzungen eines Nationaldenkmals. Kristin Becker untersucht den Transfer eines populären Theaterspektakels der Berliner Urania nach New York und Rebecca Wolf die Vorführung von Musikautomaten auf diversen Reisen quer durch Europa.

**42** | Vgl. die Beiträge im Kapitel »Ungleichzeitigkeiten – Jenseits der Metropole« von Karl Borromäus Murr, Franka Schneider und Andrea Haller.

**43** | Vgl. die Beiträge im Kapitel »Verflechtungen – Intermedialisierung des Vergnügens« von Stefanie Watzka, Kristin Becker und Rebecca Wolf.

**44** | Vgl. die Beiträge von Amália Kerekes und Katalin Teller, von Tim Opitz und Angelika Hoelger im Kapitel »Repräsentationen – Politik und Vergnügen in der Metropole«.

chen Akteure waren in hohem Maße von den sozialen und politischen Konstellationen und den jeweiligen Schauplätzen abhängig. So wurde oben zwar konstatiert, dass in der Vergnügungskultur gesellschaftliche Schranken tendenziell aufgeweicht wurden. Allerdings entstand auch in der Vergnügungskultur keine egalitäre Gesellschaft. Antisemitismus, Geschlechtertrennung und soziale Segregation ließen sich nicht durch die potentielle Möglichkeit eines gemeinsamen Kino- oder Theaterbesuchs aufheben. Jedoch wurden in der Vergnügungskultur Räume geschaffen, die eine egalitäre Begegnung verschiedener gesellschaftlicher Gruppen, Klassen oder Geschlechter immerhin ermöglichten. In diesen Begegnungsräumen konnten sich Gelegenheiten zur Kontaktaufnahme und Kommunikation ergeben – beides ohne Zweifel Voraussetzungen für einen egalitären Umgang verschiedener Bevölkerungsgruppen.<sup>45</sup>

Die Beiträge des vorliegenden Bandes knüpfen an frühere Studien zur urbanen Vergnügungskultur und die darin formulierten Thesen und Fragestellungen an und entwickeln das Konzept der ›inneren Urbanisierung‹ weiter.<sup>46</sup> Sie untersuchen am Beispiel der Vergnügungskultur die Ausbildung urbaner Lebensstile, Mentalitäten und Identitäten. Ausgangspunkt bildet durchweg die Empirie: Untersucht werden entweder konkrete urbane Räume wie der Königsplatz oder die Fruchtstraße in Berlin oder konkrete Vergnügungsangebote wie die Berliner Urania oder der Alpenball. Ausgehend von diesen Beispielen beleuchten alle Beiträge, inwiefern die Stadt die Vergnügungskultur formte und wie umgekehrt die Vergnügungskultur zum Anpassungsprozess an das Leben in der Stadt beitrug. Dadurch will der Band den Blick schärfen für die räumliche Dimension des Vergnügens. Gleichzeitig werden die einzelnen Vergnügungsangebote als integraler Bestandteil des urbanen Lebens ernst genommen und ihre Funktionen im sozialen Gefüge der Stadt analysiert.

---

**45** | Vgl. die Beiträge im Kapitel »Ungleichheiten – Gesellschaft und Vergnügen in der Metropole« von Peter Jelavich, Hanno Hochmuth und Johanna Niedbalski sowie von Tobias Becker.

**46** | Gemeint sind die bereits zitierten Studien von Peter Bailey, Peter Jelavich oder Martin Baumeister.