

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung	9
Tiergärten als Gegenstand kulturwissenschaftlicher Forschung	13
Die Themen dieses Buches	16
Methodisches	21
Historische <i>Cultural Studies</i>	21
Zoologische Texturen	24
Pläne und Karten	25
I. Planung	29
Gründungsgeschichten	29
Die Massen im Zoo	37
»Communication«	43
Menschenverkehr	43
Warenzirkulation	46
II. Ordnung	53
Figuren des Bürgerlichen	53
Tiere	53
Wärter	63
Besucher	66
III. Wahrnehmung	75
Vorschriften des Raumes	75
Szenarien des Sehens	77
Überblick	78
Rahmung	83
Fragmentierung	89

IV. Konsum	93
Berlin. Die Kommerzialisierung des Exotischen	93
»Der Garten wird erst chic, wenn die Tiere nicht mehr zu sehen sind«	94
»Bilder, die das Publikum niemals vergißt« – Von Tempeln und Kathedralen für Tiere und Menschen	99
Passagen des Exotischen. Die Ästhetik des Konsums	103
Wien. Zögerliche Moderne	114
»Zwingerverein« mit Panorama	114
»Volksbelustigungen aller Art, Monstre-Concerte, Bälle an allen Ecken« – Das Vergnügen außerhalb	120
»... immer mit der Geschmacksrichtung des großen Publicums rechnen« – Der Pratertiergarten	126
V. Stadtnatur	133
»[A]lles was zu uns kommt, und käme es vom Ende der Welt, kommt aus uns selber.«	139
Anmerkungen	143
Quellen- und Literaturverzeichnis	153
Abbildungsnachweis	167