

Inhalt

- 1 Einleitung: Gentrifizierung, Authentizität und ethnisierende Vermarktung | 7

DIE GENESE DER BERLINER FALAFELKULTUR

- 2 Der Nährboden: Wandlungen der Konsum- und Einwanderungsgesellschaft Berlins | 43
- 3 Unbemerkte Gentrifizierer: Falafelimbisse als Träger der urbanen Aufwertung | 77

DER KONSUM DES ARABISCHEN

- 4 Die Formation des Arabischen in Berlins Gastronomie | 129
- 5 Der Berliner Orient: Das Interieur als Spiegel der Aufwertung | 153
- 6 Das Fremde wird vertraut: Zur sozialen Praxis des Falafelkonsums | 199
- 7 Das Arabische – auch ein Konfliktstoff? | 223
- 8 Zwischenfazit: Kulturelle statt ökonomische Inszenierungen als Strategien in der Gentrifizierung | 253

DIE BERLINER GESCHMACKSLANDSCHAFT DER GENTRIFIZIERUNG

- 9 Falafel versus Döner: Die Abgrenzung der neuen Mittelschicht | 263
- 10 Berlins Transkulturalität als Distinktionsfläche | 295
- 11 Fazit: Der Geschmack der Gentrifizierung – Kulturelles Kapital, Distinktion und Orientalismus in Berlin | 317

Verzeichnis der Interviews | 327

Literatur | 331

