

# Inhalt

---

## I. Einleitung | 7

1. Rhetorische Dimensionen der Orientierung im urbanen Raum | 7
2. Über die Gegenstände der Arbeit | 8
3. Ziele der Arbeit | 20
4. Forschungsstand: Designrhetorik | 24
5. Rhetorik der Stadt – Praktiken des Zeigens, Orientierung und Place-Making im urbanen Raum | 39

## II. Methoden der Rhetorik und Rhetorik als Methode | 43

1. Einführung in das Kapitel | 43
2. Zwei Arten der Rhetorik | 44
3. Grundbegriffe | 51
4. Rhetorik als Methode | 93

## III. Zum Verhältnis von Stadt und Rhetorik | 97

1. Einleitende Bemerkungen zur Designrhetorik der Stadt | 97
2. Die Stadt als Raum der Rhetorik | 99
3. Labyrinth und Collage – Bewegen und Verweilen | 110

## IV. Wege aus dem Labyrinth – Kevin Lynchs „*The Image of the City*“ | 119

1. Einführung in das Kapitel | 119
2. The Image of the City | 119
3. City Form | 133

## V. Place-Making – Die Stadt als rhetorischer Raum | 143

1. Einführung in das Kapitel | 143
2. place/space und Collage | 145
3. Rhetorik des place | 151
4. Können places gestaltet werden? | 155
5. Anmerkung zu einer rhetorischen techne des place-makings | 162

**VI. Rhetorik des Zeigens – rhetorische Dimensionen  
urbaner Beschilderungen | 179**

1. Einführung in das Kapitel | 179
2. Rhetorik des Zeigens | 181
3. Wirkziele und Strategien des Zeigens | 208
4. Zusammenfassung | 286

**VII. Schlussbetrachtung | 289**

1. Einige zentrale Aspekte der Arbeit | 289
2. Schlusswort | 294

**VIII. Literatur | 295**

**IX. Abbildungen | 309**

**Danksagung | 313**