

# Inhalt

## **Vorwort**

Walter Brune S. 7

## **Einführung, oder: Troja lässt grüßen**

Rolf Junker, Holger Pump-Uhlmann S. 11

## **I. Situation und Entwicklung S. 15**

### **1. Innerstädtische Einkaufszentren:**

**Entwicklungen – Strukturen – Perspektiven**

Gerd Kühn S. 17

## **II. Center und Stadt S. 29**

### **1. Lebendige Stadt, belebte Stadt oder inszenierte Urbanität?**

Hartmut Häußermann S. 31

### **2. Hollywood goes Stadt oder: Der Verkauf des Öffentlichen**

Gert Kähler S. 37

### **3. Der Weg zu einer neuen Stadt**

Dieter Hoffmann-Axthelm S. 43

### **4. Integriert oder nicht integriert? – Ein bedeutender Unterschied**

Walter Brune S. 55

### **5. Innenstadtentwicklung durch Shopping-Center?**

Walter Brune S. 65

## **III. Die Centerentwicklung aus Sicht der Wirtschaft S. 73**

### **1. Innerstädtische, großflächige Einzelhandelszentren –**

›Sargnägel‹ oder Bereicherung für gewachsene Innenstädte?  
Thomas Doerr S. 75

### **2. Shopping-Center können keine Citys ersetzen – Stadtplanung nur noch durch Centerentwickler?**

Ralf Bettges S. 85

### **3. Wie viele Zentren verträgt die Stadt?**

Eckhard Brockhoff S. 93

#### **IV. Prozessgestaltung bei der Entwicklung von Centern** S. 105

1. **Center statt Stadt? – Die Rolle der Stadtplaner.**  
Für einen sorgfältigeren Umgang mit der Innenstadt  
Rolf Junker S. 107
2. **Die Tricks und Durchsetzungsstrategien der Entwickler.**  
Ein Bericht aus der Praxis  
Walter Brune S. 119
3. **Centerentwicklung und die Rolle der Gutachter**  
Arnd Jenne S. 135
4. **Operation Otto: Die Braunschweiger »Schloss-Arkaden«**  
Holger Pump-Uhlmann S. 147
5. **Die Stiftung *Lebendige Stadt***  
Holger Pump-Uhlmann S. 167
6. **Von der großen Belagerung der Stadt Cottbus**  
Werner Lorenz S. 177
7. **Verfahrensbeispiel Duisburg.**  
Eine Stadt entscheidet sich für Identität  
Astrid Schulte S. 201
8. **ECE bringt das Saarland unter Kontrolle**  
Immobilien Zeitung S. 213

#### **V. Wirkungen innerstädtischer Shopping-Center** S. 219

1. **Die City braucht kein Center**  
Dirk Lührmann S. 221
2. **Das Rotmain-Center in Bayreuth: Chancen und Risiken  
eines innenstadt-integrierten Einkaufszentrums**  
Rolf Monheim S. 225
3. **Back to the City – Lifestyle Center versus Supermall**  
Peter Fuhrmann S. 255
4. **VERKAUFEN SIE!**  
Eine Glosse über das Verkaufen ungeliebter Werte  
Gerhard Krenz S. 261

#### **Kommentar**

Walter Brune S. 271

#### **Schlusswort**

Walter Brune, Rolf Junker, Holger Pump-Uhlmann S. 275

Autoren S. 281

Bildnachweis S. 287

Impressum S. 288