

Inhalt

<i>Kurt Klein</i> Handelsimmobilien – ein neues Feld der geographischen Handelsforschung	7
I. Grundlagen	17
<i>Kurt Klein</i> Handelsimmobilien – Eine Einordnung	19
<i>Matthias Segerer</i> Das Angebot an und die Nachfrage nach Typen von Handelsimmobilien: Eine Synthese aus Theorien der Handelsforschung und der Immobilienwirtschaft?	27
II. Phasenorientierter Ansatz – Projektentwicklung und -vermarktung	93
<i>Kurt Klein</i> Projektentwicklung von Handelsimmobilien – ein Überblick	95
<i>Kurt Klein</i> Projektentwicklung und Vermarktung bei standardisierten und individuell errichteten Handelsimmobilien	113
<i>Jens Hirsch</i> Die Rolle der Kommunen – das Beispiel der Mittelstädte	121
<i>Christoph Klement</i> Risikoadjustierung durch Immobilien-Research: Städte-Ranking in Deutschland	141
<i>Thiemo-Alexis Bosse</i> Projektentwicklung zwischen allen Stühlen – das Beispiel Braunschweig	175
III. Funktionsspezifischer Ansatz - Immobilienmanagement	189
<i>Kurt Klein</i> Wertermittlung bei Handelsimmobilien – eine Einführung	191
<i>Tobias Dichtl</i> Innerstädtische Handelsimmobilien als Determinanten der Einzelhandels- entwicklung – eine Untersuchung am Beispiel der Stadt Würzburg	207

IV.Strategiebezogene Aspekte - Entwicklungen und Zukunftsperspektiven ..233

Kurt Klein

Ausgewählte Aspekte der Handelsumwelt mit Folgen für die
Handelsimmobilien..... 235

Heiner Schote

Business Improvement Districts – Private Investitionen in gewachsene
Einzelhandelslagen: Überblick über BIDs in Deutschland und Erfahrungen
aus Hamburg..... 249

Dieter Bullinger

Einige Gedanken zur Zukunft der Handelsimmobilie Shopping-Center 287

Frank Wenzel

Urbanität kultivieren – Nachhaltigkeit bei der Investition in
Einzelhandelsimmobilien 317

Markus Wotruba

Die Handelsimmobilie und das Internet: Auswirkungen des eCommerce
auf die Entwicklung der Flächennachfrage des Einzelhandels 331