

VORWORT	9	3 FALLSTUDIEN	37
ZUSAMMENFASSUNG	10	3.1 Nationale Rahmenbedingungen	37
1 ZENTREN IM WANDEL: METHODIK UND AUFBAU DER STUDIE	14	3.2 Deutschland	42
1.1 Ausgangslage	14	Reschop Carré, Hattingen	43
1.2 Forschungsfragen	15	Fünf Höfe, München	57
1.3 Auswahl der Fallstudien	16	Stubengasse, Münster	71
1.4 Forschungsmethode	17	Kamp-Promenade, Osnabrück	85
2 STADT UND HANDEL	19	Clemens-Galerien, Solingen	99
2.1 Einkaufen in der Stadt	19	Theresien Center, Straubing	113
Eine typologische Betrachtung		3.3 Großbritannien	126
2.2 Stadt und Center	27	SouthGate, Bath	127
Herausforderung Integration		Cabot Circus, Bristol	143
		Liverpool ONE, Liverpool	161
		3.4 Niederlande	178
		Citymall, Almere	179
		Musis Kwartier, Arnheim	195
		Entre Deux, Maastricht	209
		4 DIE FALLSTUDIEN: QUERSCHNITTS-AUSWERTUNG	224
		4.1 Integrierte Planung	224
		4.2 Räumlich-funktionale Qualitäten	225
		4.3 Ein neues Verständnis von Centermanagement	233
		4.4 Städtebaulicher und ökonomischer Mehrwert	234
		5 ZEHN ERFOLGSINDIKATOREN	244
		AUSBLICK	252
		ANHANG	254
		Danksagung	
		Literatur und Quellen	
		Abbildungsnachweis	