

# Inhalt

<b>1 Einleitung</b> .....	9
<b>2 Theoretische Überlegungen zum Wandel der Shopping Center</b> .....	13
2.1 Die Nachfrageseite .....	14
2.2 Die Angebotsseite .....	21
2.3 Standort und Einzugsgebiet .....	27
<b>3 Traditionelle Shopping Center</b> .....	30
3.1 Die 1920er Jahre: Die ersten Shopping Center entstehen .....	30
3.2 Die 1950er Jahre: Shopping Center etablieren sich auf dem Markt .....	32
3.3 Typisierung der Shopping Center .....	36
3.4 Entwicklung der Shopping Center seit den 1960er Jahren. Ein statistischer Überblick .....	38
3.5 Gründe für das rückläufige Interesse an großen Shopping Centern .....	43
3.6 Bauliche Gestaltung der Shopping Center .....	47
3.7 Standort und Einzugsbereich von Shopping Centern .....	51
<b>4 Weiterentwicklung des traditionellen Shopping Centers</b> .....	57
4.1 Innerstädtische Shopping Center .....	57
4.1.1 Fallstudie: Innerstädtische Shopping Center .....	58
4.2 Factory Outlet Center und Value Center .....	61
4.2.1 Factory Outlet Center .....	61
4.2.1.1 Entwicklung .....	62
4.2.1.2 Betreibergesellschaften .....	64
4.2.1.3 Bauliche Gestaltung .....	65
4.2.1.4 Upgrading .....	66
4.2.1.5 Einzelhändler / Produzenten .....	69
4.2.1.6 Qualität und Preis des Angebots .....	75
4.2.1.7 Kunden .....	77
4.2.1.8 Umsatz .....	78
4.2.2 Value Center .....	79
4.2.3 Standort und Einzugsgebiet von Factory Outlet Centern und Value Centern .....	82
4.2.4 Fallstudie: Factory Outlet Center und Value Center .....	85
4.2.5 Ausblick .....	91
4.3 Power Center .....	94
4.3.1 Großflächige Einzelhändler im Niedrigpreisbereich .....	94
4.3.2 Entwicklung der Power Center .....	97

4.3.3 Einzelhändler .....	100
4.3.4 Bauliche Gestaltung .....	101
4.3.5 Upgrading .....	101
4.3.6 Kunden .....	102
4.3.7 Widerstand gegen Power Center .....	102
4.3.8 Standorte und Einzugsgebiet .....	103
4.3.9 Fallstudie: Power Center .....	107
4.3.10 Ausblick .....	114
4.4 Urban Entertainment Center .....	115
4.4.1 Erlebniseinkauf .....	115
4.4.2 Themenrestaurants .....	118
4.4.3 Freizeit- und Unterhaltungsangebot .....	119
4.4.4 Entwicklung der Urban Entertainment Center .....	121
4.4.5 Besucher .....	125
4.4.6 Standorte und Einzugsgebiet .....	125
4.4.7 Fallstudie: Urban Entertainment Center .....	126
4.4.8 Ausblick .....	134
4.5 Hybrid Center .....	138
<b>5 Amerikanische Shopping Center wohin? .....</b>	<b>142</b>
<b>6 Die Entwicklung der Shopping Center in den USA – ein Vorbild für Deutschland? .....</b>	<b>150</b>
6.1 Entwicklung der Shopping Center in Deutschland .....	150
6.2 Gründe für die vergleichsweise geringe Zahl von Shopping Centern in Deutschland .....	155
6.3 Anpassungsstrategien bereits bestehender Shopping Center in Deutschland .....	159
6.4 Power Center .....	161
6.5 Urban Entertainment Center .....	162
6.6 Factory Outlet Center .....	164
Verzeichnis der Tabellen .....	169
Verzeichnis der Abbildungen .....	170
Verzeichnis der Fotografien .....	171
Glossarium .....	172
Internetanschriften .....	175
Literaturverzeichnis .....	176