

Thomas Bühler

City-Center

**Erfolgsfaktoren innerstädtischer
Einkaufszentren**

Inhaltsübersicht

Seite

Teil A - Einleitung

1. Kapitel: Grundlagen 1

Teil B - Das innerstädtische Einkaufszentrum als Standortagglomeration innerhalb der City

2. Kapitel: Begriffsbestimmung und Typologie 11
3. Kapitel: Die Entwicklung der City-Center in Deutschland 48
4. Kapitel: Das City-Center als Funktionsträger 74
5. Kapitel: Die Angebotskompetenz als Grundlage der
Angebotsdimensionierung 98

Teil C - Die Angebotsdimensionierung der City-Center

6. Kapitel: Die Grundlagen der Untersuchung 110
7. Kapitel: Die Attraktivitätsfaktoren - Die Grundlage
der Kompetenz 146
8. Kapitel: Die Angebotsstruktur - Die Kompetenz nach
Warengruppen- und Dienstleistungsangebot 178
9. Kapitel: Die Kompetenz durch Auswahl 221
10. Kapitel: Die Kompetenz durch Größe 249

Teil D - Zusammenfassung

11. Kapitel: Abschließende Betrachtungen zum City-Center 308