

Anne Mayer-Dukart

HANDEL UND URBANITÄT

· Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren

Inhalt

Vorwort	8
Zusammenfassung	10
Abstract	12
1 Aufgabenstellung, Untersuchungsaufbau und Methode	14
1.1 Großflächige Einzelhandelsstandorte im urbanen Kontext – ein Angriff auf die City?	14
1.2 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands	18
1.2.1 Begriffsbestimmung, Definition und Auswahl der Untersuchungseinheiten	18
1.2.2 Städtebauliche Typologie innerstädtischer Einkaufszentren: Passagen, Einkaufshöfe, offene Anordnungen und Shopping-Malls	20
1.2.3 Lagemerkmale	26
1.3 Untersuchungsaufbau und Methode	28
1.3.1 Aufbau und Schwerpunkte der Untersuchung	28
1.3.2 Methoden der Datenerhebung	30
TEIL A Großflächige Einzelhandelseinrichtungen und ihre Bedeutung für die Stadtentwicklung	
2 Handel und Stadtentwicklung	34
2.1 Historische Beiträge des Handels zur Stadtentwicklung	34
2.1.1 Die Bedeutung des Handels bei der Herausbildung der europäischen Stadt – Handelsorte als Zentren und Kristallisationspunkte des städtischen Lebens	34
2.1.2 Die Shopping-Mall als Stadtmodell? Victor Gruen und seine Vision der Stadtentwicklung	51

2.2	Die aktuelle Situation und Entwicklungstrends im Einzelhandel	55
2.2.1	Handelsexogene Ursachen des Strukturwandels im Einzelhandel	55
2.2.2	Handelsendogene Ursachen, Ausprägungen und Wirkungen des Strukturwandels: Betriebstypenwandel, Verkaufsflächenwachstum und Konzentrationen	59
2.2.3	Die aktuelle Situation der Einkaufszentrenentwicklung in den USA, Europa und Deutschland	63
3	Integration innerstädtischer Einkaufszentren als Aufgabe der Stadtentwicklung	73
3.1	Rahmenbedingungen der Standortentwicklung	73
3.1.1	Die Innenstadt in der Konkurrenz zu nicht integrierten Standorten	73
3.1.2	Der Gründungsboom innerstädtischer Einkaufszentren	76
3.2	Konflikte und Potenziale der Integration	79
3.2.1	Raumstrukturelle und städtebauliche Einbindung	81
3.2.2	Funktionale Einbindung	85
3.2.3	Bauliche Gestaltung und stadträumliche Einbindung: Volumen und Architektur	92
3.2.4	Beiträge zur Belebung des öffentlichen Raums	95
TEIL B Empirische Untersuchung		
4	Grundlagen der empirischen Untersuchung	100
4.1	Urbanität als städtebauliche Zielvorstellung: Planung schafft Gelegenheiten	100
4.1.1	Urbanität – Begriffsbestimmung und Definition	100
4.1.2	Urbanes Potenzial – räumliche Voraussetzungen für die Entstehung von Vielfalt und Lebendigkeit	104

4.2	Aufgabe der empirischen Untersuchung und Operationalisierung des Begriffs „urbanes Potenzial“	108
4.2.1	Aufgabe der Untersuchung	108
4.2.2	Indikatoren der Untersuchung	109
4.2.3	Fallstudien und Projektanalysen als grundlegendes Forschungsdesign	116
5	Projektanalysen	121
5.1	Verdeutlichung der Konflikte am Beispiel einer introvertierten innerstädtischen Shopping-Mall	122
5.1.1	Schloss-Arkaden, Braunschweig	122
5.2	Projekte unter 10.000 m ² Verkaufsfläche	128
5.2.1	Greif Galerie, Bozen	128
5.2.2	Rathausgalerien, Innsbruck	134
5.2.3	Kamp Promenade, Osnabrück	140
5.3	Projekte zwischen 10.000 und 20.000 m ² Verkaufsfläche	146
5.3.1	Centrum De Brink, Hengelo	146
5.3.2	Marienburg, Nijmegen	152
5.3.3	Q 19, Wien	158
5.4	Projekte über 20.000 m ² Verkaufsfläche	164
5.4.1	Münster Arkaden, Münster	164
5.4.2	H. J. van Heekplein, Enschede	170
5.4.3	Stadshart Almere, Almere	178
6	Fallstudien	187
6.1	Bosch-Areal, Stuttgart (unter 10.000 m ² Verkaufsfläche)	188
6.2	Fünf Höfe, München (10.000-20.000 m ² Verkaufsfläche)	204
6.3	SchwabenGalerie, Stuttgart-Vaihingen (über 20.000 m ² Verkaufsfläche)	222
7	Querschnittsauswertung	240
7.1	Auswertung des urbanen Potenzials der Projekte	240
7.1.1	Raumstrukturelle und städtebauliche Einbindung	240
7.1.2	Funktionale Einbindung	249
7.1.3	Bauliche Gestaltung und stadträumliche Einbindung: Volumen und Architektur	258
7.1.4	Beiträge zur Belebung des öffentlichen Raums	266

7.2	Auswertung des Planungsprozesses	270
7.2.1	Projektentwicklung	270
7.2.2	Steuerungsinstrumente und -maßnahmen	274

TEIL C | Folgerungen für Planung und Realisierung

8 Strategien zur Verbesserung der städtebaulichen Integration 284

8.1	Gemeindeübergreifende Kooperation und Einbindung in die Stadtentwicklung	284
8.2	Standortvoraussetzungen, Dimensionierung und Branchenmix	288
8.3	Nutzungsmischung	293
8.4	Städtebauliche Typologie	294
8.5	Architektur und Gebäudevolumen	301
8.6	Öffentlicher Raum	304
8.7	Qualitätssicherung im Planungsprozess	308
8.8	Wechselbeziehungen zwischen Einkaufszentrum und ortsansässigem Einzelhandel	315

9 Resümee und Ausblick 320

	Danksagung	324
--	------------	-----

Anhang 325

	Literatur- und Quellenverzeichnis	326
	Abbildungsverzeichnis	348
	Leitfaden für die Experteninterviews	350
	Gesprächsverzeichnis der Experteninterviews	351