

# Geleitwort

Der Boom der Shopping Center Branche kennt kaum Grenzen. Nachdem bereits nahezu alle Großstädte über ein flächendeckendes Netz aus Centern verfügen, werden nun die Mittelstädte mit diesem „neuen“ Einkaufs-Typus konfrontiert. Bei all diesen städtebaulich integrierten und perfekt auf die Konsumenten abgestimmten Einkaufstempeln geraten viele Pioniere der Shopping Center in den Schatten und werden nur allzu oft stiefmütterlich behandelt.

Fakt ist, dass sich unsere Gesellschaft in einem permanenten Wandel sowohl in demographischer Sicht als auch – bedingt durch die technische Entwicklung – in Bezug auf unser Konsumverhalten, befindet.

Die Betreiber eines Shopping Centers stehen somit permanent vor der Herausforderung, das Center in Bezug auf den Konsumenten und das Umfeld anzupassen. Welche neuen Geschäftsmodelle müssen integriert werden? Wie stark muss der Einfluss der digitalen Welt sein? Welche energetischen Konzepte werden vom Konsumenten wahrgenommen?

Herr Dr.-Ing. Philipp Lüttke untersucht in seiner Arbeit das Zusammenspiel zwischen den Konsumenten und der Konzeption eines Shopping Centers. Das Center wird nicht nur als funktionale Gebäudehülle betrachtet, sondern auch unter dem Fokus der wesentlichen Aspekte der Handelswelt analysiert. Dabei wird der hybride Kunde in seine Bestandteile zerlegt und messbar gemacht. Dieser Ansatz schafft es, harte und weiche Faktoren messbar zu machen und in Form eines Bewertungssystems für bestehende innerstädtische Shopping Center abzubilden. Dieses Bewertungssystem verbindet einfache, logische Ansätze mit Statistiken und mathematischen Algorithmen zu einem verständlichen Ergebnis.

Ich freue mich sehr über diese innovative Arbeit zur Bewertung bestehender Shopping Center und hoffe, dass sich dieses Instrument als fester Bestandteil der Shopping Center Branche etabliert.

Univ.-Prof. Dr.-Ing. Manfred Helmus

Die Zukunftsfähigkeit bestehender Shopping Center

Ein Bewertungssystem zur Beurteilung

Lüttke, P.

2016, XXI, 191 S. 44 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-14285-8