

<b>Strukturmerkmal:</b>					
<b>Typenbezeichnung:</b>	<b>Größe der Geschäftsfläche:</b>	<b>Größe des Einzugsgebietes:</b>	<b>Waren-/Dienstleistungsangebot:</b>	<b>Anzahl/Art des Magnetmieters:</b>	<b>Bauform:</b>
<b>Nachbarschaftszentrum (Neighbourhood Center):</b>	zwischen 3.000 - 8.000 m <sup>2</sup> ; 15 - 20 Geschäfte	Zwischen 3.000-40.000 Einwohner	Waren/Dienstleistungen des täglichen Bedarfs	Ein Supermarkt	Stripe-Form, L-Form, U-Form
<b>Gemeinde-/Stadtteilzentrum (Community Center):</b>	Ø 14.000 m <sup>2</sup> ; 15 - 40 Geschäfte	Zwischen 40.000-150.000 Einwohner	Güter des kurz-, mittel-, langfristigen Bedarfs	Ein Supermarkt, ein zusätzlicher, z. B. kleines Warenhaus	L-Form, U-Form
<b>Regionales Shopping-Center (Regional Center/Super-Regional Center):</b>	Ab 15.000 m <sup>2</sup> (in BRD); mindestens 200 Geschäfte (Super-Regional Center in USA: ab 75.000 m <sup>2</sup> )	Mindestens 150.000 Einwohner	Güter des kurz-, mittel-, langfristigen Bedarfs	Mindestens ein Kaufhaus, Fachmärkte	Mall-Form, Cluster-Form
<b>Passagen /Galerien/Einkaufshöfe:</b>	-*	-*	Handels-, Dienstleistungs-Gastronomie-Mix + Büros/Praxen/Wohnungen	-*	Attraktive bauliche Gestaltung erforderlich
<b>Power-Center:</b>	23.000-56.000 m <sup>2</sup>	Sehr großes Einzugsgebiet erforderlich	Preisgünstige Discountware	Mind. 3 Magnetbetriebe; 60-90 % der Gesamtgeschäftsfläche	Bauweise: einfach & kostengünstig
<b>Factory-Outlet-Center (=FOC):</b>	Mind. 4.500 m <sup>2</sup>	Sehr großes Einzugsgebiet erforderlich	Preisreduzierte Fabrikware, meistens Bekleidung, direkt vom Produzenten	Markenhersteller mit hohem Bekanntheitsgrad (Textilit)	Bauweise: einfach & kostengünstig
<b>Off-Price-Center:</b>	-*	Sehr großes Einzugsgebiet erforderlich	Wie FOC, aber von Zwischenhändler an Endverbraucher	Markenhersteller mit hohem Bekanntheitsgrad	Bauweise: einfach & kostengünstig
<b>Spezial-/Themen-Center (Speciality Center):</b>	Ca. 10.000 m <sup>2</sup> ; ca. 20 Läden	Sehr großes Einzugsgebiet erforderlich	Einzelhandels-/ Dienstleistungsbetriebe zu einem Thema (z. B. <i>Design</i> )	Markenhersteller	Architektur an Standorte angepasst
<b>Urban Entertainment Center (=UEC):</b>	-*	Sehr großes Einzugsgebiet mit hohem Kaufkraftpotenzial erforderlich	Erlebnisorientierte Einzelhändler und großes Freizeitangebot	verschieden; in manchen Fällen Multiplexkino	Auch die Architektur soll den Besucher „unterhalten“

**Abb. 10: Verschiedene Typen von Einkaufszentren und ihre Merkmale (Quelle: Eigener Entwurf)**

**\*)= hierzu liegen der Verfasserin keine Informationen vor**