

## Vom Shop zum Place

*Placemaking und Einzelhandel: Eine Untersuchung des Ortsbezuges bei Mixed-Use-Developments am Beispiel des Bosch-Areals Stuttgart*

Im Rahmen der heutigen Stadtentwicklung bleibt das Themenfeld des Einzelhandels größtenteils unberücksichtigt, obwohl dieses einen großen Anteil an der Erscheinung der Stadt einnimmt. Diese Widersprüchlichkeit führt seit längerem in den Innenstädten zu einer zunehmenden Gleichförmigkeit und Gesichtslosigkeit des urbanen Raumes, welche die jeweilige Besonderheit des Ortes vernachlässigen lassen. Die Veröffentlichung befasst sich mit der Erforschung innerstädtischer Einzelhandelsstandorte, beruhend auf einer vielfältigen Mischnutzung, und deren Auswirkungen auf die Umgebung in soziologisch-räumlicher Sichtweise. Ausgehend von den gesellschaftlichen Veränderungen des Postfordismus wird anhand der Erlebnisgesellschaft nach Schulze eine Beziehung zwischen Erlebnis und Konsum hergestellt. Neben den Veränderungen des Raumes werden neue Ansätze der Stadtplanung aufgezeigt und Entwicklungen des Einzelhandels anhand von Beispielen verdeutlicht, welche in ihrem Aufbau und Erscheinung dem traditionellen Bild der Europäischen Stadt gleichen. Basierend auf einer Analyse der soziologischen Stadtforschung werden neue Wege für Identifikationsmöglichkeiten der Bewohner mit ihrem Umfeld gesucht. Hierzu wird ein Zusammenhang zwischen Sozialkapital, bürgerschaftlichen Engagement und Placemaking hergestellt. Anhand des Bosch-Areals in Stuttgart werden die gewonnenen Thesen empirisch untersucht. Die Forschungsergebnisse der Dissertation sollen einen Diskussionsbeitrag über integrative Einzelhandelsprojekte für eine nachhaltige Stadtentwicklung liefern. Im Besonderen sollen unter Berücksichtigung des Erhaltes eines einzigartigen Stadtbildes mögliche Entwicklungsperspektiven des Zusammenspiels von Stadt und Handel aufgezeigt werden.



**VDG Weimar**

1. Auflage 2010

Band 12 Schriftenreihe Bau- und Immobilienmanagement

Softcover

20×20cm • 345 g

191 Seiten

54 Abbildungen

**Buchausgabe (D): 32,00 €**

ISBN: 978-3-89739-689-0

**eBook (PDF): 32,00 €**

Download: <http://dx.doi.org/10.1466/20100421.01>