

Marc Fahrenholz

**Standortpolitik des großflächigen
Einzelhandels unter Berücksichtigung von
Ansätzen des Immobilienmanagements**

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1996 Diplom.de
ISBN: 9783832404970

**Standortpolitik des großflächigen Einzelhandels unter
Berücksichtigung von Ansätzen des Immobilienmanage-
ments**

Marc Fahrenholz

Standortpolitik des großflächigen Einzelhandels unter Berücksichtigung von Ansätzen des Immobilienmanagements

Diplomarbeit
an der Universität Hamburg
Dezember 1996 Abgabe



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 497

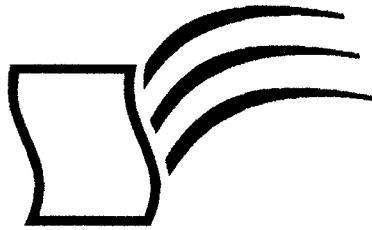
Fahrenholz, Marc: Standortpolitik des großflächigen Einzelhandels unter Berücksichtigung von Ansätzen des Immobilienmanagements / Marc Fahrenholz - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1997
Zugl.: Hamburg, Universität, Diplom, 1996

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey —
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —

Hermannstal 119 k —
22119 Hamburg —

Fon: 040 / 655 99 20 —
Fax: 040 / 655 99 222 —

agentur@diplom.de —
www.diplom.de —

INHALTSVERZEICHNIS

VERZEICHNIS DES ANHANGES.....	IV
-------------------------------	----

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	V
----------------------------	---

<u>1. Einführung und Übersicht</u>	1
---	---

1.1 Einleitung	1
-----------------------------	---

1.2 Gang der Untersuchung	2
--	---

1.3 Grundlegende Begriffe und Abgrenzungen	2
---	---

1.3.1 Standortpolitik.....	2
----------------------------	---

1.3.2 Immobilienmanagement.....	3
---------------------------------	---

1.3.3 Großflächiger Einzelhandel.....	5
---------------------------------------	---

<u>2. Entwicklung und Rahmenbedingungen der Standortproblematik im großflächigen Einzelhandel</u>	6
--	---

2.1 Historischer Überblick zu Standorttheorie und Immobilienmanagement	6
---	---

2.1.1 Standorttheorie.....	6
----------------------------	---

2.1.2 Immobilienmanagement.....	9
---------------------------------	---

2.2 Beschreibung der relevanten Märkte	10
---	----

2.2.1 Ausgangssituation des Einzelhandelsabsatzmarktes.....	11
---	----

2.2.1.1 Beschaffenheit des gesamten Einzelhandelsabsatzmarktes.....	11
---	----

2.2.1.2 Umsatzzahlen und Flächenbestand des großflächigen Einzelhandelsabsatzmarktes.....	12
---	----

2.2.1.3 Marktstruktur des großflächigen Einzelhandels.....	14
--	----

2.2.1.4 Erwartete Entwicklung des großflächigen Einzelhandelsabsatzmarktes.....	14
---	----

2.2.2 Konsequenzen des Absatzmarktes für die Standortsuche.....	15
---	----

2.2.3 Ausgangssituation des Immobilienmarktes.....	16
--	----

2.2.3.1 Beschaffenheit des Immobilienmarktes.....	16
---	----

2.2.3.2 Beschaffenheit des Handelsimmobilienmarktes.....	17
--	----

2.2.3.3 Marktstruktur des Handelsimmobilienmarktes.....	18
---	----

2.2.3.4 Erwartete Entwicklung des Handelsimmobilienmarktes.....	19
---	----

2.2.4 Konsequenzen des Handelsimmobilienmarktes für die Standortsuche...19	
--	--

2.3. Rechtliche Rahmenbedingungen für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsunternehmen	20
--	----

2.3.1 Genehmigungsverfahren mit rechtswirksamem Bebauungsplan.....	20
--	----

2.3.2 Genehmigungsverfahren ohne Bebauungsplan.....	23
---	----

2.3.3 Stellplatzfrage.....	24
----------------------------	----

2.3.4 Konsequenzen rechtlicher Rahmenbedingungen bei der Standortsuche..25	
--	--

