

# Inhalt

<i>Jan Wehrheim</i> Shopping Malls, eine Hinführung .....	7
--	---

## I. Grundlegungen

<i>Barbara Hahn</i> Shopping Center als internationales Phänomen .....	15
---	----

<i>Markus Schroer</i> Raum als soziologischer Begriff. Programmatische Überlegungen .....	35
--	----

<i>Kerstin Dörhöfer</i> Passagen und Passanten, Shopping Malls und Konsumentinnen.....	55
---	----

## II. Öffentliche oder private Räume?

<i>Walter Siebel</i> Vom Wandel des öffentlichen Raumes .....	77
--	----

<i>Ulrich Berding, Bettina Perenthaler, Klaus Selle</i> Öffentlich nutzbar – aber nicht öffentliches Eigentum .....	95
--	----

<i>Susanne Frank</i> Das Öffentliche im Privaten: Bürgerschaftliches Engagement im Shopping Center .....	119
--	-----

<i>Norbert Gestring, Ute Neumann</i> Von Mall Rats und Mall Bunnies: Jugendliche in Shopping Malls .....	135
--	-----

<i>Ellen Bareis</i> Urbane Shoppingmalls und Subjektivitäten .....	153
---	-----

### III. Stadtplanung und Kommunalpolitik

*Holger Pump-Uhlmann*

Shopping-Center und Stadtentwicklung:  
unter Ausschluss der Öffentlichkeit? ..... 175

*Thomas Krüger, Monika Walther*

Auswirkungen Innerstädtischer Shopping Center ..... 191

*Rolf Junker*

Genug ist ihnen nicht genug ..... 209

### IV. Ordnung und Kontrolle

*Karen Sievers*

Center-Science – Kunden- und Verhaltensforschung  
als Grundlage der Planung und Betreibung von Shopping-Centern ..... 225

*Frank Helten*

Die Sicherheit der Shopping Mall:  
Überwachung und Kontrolle des postmodernen Konsums ..... 241

*Aldo Legnaro, Almut Birenheide*

Die Mall als ein Ort kommoder Freiheit ..... 261

*Jan Wehrheim*

Die Ordnung der Mall ..... 277

Angaben zu den Autorinnen und Autoren ..... 295