

Quelle: Diplomarbeit "Die Bedeutung des Shopping Centres als Organisationsform im Einzelhandel im deutschsprachigen und englischsprachigen Raum (mit den Schwerpunkten USA und Österreich)", 1999, zur Verfügung gestellt von Mag. Monika Farnleitner, Diplombersetzerin/Dolmetscherin für Deutsch/Englisch/Japanisch, www.farnleitner.at

Kategorien und Typen von Einkaufszentren (DEF = Definition, SYN = Synonym)

community center

DEF 1: A community center typically offers a wider range of apparel and other soft goods than the neighborhood center. Among the more common anchors are supermarkets, super drugstores, and discount department stores. Community center tenants sometimes include off-price retailers selling such items as apparel, home improvement/furnishings, toys, electronics or sporting goods. The center is usually configured as a strip. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 5)

DEF 2: A shopping complex constructed around a junior department store or variety store. Such a center usually lacks a full-line department store. The average size is 150,000 sq.ft. of GLA. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 22)

DEF 3: In addition to convenience goods and personal services community centers typically offer a selection of apparel and home furnishings. Anchors commonly consist of a junior department store and/or a large variety store in addition to one or more supermarkets. The size ranges from 100,000 to 300,000 sq.ft. of GLA and the land area from ten to thirty acres. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 23)

community center

DEF: see above

Viertelszentrum

DEF: Zentrentyp aufgrund der Unterteilung nach der Zentrenfunktion. Solche Zentren müssen aufgrund ihrer Größe notgedrungen einen größeren Auswahlgüteranteil als Nachbarschaftszentren haben.

SYN: Stadtteilzentrum

Stadtteilzentrum

DEF: siehe Viertelszentrum

convenience shopping center

DEF 1: Planned development in which the predominant retailing elements are devoted to providing day-to-day necessities. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 28)

discount-anchored shopping center

DEF: A retail development in which a discount store is the major tenant in the development, with additional retail space usually consisting of smaller retail tenants. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 38)

dumbbell-shaped [shopping center]

DEF: A double strip of stores placed face-to-face along a mall, with anchor stores placed at both ends of the mall, and with parking on all sides. The dumbbell is designed so that the anchors draw traffic along the mall in an effort to achieve maximum interchange of shoppers. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 40)

enclosed mall

DEF: Malls (=traditional shopping centers) typically are enclosed with a climate-protected and climate-controlled walkway between two facing rows of stores.

factory outlet center

DEF: Usually located in a rural or occasionally in a tourist location, an outlet center consists mostly of manufacturers' outlet

Nahversorgungszentrum

DEF: Wie der Name schon andeutet, dienen solche Zentren zur Bedarfsdeckung an Nahversorgungsgütern, in erster Linie Lebensmitteln und sonstigen Gütern des Kurzfristbedarfs. Sie sind normalerweise kleinflächig und haben Lebensmittelsupermärkte oder Verbrauchermärkte als Magnetbetriebe.

discount-anchored shopping center

DEF: Solche Zentren sind in Österreich nicht in dieser Form vertreten. In Frankreich und Spanien gibt es Zentren, die als Hypermarket-Zentren bezeichnet werden, und die von diskontartig operierenden Verbrauchermärkten dominiert werden (z.B. Carrefour, Auchan), also discount-anchored shopping centers noch am nächsten kommen.

'Hundeknochen'-Modell

DEF: Bezeichnung für einen bestimmten Bautyp bei Einkaufszentren, charakterisiert durch eine gerade Mall mit einem Leitbetrieb (=Magnetbetrieb) an jedem Ende (z.B. ein Warenhaus wie Sears oder Nordstrom), und rundherum Parkplätze. (vgl. trend 1/97, 43)

geschlossenes Mall-Zentrum

DEF: Einkaufszentrum in geschlossener (=überdachter) Bauweise mit einem zentralen Gehbereich (=Mall), von dem aus die Geschäfte zu betreten sind.

Factory Outlet Center

DEF: Factory Outlet Centers haben einerseits Fabrikläden als Mieter und andererseits Einzelhändler, die bei großen Fabrikanten die

stores selling their own brands at a discount. An outlet center typically is not anchored. A strip configuration is most common, although some are enclosed malls, and others can be arranged in a 'village' cluster. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 7)

SYN: outlet center

festival center

DEF: Festival centers are early forms of today's entertainment centers. These projects - many of which were carried out by the Rouse Company - focus on restaurants and entertainment facilities complementing retail functions. In many cases they were used to revitalise downtown areas.

mall

DEF 1: The typical mall is enclosed, with a climate-controlled walkway between two facing rows of stores. The term represents the most common design mode for regional and superregional centers and has become an informal term for these types of centers. (vgl. ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 75)

DEF 2: Climate-controlled walkway within a shopping center.

Überschußproduktion, Restbestände oder auslaufende Serien aufkaufen und sie den Konsumenten zu Preisen offerieren, die häufig bis zu 50 % unter dem normalen Preisniveau liegen. (vgl. Kircher 1982, 47)

festival center

DEF: Festival Centers v.a. der Rouse Company (Faneuil Hall in Boston als Pionierprojekt, Pier 39 in San Francisco, South Street Seaport in New York City, Riverwalk in New Orleans und viele mehr) können als Vorläufer von unterhaltungs-orientierten Einzelhandelsimmobilien angesehen werden.

Mall

DEF: Im Deutschen beschreibt dieser Begriff im Normalfall nur den Allgemeinraum, d.h. den überdachten 'Gehbereich' eines Einkaufszentrums.

Mills Center

DEF: Mills centers, a format developed by the Mills Corporation in the United States, can be described as a hybrid of a superregional mall, factory outlet center, power center and entertainment focus. More specifically, the different components comprising a Mills center include off-price retailers, factory outlets, department store outlets (outlets operated by national or regional department store chains found in regional malls, stocking excess inventory and out-of-season merchandise or special merchandise solely bought for the outlet store), category dominant stores and entertainment retailers. The Mills concept therefore represents a synergistic mix of value and entertainment based retailing, with a critical mass to extend its customer draw to a very large market area, i.e. about 100 miles. At the same time, it is attracting a significant tourist component. Existing Mills are some of the top tourist draws in their respective states. (vgl. Kircher 1997)

Mills Center

DEF: Mills Centers stellen eine gelungene Kombination der Stärken von überregionalen Zentren, Factory Outlet Centers im engeren Sinn, Fachmarktzentren und Entertainment-Zentren dar. Von überregionalen Zentren wurde die Größe abgeschaut, von Factory Outlet Centers die Idee, Fabriksverkaufsläden zu integrieren und von Fachmarktzentren die Aufnahme von sogenannten Category Killers und Diskontern. Der Entertainment-Einfluß zeigt sich bei der Gestaltung des Eingangsbereichs und der farbenfrohen Innengestaltung, sowie umfangreichem Gastronomieangebot und integrierten Kinozentren. Charakteristisch für diese Zentren sind die durch diese Kombination ermöglichte wesentlich größere geografische Reichweite als jene von Superregional Malls allein und der Betriebstypenmix, der typischerweise Diskonter, Fabriksverkäufe, Branchen-Leader im Fachmarktbereich (category dominant stores), auch als 'Category Killers' bezeichnet, sowie Freizeitangebote (entertainment retailers), Gastronomie und Kinozentren oder Spielsalons, umfaßt. Im Gegensatz zu traditionellen Malls haben Mills zwar oft mehr Magnetbetriebe aber nicht die für amerikanische Zentren typischen Warenhäuser. Stattdessen betreiben Warenhäuser oft 'outlet' stores in den Mills Zentren, wo Letzt-Saison-Ware zu Niedrigstpreisen verkauft wird. Als Reaktion auf Veränderungen im Konsumentenverhalten ist in den letzten Jahren eine Verschiebung von Diskontern zu Fabriksverkäufen und bekannten Modeeinzelhändlern zu beobachten gewesen sowie ein immer stärkerer Trend in Richtung Entertainment. Dieser Typ ist in Österreich nicht vertreten. (vgl. Matyas 1995)

mixed-use center

DEF: These centers typically combine at least three revenue-producing uses from among retail, office, parking, restaurant, hotel, residential, and entertainment facilities. They may be built in suburban or urban areas. In downtown areas, where land costs are high, a multilevel or high-rise, single-mass design is commonly used to minimize the land area needed. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 85)

neighborhood center

DEF: A neighborhood center is designed to provide convenience shopping for the day-to-day needs of consumers in the immediate neighborhood. According to *The SCORE: ICSC's Handbook on Shopping Center Operations, Revenues and Expenses*, roughly half of these centers are anchored by a supermarket, while about a third have a drugstore anchor. These anchors are supported by smaller stores offering drugs, sundries, snacks and personal services. A neighborhood center is usually configured as a straight-line strip with no enclosed walkway or mall area, although a canopy may connect the storefronts. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 4)

outlet center

DEF: see factory outlet center

multifunktionales Einkaufszentrum

DEF: Zusätzlich zum Einzelhandels-Angebotsmix sind hier zusätzliche Funktionen, wie Büroräume, Wohnungen, Arztpraxen, Hotels, aber auch Freizeiteinrichtungen wie Bowlingbahnen, Tennisplätze, Fitneßcenter etc. in den Einkaufszentrenkomplex integriert, um eine erhöhte Attraktivität und damit Anziehungskraft auf die Center-Besucher zu erreichen. (vgl. Falk 1982, 60f)

Nachbarschaftszentrum

DEF: Kleinflächiges Einkaufszentrum mit Kurzfristbedarfs-schwerpunkt, typischerweise mit einem Super- oder Verbrauchermarkt als Magnetbetrieb, Tabak Trafik, Drogeriemarkt, und beschränktem Bekleidungs- und Schuhangebot.

Factory Outlet Center

DEF: siehe oben

power center

DEF 1: A power center consists of a number of category dominant retailers, usually three to five units as well as complementary stores and services with a typical size totaling 20,000 - 40,000 m² Gross Leasable Area (GLA) (with a trend towards much larger units). One of the significant differences between a Power Center and a traditional regional shopping centre is the ratio of anchor to specialty store space. Furthermore, the floor space of individual tenants in Power Centres are usually much larger than those found in traditional shopping centres. (vgl. Kircher 1993, 5)

DEF 2: A center dominated by several large anchors, including department stores, off-price stores, warehouse clubs, or 'category killers'. Some of these anchors can be freestanding (unconnected). The center has only a minimum amount of small specialty tenants. (vgl. ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 7)

SYN: retail park (BE)

Fachmarktzentrum

DEF: Bei Fachmarktzentren handelt es sich entsprechend der Definition von Einkaufszentren um einheitlich geplante, entwickelte und geführte Objekte, die jedoch im Gegensatz zu traditionellen Einkaufszentren vollständig oder zumindest mehrheitlich Fachmärkte oder Category Killer als Mieter haben. Die Bauweise ist typischerweise einfacher als jene klassischer Einkaufszentren. Der offene Bautyp herrscht vor.

regional center

DEF: This center type provides general merchandise (a large percentage of which is apparel) and services in full depth and variety. Its main attractions are its anchors: traditional, mass merchant or discount department stores or fashion specialty stores. A typical regional center is usually enclosed, with an inward orientation of stores connected by a common walkway, and parking surrounds the outside perimeter. Regional centers range in GLA from about 400,000 to 800,000 sq.ft. (37.000 bis 75.000 m²). (vgl. ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 5)

retail park (BE)

DEF: see power center

shopping center

DEF: A shopping center is a group of retail and other commercial establishments that is planned, developed, owned, and managed as a single property. On-site parking is provided. The center's size and function are generally determined by the market characteristics of the trade area served by the center. (vgl. ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 1)

shopping center

DEF: see above

specialty center

regionales Einkaufszentrum

DEF: Dieser Begriff beschreibt in Österreich ein Einkaufszentrum ab einer vermietbaren Fläche von etwa 20.000 m². Der Branchenmix eines solchen Zentrum deckt üblicherweise das gesamte Branchenspektrum ab. In Österreich, im Gegensatz zu Deutschland und den USA, sind Warenhäuser nur in Ausnahmefällen die Magnetbetriebe von Einkaufszentren, ihren Platz nehmen normalerweise lebensmittelbetonte SB-Warenhäuser oder Verbrauchermärkte ein.

Fachmarktzentrum

DEF: siehe oben

Einkaufszentrum

DEF 1: Der Begriff "Einkaufszentrum" beschreibt ein einheitlich geplantes und geführtes, von einer größeren Zahl selbständiger Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe besetztes Objekt. (vgl. S + M Dokumentation Einkaufszentren Österreich 1997/98, 3)

DEF 2: Das Shopping-Center (Einkaufszentrum) ist eine als Einheit geplante, errichtete und verwaltete Agglomeration von Einzelhandels- und sonstigen Dienstleistungsbetrieben. (vgl. Falk/Wolf 1988, 222).

SYN: Shopping Center

Shopping Center

DEF: siehe Einkaufszentrum

Spezial-Center (BRD)

DEF 1: A center composed mainly of upscale apparel shops, boutiques and crafts shops carrying selected fashion or unique merchandise of high quality and price. These centers need not be anchored, although sometimes restaurants or entertainment can provide the draw of anchors. The physical design of the center is very sophisticated, emphasizing a rich decor and high-quality landscaping. These centers usually are found in trade areas having high income levels. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 46)

DEF 2: Retail facilities merchandising high-quality merchandise, usually high-priced, primarily apparel and accessories but also including other comparison facilities such as jewelry, luggage, and leather goods; sometimes referred to as high-quality specialty shops. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 47)

strip center

DEF: see below

strip center

DEF 1: A strip center consists of an attached row of at least three retail stores, managed as a coherent retail entity, with on-site parking in front of the stores. GLA for the center must be at least 10,000 sq.ft. Open canopies may connect the storefronts, but a stripcenter does not have enclosed walkways or malls linking the stores. A strip center may be configured in a straight line, or have an 'L' or 'U' shape. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 127)

superregional center

DEF: Similar to a regional center, but because of its larger size (over 75.000 m²) a superregional center has more anchors, a deeper selection of merchandise, and draws from a larger population base. As

DEF: Hierbei werden etwa 20 bis 40 Betriebseinheiten auf einer Nutzfläche von ca. 3.000 bis 8.000 m² zusammengefaßt. Das spezielle Handelsangebot z.B. im Bereich der Freizeit, der Mode, der Antiquitäten etc. wird durch verschiedene Dienstleistungsbetriebe wie in letzterem Fall beispielsweise Restaurationsbetriebe ergänzt (z.B. Antiquitäten-Haus in München). Spezial Centers gehören zu den jüngeren Entwicklungen im Shopping Center Bereich. (vgl. Kircher 1982, 47)

SYN: Themenzentrum (A) (in Österreich jedoch bisher nicht praktisch umgesetzt)

Geschäftszeile

DEF: siehe Ladenzeile

Ladenzeile

DEF: Der Begriff Ladenzeile entspricht dem englischen strip center nur beschränkt, da er in erster Linie eine Aneinanderreihung kleiner Geschäfte (höchstens Supermarkt-Größe) beschreibt.

SYN: Geschäftszeile

überregionales Einkaufszentrum

DEF: Das einzige überregionale, d.h. einen über die umliegende Region hinausgehenden Einzugsbereich ansprechende Einkaufszentrum, Österreichs ist die Shopping City Süd, mit einer vermietbaren

with regional centers, the typical configuration is an enclosed mall, frequently with multilevels. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 5)

theme center

DEF: This center typically employs a unifying theme that is carried out by the individual shops in their architectural design and, to an extent, in their merchandise. The biggest appeal of this center is to tourists; it can be anchored by restaurants and entertainment facilities. The center is generally located in an urban area, tends to be adapted from an older, sometimes historic, building and can be part of a mixed-use project. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 7)

UEC

DEF: see urban entertainment center

urban center

DEF: As contributors to the revitalization of downtown areas, urban centers are usually part of a city's urban renewal program. They usually include a pedestrian mall or covered walkways (particularly in areas of climate extremes) and are built right in the traditional shopping district. Characteristically, urban centers feature a parklike atmosphere, absence of cars, freedom to move about among a variety of retail stores, and, in many cases, a food court. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 137f)

Fläche von 135.000 m², wobei die PlusCity in Linz-Pasching und das Donauzentrum in Wien noch am ehesten in diese Kategorie (durch Integration von Entertainment-Funktionen) aufsteigen könnten.

Themenzentrum

DEF: siehe Spezial-Center

UEC

DEF: siehe Urban Entertainment Center

innerstädtisches Einkaufszentrum

DEF: Innerstädtische Einkaufszentren sind in den Geschäftsbereich einer Stadt integrierte Zentren und entsprechen insofern dem englischen Begriff 'urban centers'. In Österreich ist die Hauptfunktion aber nicht die Sanierung von heruntergekommenen Innenstadtbereichen, da dieses Problem bei uns nicht in derselben Ausprägung existiert.

urban entertainment center

DEF: Urban entertainment centers concentrate on entertainment facilities and are often part of a city's urban-renewal program. Such centers are of urban character but need not necessarily be located in downtown areas.

ABBR: UEC

Urban Entertainment Center

DEF: UEC's sind Einkaufszentren mit Entertainment-Schwerpunkt oder ausschließlich Entertainmentangebot in städtischen Gebieten - sie müssen aber nicht unbedingt im Stadtzentrum gelegen sein. In Amerika sind sie oft Teil von Innenstadtrevitalisierungsprogrammen.

ABK: UEC

vertical mall

DEF: A vertical-shaped center is a high-rise mall, which has escalators and elevators to carry people from floor to floor. Frequently the stores are placed around a central atrium. Such centers are usually in downtown areas or close to other high-density developments. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 140)

SYN: vertical-shaped center

vertical-shaped center

DEF: see vertical mall

mehrgeschossiges Einkaufszentrum

DEF: Dieser Begriff wird üblicherweise für Einkaufszentren mit mehr als 3 Geschossen an innerstädtischen Standorten verwendet, die jedoch in Österreich i.d. Praxis nicht vorhanden sind und nach bisherigen Erfahrungen in Europa auch kaum sinnvoll sind. Selbst in den USA sind bis auf vereinzelte Ausnahmefälle (z.B. Watertower Place in Chicago) kaum positive Erfahrungen mit solchen Zentren gemacht worden.

SYN: vielgeschossiges Einkaufszentrum

vielgeschossiges Einkaufszentrum

DEF: siehe mehrgeschossiges Einkaufszentrum

Anbieter in Einkaufszentren - Branchen und Betriebstypen

big box (AE)

DEF: 'Big box' describes a large retail store in a no-frills building usually with a discount price policy. Such stores are typically situated at peripheral locations.

SYN: power store

catalog showroom

DEF: Establishment primarily engaged in the retail sale of general lines of merchandise such as homefurnishings, housewares, jewelry,

Fachmarkt

DEF: Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger und im allgemeinen ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt), einem Bedarfsbereich (z.B. Sportfachmarkt, Bau-fachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z.B. Möbel- und Haus-haltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preis-niveau anbietet. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z.B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch des Kunden. Im Fachmarktbereich sind auch Franchisesysteme anzutreffen. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 43)

DEF 2: Großflächiges Fachgeschäft, das ein branchen- bzw. zielgruppenspezifisches, breites und tiefes Angebot weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden aber auch Beratung und Service anbietet. Verkaufsflächen meist ebenerdig, niedriges bis mittleres Preisniveau mit aggressiver Sonderangebotspolitik. (vgl. Peneder 1997, 4)

Katalogverkaufsladen

DEF: Bei diesem Typ liegen in einem kleinflächigen Verkaufsraum nur Kataloge zur Auswahl der Artikel auf, die Ware

radios, televisions, stereo equipment, and sporting goods. Inventory is stored at the location but not usually on display. Customers order using a catalog and wait while the merchandise is being delivered from the stock room. (Census of Retail Trade 1992, Definitions of Industries, SIC 539 pt.)

category dominant store

DEF: see category killer

category killer

DEF: A category killer is a sub-category of the power retail format that offers a superior selection of merchandise at highly competitive prices with very limited customer services. Toys-R-Us, which is rapidly expanding throughout the world, is a typical example of this store category. A traditional toy store normally ranges in size between 100 and 300 m² whereas a Toys-R-Us unit has between 3,000 and 4,000 m² and is operated like a warehouse store. In general, category killers range in size between 2,000 and 8,000 m². They are the leading mode of distribution for their class of merchandise in the markets they serve. (vgl. Kircher 1993)

SYN: category dominant stores

selbst befindet sich im Lager und wird bei Kaufabsicht gebracht. Dieser Typ ist in Österreich nicht vertreten.

Branchenleader im Fachmarktbereich

DEF: siehe unten

Category Killer

DEF: Category Killer bezeichnet den Spitzenbetrieb einer Branche im Fachmarktbereich mit der größten Auswahl zu den besten Preisen (z.B. Toys'R'Us bei Spielzeug).

cut-price store

DEF: see discount store

department store

DEF: Retail stores normally having 50 employees or more, having sales of apparel and soft goods combined amounting to 20 percent or more of total sales, and selling each of the following groups of merchandise: Household linens, dry goods, furniture, homefurnishings, appliances, and radio and TV sets; A general line of apparel for the family. The employment and lines of merchandise sold in leased departments are both taken into account when classifying a department store.

To qualify as a department store, sales of each of the lines listed above must be less than 80 percent of total store sales. An establishment with total sales of \$10 million or more is classified as a department store even if sales of one of the merchandise lines listed above exceed the maximum percent of total sales, provided that the sales of the other group is \$1 million or more. Relatively few stores are included in this classification as a result of this special rule and most of those which are would otherwise have been classified in the apparel group (SIC major group 56). (Census of Retail Trade 1992, Definitions of Industries, SIC 531)

Diskonter

DEF: siehe Diskontgeschäft

Warenhaus

DEF 1: Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und eher hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Nichtlebensmittel der Bereiche Bekleidung, Heimtextilien, Sport, Hausrat, Möbel, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung sowie oft auch Lebensmittel. Dazu kommen Dienstleistungssortimente der Bereiche Gastronomie, Reisevermittlung und Finanzdienstleistungen. Die Verkaufsmethode reicht von Bedienung über das Vorwahlsystem bis zur Selbstbedienung. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 3.000 m² erforderlich. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 45)

DEF 2: Großbetriebe mit mindestens 3.000 m² Verkaufsfläche in zentraler Lage mit breitem Sortiment aus verschiedenen Branchen inkl. Lebensmittel und Gastronomie. Kundenvorwahl. Großer Umfang an Dienstleistungen. (vgl. Peneder 1997, 4)

discount department store

DEF 1: Discount department stores range in size from 30,000 square feet to 140,000 square feet depending on the age of the store and the size of the market area. These stores typically have 30 or more departments and relatively low prices due to a lower level of service than traditional department stores, and also due to continual improvement of operational efficiency. They usually carry between 40,000 to 80,000 stock keeping units (sku's), i.e. separate items of merchandise. These stores encompass for example such U.S. national chains as Wal-Mart, Kmart and Target. (vgl. Stone 1995, 25)

DEF 2: Establishments which satisfy the criteria of a department store and usually: Convey the image of a high-volume, fast turnover outlet selling a variety of merchandise for less than conventional prices; Provide centralized check-out service; Merchandise is normally sold through self-service with minimal customer assistance provided in any department; Do not have a catalog order service.

These stores often sell: Soft goods which are usually their own corporate brands or are unbranded; Hard goods which are primarily nationally advertised brands; Appliances which are serviced by another company. (Census of Retail Trade 1992, Definitions of Industries, SIC 531 pt.)

SYN: discount general merchandiser, mass merchandising department store

Kleinpreiswarenhaus

DEF: Relativ breites, wenig tiefes Sortiment mit problemlosem, kurz- und mittelfristigem Massenbedarf in unteren Preislagen. Flächen um 2.000 m². (vgl. Peneder 1997, 4)

discount general merchandiser

DEF: see discount department store

discount store

DEF: A retail store selling at lower than usual price, e.g. manufacturer's suggested retail prices, usually with streamlined and cost-effective way of operation.

SYN: cut-price store

factory outlet

DEF: A store offering merchandise direct from the manufacturer at prices lower than standard retail. These stores are often contained in centers that specialize in factory outlets. (ICSC Keys to Shopping Center Management Series "Leasing Strategies" 1992, 18)

factory outlet

DEF: see above

Kleinpreiswarenhaus

DEF: siehe oben

Diskontgeschäft

DEF: Kleine bis mittelgroße Läden, die Lebensmittel, aber auch Hartwaren und Textilien nach dem SB-Prinzip zu aggressiven Preisen anbieten. Enges Sortiment an Schnelldrehern, beachtliche Werbeintensität. Vielfach flächendeckende regionale bzw. nationale Standorte zur Streuverlustvermeidung. (Peneder 1997, 6)

SYN: Diskonter

Fabrikladen

DEF 1: Der Fabrikladen (Factory Outlet) ist ein mittel- bis großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einfacher Ausstattung, über den ein Hersteller im Direktvertrieb insbesondere Waren zweiter Wahl, Überbestände und Retouren der Waren seines Produktionsprogramms oder seines Zukaufsortimentes meist in Selbstbedienung an fabriknahen oder verkehrsorientierten Standorten absetzt. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 45)

DEF 2: Fabrikdirektverkäufe durch Hersteller (vor allem starker Marken), besonders bei Mode, Sport, Schuhen als Ventil (Outlet) für Überproduktion, beschädigte Ware und Second-Season-Produkte. (Peneder 1997, 6)

SYN: Factory Outlet, Fabrikverkaufsladen

Factory Outlet

DEF: siehe Fabrikladen

factory outlet

DEF: see above

hypermarket

DEF: This retail format was invented in France and later copied in other European countries. In the US and Canada, however, hypermarkets, in the European sense, did not take hold, despite repeated attempts by well known retailers (Oshawa Group in Canada, WalMart in the US). Instead, the hypermarket has been 'Americanized' and turned into a supercenter. (vgl. Kircher 1993)

junior department store

DEF: A store that, in both size and selection of merchandise, can be classified as being between a full-line department store and a variety store. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 65)

kiosk

DEF: Booth located in the common area of the center or mall and generally housing small-item merchandise or services; for example: hosiery, photo developing. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 66)

mass merchandising department store

Fabrikverkaufsladen

DEF: siehe Fabrikladen

Verbrauchermarkt

DEF: Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt.

Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 m², nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts bei 1.500 m², nach internationalen Erhebungsverfahren von Panelinstituten bei 800 m². Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 46)

Kaufhaus

DEF: Das Kaufhaus ist eine größere Form des Gemischtwarengeschäftes.

Verkaufsstand

DEF: Mobile Verkaufseinrichtung, die temporär, beispielsweise in der Mall, errichtet wird.

Kleinpreiswarenhaus

DEF: see discount department store

membership warehouse club

DEF: see warehouse membership club

mom-and-pop store

DEF: A store whose owners own only that single store. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995)

offprice store

DEF: A store selling brand names at low prices in a low-service setting. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Retailing" 1996, 2)

power store

DEF: see big box

price club

DEF: see warehouse membership club

self-service department store

DEF: see self-service discount department store

self-service discount department store

DEF: A mixed-merchandise store operating on an - at least - soft discount basis. Merchandise is sold through self-service with minimal

DEF: siehe oben

Warehouse Membership Club

DEF: siehe unten

Papa-Mama-Laden

DEF: Während sich der englische Terminus auch auf Gemischtwarenläden und ländliche Kaufhäuser bezieht, beschreibt der Papa-Mama-Laden nur den traditionellen Nahversorger, also das kleine Lebensmittelgeschäft 'um die Ecke', wie den Tante Emma-Laden und den Greißler.

Offprice-Store

DEF: In Offprice-Stores wird Markenware zu extrem reduzierten Preisen verkauft, die Initiative geht jedoch im Gegensatz zu Factory Outlets, wo sie vom Produzenten ausgeht, vom Handel aus. (vgl. Peneder 1997, 6)

Fachmarkt

DEF: siehe oben

Warehouse Membership Club

DEF: siehe unten

SB-Warenhaus

DEF: siehe unten

SB-Warenhaus

DEF 1: Das Selbstbedienungswarenhaus (SB-Warenhaus) ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein umfas-

customer assistance provided in any department. Well-known SSDDS's in the U.S. are Wal-Mart, Kmart and Target, which until recently did not sell food, but are now developing into supercenters with large food departments.

ABBR: SSDDS

SYN: self-service department store

specialty store

DEF 2: A retail store offering a great choice of a defined range of goods (e.g. shoes, apparel, books)

DEF 1: A retail store with a highly specialized assortment out of a defined range of goods (e.g. socks, ties).

specialty store

DEF: see above

sendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspreispolitik anbietet. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 m², nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts bei 4.000 m², nach internationalen Vereinbarungen bei 5.000 m². (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 47)

DEF 2: SB-Warenhäuser unterscheiden sich vom Verbrauchermarkt durch größere Flächen, bessere Ausstattung und Präsentation, breiteres und tieferes Sortiment. Schwergewicht in beiden Fällen Lebensmittel, mit zunehmender Fläche steigt jeweils der Nonfood-Anteil. (Peneder 1997, 4)

Spezialgeschäft

DEF: Das Spezialgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, dessen Warenangebot sich auf einen Ausschnitt des Sortiments eines Fachgeschäftes beschränkt, aber tiefer als jenes gegliedert ist. Für Spezialgeschäfte sind Sortimente charakteristisch, die besonders hohen Auswahlansprüchen genügen; sie bieten Bedienung und ergänzende Dienstleistungen. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 44)

Fachgeschäft

DEF 1: Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbietet. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 43)

DEF 2: Branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes

SSDDS

DEF: see self-service discount department store

Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet. (vgl. Peneder 1997, 4)

SB-Warenhaus

DEF: siehe oben

standalone

DEF: A standalone is a freestanding power store, typically in a peripheral location.

supercenter

DEF: A supercenter is the 'Americanized' form of a hypermarket, combining food and non-food, but in addition also specialty units. This concept is being successfully implemented by WalMart. (vgl. Kircher 1993)

SYN: superstore

supermarket

DEF: Establishments belonging to the major group of food stores and primarily engaged in the retail sale of a wide variety of grocery store merchandise. Customers normally make large, volume purchases from these stores. (Census of Retail Trade 1992, Definitions of Industries, SIC 541 pt.)

superstore

DEF: see supercenter

variety store

DEF: Establishments primarily engaged in the retail sale of a variety of merchandise in the low and popular price ranges. Sales

Standalone

DEF: Bezeichnung für einen alleinstehenden Fachmarkt, meist in peripherer Stadtrandlage.

Supercenter

DEF: Dies ist die amerikanisierte Form der europäischen Verbrauchermärkte, die in derselben Ausprägung wiederum kein Äquivalent im deutschsprachigen Raum hat.

SYN: Superstore

Supermarkt

DEF: Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² Nahrungs- und Genußmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet.

Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 m², nach internationalen Panelinstituten von 800 m² und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstitutes von 1.500 m². (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 47)

Superstore

DEF: siehe Supercenter

Gemischtwarengeschäft

DEF: Das Gemischtwarengeschäft ist ein zumeist kleiner oder mittelgroßer Einzelhandelsbetrieb, der häufig im ländlichen Raum

usually are made on a cash-and-carry basis, with the open selling method of display and customer selection of merchandise. These stores generally do not carry a complete line of merchandise, are not departmentalized, do not carry their own charge service, and do not deliver merchandise. (Census of Retail Trade 1992, Definitions of Industries, SIC 533)

vertical marketing systems

DEF: A company that manufactures, wholesales and retails the product. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Retailing" 1996, 2)

warehouse club

DEF: see warehouse membership club

ansässig ist. Er ist mit einem relativ breiten, aber eher flachen Sortiment in seiner Struktur auf den Bedarf der Bewohner eines engeren Einzugsbereichs ausgerichtet, von dem aus andere Einkaufsstätten nicht gut erreichbar sind. Das Sortiment umfaßt im Schwerpunkt Nahrungs- und Genußmittel, die überwiegend in Selbstbedienung angeboten werden. Daneben werden meist auch Nichtlebensmittel (z.B. Bekleidung und Textilien, Eisen- und Hausratwaren, Drogerieartikel, Schreibwaren, landwirtschaftliche Bedarfsartikel) geführt. Bei erklärungs- oder beratungsbedürftigen Waren findet Bedienung statt. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 46)

vertikale Ketten

DEF: Vertikale Ketten vereinigen Produktentwicklung, Produktion und Distribution in einer Hand. Dies resultiert in einer enormen Verkürzung der traditionellen Wertschöpfungskette. (vgl. Peneder 1997, 6)

Warehouse Membership Club

DEF: siehe unten

warehouse membership club

DEF 1: A WMC is a sub-category of the power retail format, offering a limited assortment of leading brands in a great number of major retail categories, sold in large quantities, at the lowest possible price, with no service provided to the customer. They tend to show a particular strength in the grocery sector. The name Warehouse Membership Club refers on the one hand to the layout and design of the stores in a warehouse manner with a semi-industrial design and on the other hand to the individual membership in the club which has to be purchased annually by the customer, on the basis of meeting certain employment criteria which tend to apply to 60 to 70 % of households. Initially, some emphasis was placed on a 'wholesale' function, focusing on the supply of a selected number of merchandise items to small businesses and offices. However, the retail component of their business has been so much more successful that it has been receiving the greatest attention for further development, making up for 85 % of WMC sales already in 1993. The average size of WMC's in 1993 was 11,000 to 12,000 m² on one level, the average number of Stock Keeping Units (SKU's) was 3,000 to 4,000 (as compared to a typical supermarket with about 20,000 SKU's). Merchandise in WMC's is frequently offered in large sizes or multi-packs. It is displayed in packing cartons, on pallets and steel racks, separated by wide aisles which allow restocking by machine. The 'Big Five' of WMC's are Sam's (WalMart), Pace (K-Mart), Costco, Price Club and B.J.'s (Waban). (vgl. Kircher 1993)

DEF 2: Establishments primarily engaged in the retail sale of general lines of merchandise such as groceries; automotive tires, batteries, parts, and accessories; audio and video equipment; household appliances; office equipment and supplies; apparel; and books through warehouse-based operations. These establishments are sometimes known as membership warehouse clubs. (Census of Retail

Warehouse Membership Club

DEF: Neuartiges Großflächen-Discount-Konzept aus den USA, das Elemente des Groß- und Einzelhandels mit einer 'exklusiven' Club-Mitgliedschaft kombiniert. Verkaufsfläche etwa 10.000 m², Handelsspanne 7-9 % (!). 40 % Food, 60 % Nonfood. 1993 bereits 6,8 % Einzelhandelsmarktanteil in den USA. (vgl. Peneder 1997, 6)

WMC's sind in Österreich am ehesten mit Cash+Carry-Betrieben, AGM oder Metro vergleichbar. Das genaue Äquivalent hat sich jedoch hier aufgrund der gesetzlichen Rahmenbedingungen nicht durchgesetzt.

Trade, Definitions of Industries 1992, SIC 539 pt.)

ABBR: WMC

SYN: price club, wholesale club, membership warehouse club,
warehouse club

wholesale club

DEF: see warehouse membership club

WMC

DEF: see warehouse membership club

Warehouse Membership Club

DEF: siehe oben

Warehouse Membership Club

DEF: siehe oben

Sonstiges fachverwandtes Vokabular

anchor [store]

DEF: An anchor is a major store (usually a chain store) in a shopping center that has substantial economic strength and can draw shoppers to a particular shopping center. In regional shopping centers, the anchors are usually large full-line department stores with well-known names. Thus, they serve as primary traffic generators. Other anchors might be supermarkets, restaurants and discount department stores, among others.

These stores occupy a large percentage of the square footage area within the shopping center and usually have more power in designing leases that give them favorable clauses than do their smaller cotenants. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 11)

SYN: major tenant, key tenant

base rent

DEF: see minimum rent

Magnetbetrieb

DEF: Wie die Bezeichnung andeutet, beschreibt dies einen meist größerflächigen Betrieb in einem Einkaufszentrum, der der Hauptfrequenzbringer dieses Zentrums ist. In Österreich ist dies, im Gegensatz zu den USA, in den seltensten Fällen ein Warenhaus.

SYN: Leitbetrieb

Mindestmiete

DEF: siehe unten

catchment area

DEF 1: The geographic area from which a center draws its shoppers. Limits that define a trade area may be distance, natural barriers such as rivers, or man-made obstructions such as a highway that is difficult to cross. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 134)

DEF 2: The geographic area from which the sustaining patronage for steady support of a shopping center is obtained. The extent of the trade area is governed in each instance by a number of factors, including the matter of the center itself, its accessibility, the extent of physical barriers, the location of competing facilities, and limitations of driving time and distance. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 135)

SYN: trade area, market area

CBD

DEF: see central business district

center mayor

DEF: The merchant who is recognized by peers as an informal leader among the shopping center's tenants. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 3)

Einzugsgebiet

DEF: Das Einzugsgebiet umfaßt die Gebiete der potentiellen Kunden eines Einzelhandelsbetriebes. (vgl. Falk/Wolf 1988, 247)

City

DEF: siehe unten

Mietervertreter

DEF: Sprecher der Mietergemeinschaft

central business district

DEF: Historically, the main shopping or business area of a town or city. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 17)

ABBR: CBD

common area

DEF: Area of a property that is or may be used by all of the owners or tenants of the property. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Leasing" 1996, 33)

comparison goods

DEF: Merchandise offered by department stores, apparel, furniture, and other stores in sufficient variety to permit a wide range of choice and comparison between the merchandise offered by one store and another. Comparison-shopping trips are made less often than shopping trips for convenience items. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 23)

SYN: shopping goods

City

DEF: Nicht zu verwechseln mit beispielsweise der City of London, beschreibt dieser Begriff das traditionelle Stadtzentrum mit der in der Stadt höchsten Konzentration an Handel, Dienstleistung und Verwaltung.

gemeinschaftliche Einrichtungen

DEF: Alle von den Zentrumsmietern gemeinschaftlich genutzten Einrichtungen, wie Lifte, Rolltreppen, Grünanlagen, Parkhäuser, Mall, Spielplätze etc. (Knecht 1982, 164)

Auswahlgüter

DEF: siehe unten

convenience goods

DEF: Goods from drug, grocery, liquor, and hardware stores; services from beauty, barber, and bake shops; and services from laundry and dry cleaning establishments. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 27)

convenience goods

DEF: see above

convenience goods

DEF: see above

convenience goods

DEF: see above

Güter des täglichen Bedarfs

DEF: Convenience Goods sind Güter, die ein Konsument möglichst bequem einkaufen möchte. Sie sind dem Verwender bekannte und standardisierte Güter, für deren Auswahl und Erwerb keine Bedienung oder Beratung erwartet oder gewünscht und die für den Absatz mittels Selbstbedienung geeignet sind. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 72)

SYN: problemlose Güter, Nahversorgungsgüter, Kurzfristbedarfsgüter

Kurzfristbedarfsgüter

DEF: siehe Güter des täglichen Bedarfs

Nahversorgungsgüter

DEF: siehe Güter des täglichen Bedarfs

problemlose Güter

DEF: siehe Güter des täglichen Bedarfs

cross-shopping

DEF: Purchasing complementary items at different stores or in different departments of a single store. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 31)

DEF: one-stop shopping

department store type merchandise

DEF 1: DSTM includes the kind of goods sold in shopping centers, such as apparel, shoes, jewelry, gifts and other merchandise usually found in department stores and shopping centers. DSTM excludes personal services, entertainment, food service, drugs, groceries, and automotive, all of which may be found in shopping centers. DSTM sales potential is a component of a center's share of market calculation. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 36)

DEF 2: DSTM includes merchandise normally found in variety, apparel, furniture, and appliance stores, and in other outlets such as jewelry, sporting goods, stationery, luggage, and camera stores, as well as department stores. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 36)

ABBR: DSTM

SYN: comparison goods, shopping goods

One-stop Shopping

DEF: Hier wird im Deutschen auch der englische Terminus verwendet und beschreibt den 'Einkauf unter einem Dach', d.h. mehrere Geschäfte in einem Einkaufszentrum werden beim selben Besuch dieses Zentrums aufgesucht.

Auswahlgüter

DEF: siehe unten

door busters

DEF: Small groups of sharply reduced merchandise, with incomplete assortments. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 39)

DSTM

DEF: see department store type merchandise

food court

DEF: The food court is an area of the shopping center that is devoted to permanent fast-food vendors offering a range of foods. Among the most popular food categories featured in most food courts are: pizza, Chinese food, hamburgers, chicken, Mexican food, pastries and croissants, ice cream and yogurt, salads. The court is served by a common seating area. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 11f)

freestanding store

DEF: see standalone

GAFO

DEF: An acronym for **G**eneral merchandise, **A**pparel, home **F**urnishings, and **O**ther merchandise (such as books, toys, and food sold away from home), which are normally sold in regional shopping centers. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 53)

GLA

DEF: see gross leasable area

Lockartikel

DEF: Besonders auffällig, meist vor dem Geschäft plazierte Ware, die preislich stark herabgesetzt ist und den Kunden in das Geschäft 'locken' soll.

Auswahlgüter

DEF: siehe oben

Food Court

DEF: Ein vollständig mit Gastronomiebetrieben besetzter Teil eines Einkaufszentrums, mit oftmals gemeinsam genutztem Sitzbereich.

Streulage

DEF: siehe Standalone

Auswahlgüter

DEF: siehe unten

vermietbare Fläche

DEF: siehe unten

gross leasable area

DEF 1: Normally the total area on which a shopping center tenant pays rent. The GLA includes all selling [space] as well as storage and other miscellaneous space. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 54)

DEF 2: The total floor area designed for tenant occupancy and exclusive use, including basements, mezzanines, and upper floors. It is measured from the center line of joint partitions and from outside wall faces. In short, GLA is that area on which tenants pay rent; it is the area that produces income. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 55)

ABBR: GLA

hard goods

DEF: That class of merchandise, sometimes referred to as hardlines, composed primarily of durable items, such as hardware, machines, heavy appliances, electrical and plumbing fixtures, and farming machinery and supplies. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 57)

inflow market

DEF: see tertiary market

key tenant

DEF: see anchor tenant

local tenant

DEF: A retail tenant who operates one or more stores exclusively in a local market. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 71)

vermietbare Fläche

DEF: Diese ist die gesamte Nutzfläche eines Einkaufszentrums für Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe, auch wenn rechtlich gesehen keine Vermietung vorliegt (Eigentum). Entsprechend dem amerikanischen Begriff 'GLA - gross leasable area' umfaßt diese Fläche alle Betriebsflächen, wie Verkaufsräume, Lager, Sozialräume, (Filialleiter)Büro und sonstige Nebenflächen, *nicht* jedoch die Mall. (S+M Dokumentation Einkaufszentren 1997/98, 4)

Hartware

DEF: Hartware, als Teil des Auswahlgüterbedarfs umfaßt Eisenwaren, Maschinen, Geräte und ähnliches.

äußerer Einzugsbereich

DEF: siehe unten

Magnetbetrieb

DEF: siehe oben

lokal tätiger Filialist

DEF: Bezeichnet einen Filialisten mit Niederlassungen in nur einer Stadt.

low-end [merchandise]

DEF: Merchandise that has been sharply reduced from original prices, used for sidewalk, moonlight, midnight, and similar limited-period sale events. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 72)

major tenant

DEF: see anchor store

mall mayor

DEF: see center mayor

market area

DEF: see catchment area

Abverkaufsware

DEF: Aus bestimmten Gründen (z.B. Saisonabverkauf) drastisch preisreduzierte Ware.

Leitbetrieb

DEF: siehe Magnetbetrieb

Mietervertreter

DEF: siehe oben

Einzugsgebiet

DEF: siehe oben

market area

DEF: The area surrounding a shopping center from which the center draws its customers. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Management" 1996, 43)

SYN: trade area, catchment area

merchandise mix

DEF 1: The variety and categories of merchandise offered by the retail tenants assembled in a particular shopping center. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Management" 1996, 44)

SYN: tenant mix

DEF 2: A merchandise mix is a group of products that are closely related because they satisfy a class of needs, are used together, or are sold to the same basic market targets. It is made up of a series of demand-related merchandise items, which are specific versions of a product that has a separate designation. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 82)

Einzugsgebiet

DEF: siehe oben

Branchenmix

DEF: Beschreibt die Zusammensetzung des Angebots eines Einkaufszentrums, definiert nach verschiedenen Branchen.

SYN: Mietermix

merchants' association

DEF 1: A merchants' association is a not-for-profit corporation organized to conduct merchandising programs, community events, shopping center decoration programs, advertising programs, and publicity programs, and to coordinate joint member cooperative advertising and marketing functions, events, and endeavors for the general benefit of the shopping center. The association acts as a clearinghouse for suggestions, ideas and programming of merchandising events, and it serves as a quasi-court for handling complaints and differences of opinion. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 83)

DEF 2: A not-for-profit, independent corporation with a board of directors who vote and sign checks. The members pay dues. Monthly meetings and an annual report are required. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Management" 1996, 44)

minimum rent

DEF 1: The basic rent a tenant pays; usually expressed as a price per square foot. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 4)

DEF 2: Rent that is not based on tenant's sales. (ICSC Keys to Shopping Center Management Series "The Lease and Its Language" 1992, 25)

SYN: base rent

national tenant

DEF: A retailer who operates a chain of stores on a nationwide basis. (ICSC Keys to Shopping Center Management Series "Leasing Strategies" 1992, 19)

Mietergemeinschaft

DEF: Zusammenschluß der Mieter eines Einkaufszentrums, mit dem Zweck, eine einheitliche Profilierung für das Einkaufszentrum zu finden und durch ein geschlossenes Auftreten aller Mieter nach außen das Zentrum als Einheit in das Bewußtsein der Konsumenten einzuprägen. (vgl. Knecht 1982, 165)

Mindestmiete

DEF: Dies ist jene Miete, die nie unterschritten werden darf und richtet sich normalerweise nach der gemieteten Fläche. (vgl. Esterhazy 1982, 312)

bundesweit tätiger Filialist

DEF: Filialist mit Niederlassungen im gesamten Bundesgebiet.

percentage rent

DEF 1: Rent the tenant pays; usually based on a percentage of a store's sales. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 4)

DEF 2: Extra rent paid to a landlord if tenant sales figures exceed a prearranged figure. (ICSC Keys to Shopping Center Management Series "Maintenance " 1992, 24)

primary market

DEF: The geographic market from which a center's predominant shoppers and/or sales come. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 102)

primary market

DEF: see above

Umsatzmiete

DEF: Zusätzlich zur Mindestmiete zu bezahlende Miete, die als Prozentwert des jährlichen Bruttoumsatzes berechnet wird. Diese ist nur zu zahlen, sofern sie die indexierte Mindestmiete übersteigt. (vgl. Esterhazy 1982, 312)

Haupteinzugsbereich

DEF: Jener Teil des Einzugsgebietes, aus dem zumindest zwei Drittel bis drei Viertel des Umsatzes eines Einkaufszentrums stammen sollen.

SYN: innerer Einzugsbereich

innerer Einzugsbereich

DEF: siehe Haupteinzugsbereich

regional tenant

DEF: A retailer who operates stores in a particular region of the country. (ICSC Keys to Shopping Center Management Series "Leasing Strategies" 1992, 19)

sales area

DEF: Rentable area minus storage space. The proportion of rentable store area devoted to sales varies among store types and among stores of the same type, so that calculations of sales or rent are more uniform if made on the basis of total store area. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 117)

regional tätiger Filialist

DEF: Filialist, der Geschäfte in nur einer Region des Landes, z.B. einigen aneinandergrenzenden Bezirken betreibt.

Verkaufsfläche

DEF 1: Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes umfaßt die Fläche, auf der der Verkauf abgewickelt wird; eingeschlossen sind die Standflächen für Warenträger, Konsumbereiche und dem Kunden zugängliche sonstige Verkaufs- und Serviceflächen, nicht dagegen Treppen- und Schaufensterflächen. In der amtlichen Statistik der Bundesrepublik Deutschland und der Europäischen Union werden zur Zeit Treppen- und Schaufensterflächen zur Verkaufsfläche gerechnet. Die Verkaufsfläche schließt auch Freiflächen, die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt werden, ein. (Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 54)

DEF 2: Jene Teile der vermietbaren Flächen, die für den Kunden zugänglich oder einsehbar sind. Bei neueren Betriebstypen zählen einsehbare Produktionsflächen (z.B. Bäckereien oder Fleischereien), die durch Glaswände vom Verkaufsbereich getrennt sind, nicht zur Verkaufsfläche. (S+M Dokumentation Einkaufszentren 1997/98, 5)

secondary market

DEF 3: The portion of a trade area that supplies additional support to a shopping center beyond that obtained from the primary zone. Secondary zone patronage for a shopping center is primarily generated by the comparison shopping stores in the center; convenience shopping is primarily done by secondary zone residents at other neighborhood centers closer to home. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 119)

share of market

DEF: An estimate of the percentage of a geographic market's sales potential that a center receives in sales. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 121)

shopping goods

DEF: Goods from variety, department, and general merchandise stores: toys, hobbies, sporting goods, small appliances, household, textile, garden and lawn supplies, luggage and leather, music, books, housewares, children's apparel, candy, radios, and televisions. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 122)

SYN: comparison goods

shopping goods

DEF: see above

mittlerer Einzugsbereich

DEF: Jener Teil des Einzugsgebietes, der außen an den Haupteinzugsbereich angrenzt, und aus dem noch relevante Umsätze zu erwarten sind.

Marktanteil

DEF: Indikator für die Marktposition eines Einkaufszentrums, der durch die Gegenüberstellung des erzielten Umsatzes eines Einkaufszentrums mit der gesamten Kaufkraft im Haupteinzugsgebiet des Zentrums errechnet wird. (S+M Dokumentation Einkaufszentren 1997/98, 4)

Auswahlgüter

DEF: Auswahlgüter oder Shopping Goods sind Güter, die ein Konsument relativ selten und erst nach einem sorgfältigen Vergleich von Preis und Qualität kauft. Bei diesen Gütern wird persönliche Beratung oder Service erwartet. Die Grenze zwischen Convenience Goods und Shopping Goods läßt sich nicht exakt ziehen; sie ist sowohl von der Gestaltung als auch vom Informationsstand des Verwenders abhängig. (vgl. Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft. Katalog E 1995, 72)

SYN: problemvolle Güter, Shopping Goods

Shopping Goods

DEF: siehe Auswahlgüter

shopping goods

DEF: see above

site

DEF: A specific tract of land proposed for center development, exhibiting qualities of size, shape, location plus accessibility, and zoning, and suited for the development of a center. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 123)

standalone

DEF 1: Retail store not located in a planned shopping center or in association with a major business district. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 51)

DEF 2: Anchor or nonanchor that is managed as part of the center but is physically separate from the main structure. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 51)

SYN: freestanding store

problemvolle Güter

DEF: siehe Auswahlgüter

Standort

DEF: Jener Punkt bzw. Ort, an dem ein Betrieb oder eine Einrichtung fix situiert und tätig ist.

Standalone

DEF: Ein räumlich isoliertes, nicht in eine Geschäftsagglomeration eingebundenes Geschäft.

SYN: Streulage

tenant mix

DEF 1: Tenant mix is the distribution of store types within a retail complex.

DEF 2: The percentages reflecting the proportions of square footage and/or number of leasable units in a particular merchandise category in the center. (vgl. ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Leasing" 1992, 47)

DEF 3: The types and price levels of retail and service businesses within a shopping center. (vgl. ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Overview" 1992, 3)

SYN: merchandise mix

tertiary market/zone

DEF: An outlying segment of the trade area that can be identified in certain circumstances as contributing a recognizable share of sales volume to a shopping center. This zone is designated when there appears to be a tributary area extending beyond the normal limits of the secondary zone, usually in a specific direction. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 132)

SYN: inflow market

trade area

DEF: see catchment area

trade area zones

DEF: Those segments into which a trade area is normally divided in order to better illustrate variations in the probable impact of proposed shopping centers as regards distance, travel time, and competitive facilities. Most frequently, trade areas are divided into

Mietermix

DEF: Bezeichnet die Abstimmung der in einem Einkaufszentrum vertretenen Betriebstypen und Branchen und ist somit in seiner korrekten Definition etwas umfassender als der Begriff Branchenmix.

SYN: siehe Branchenmix

äußerer Einzugsbereich

DEF: Jener Teil des Einzugsgebietes aus dem nur noch vereinzelt Umsätze in ein Einkaufszentrum fließen.

Einzugsgebiet

DEF: siehe oben

Einzugsbereiche

DEF: Bereiche, in die das Einzugsgebiet unterteilt wird, und zwar je nach aus diesen Bereichen zu erwartenden Umsätzen. Üblicherweise unterteilt man in einen inneren oder Haupteinzugsbereich,

primary and secondary zones. In addition, a tertiary zone is sometimes indicated. (ICSC's Guide to Shopping Center Terms 1995, 135)

traffic

DEF: The number or volume of shoppers who visit a shopping center during a specified period of time. (ICSC Keys to Shopping Center Management Series "Leasing Strategies" 1992, 19)

vacancy rate

DEF: The percentage of leasable retail space in a shopping center that is unleased at any given moment in time. (ICSC Keys to Shopping Center Fundamentals Series "Leasing" 1992, 47)

einen mittleren sowie einen äußeren Einzugsbereich

Besucherfrequenz

DEF: Zahl der Besucher eines Einkaufszentrums. Diese muß nicht der Zahl der Käufer entsprechen.

Leerstandsrate

DEF: Anteil der unvermieteten Lokale in einem Einkaufszentrum.