

INHALT

1.	Vorbemerkungen	5
2.	Kurzfassung	7
3.	Lage der Untersuchungsbereiche, Zielsetzung und Arbeitsmethoden	9
3.1.	Lage der Untersuchungsbereiche	9
3.2.	Zielsetzung und Arbeitsmethoden	10
4.	Einzugsgebiete der Zentren Gronau, Enschede-Mitte und Miro-Markt	11
4.1.	Ergebnisse von Kundenbefragungen 1982	11
4.2.	Ergebnisse von PKW-Kartierungen 1982	19
5.	Räumliches Einkaufsverhalten der niederländischen Kunden in Gronau	23
5.1.	Einkaufshäufigkeit und Verkehrsmittel der Kunden	23
5.2.	Warenspektrum und Ausgaben der Kunden	27
5.3.	Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten in Gronau durch die Kunden	33
6.	Entwicklung der Geschäftseinzugsbereiche und des räumlichen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung im Raum Enschede-Gronau	35
6.1.	Entwicklung des Geschäftseinzugsbereichs Gronau	36
6.2.	Entwicklung des Geschäftseinzugsbereichs Enschede	40
6.3.	Grundtendenzen der Entwicklung des Einkaufszentrums Gronau - einige Aspekte zur Problematik der Ansiedlung eines neuen Großbetriebes	45
	Anhang	49