

I N H A L T S Ü B E R S I C H T

| | <u>Seite</u> |
|--|--------------|
| A Einführung - Ziel und Gang der Untersuchung | 1 |
| B Analyse der Verteilung von Geschäftszentren | 14 |
| 1. Einleitung | 14 |
| 2. Konsumentenverhalten in Raum und Zeit | 14 |
| 2.1. Verbrauchsprofil und Verbrauchsstruktur | 14 |
| 2.1.1. Das Verbrauchsprofil - Definitionen und Erläuterungen | 14 |
| 2.1.2. Analyse des Verbrauchsprofils | 18 |
| 2.2. Besorgungsprofil und Besorgungsstruktur | 29 |
| 2.2.1. Das Besorgungsprofil - Definitionen und Erläuterungen | |
| 2.2.2. Analyse des Besorgungsprofils | 33 |
| 2.2.2.1. Die einzelnen Schritte einer Besorgung | 33 |
| 2.2.2.2. Die minimal notwendige und die maximal mögliche Kopplung | 36 |
| 2.2.2.3. Das Besorgungsprofil unter dem Einfluß der unvollständigen Information des Konsumenten | 46 |
| 2.2.2.4. Die vertikale und die horizontale Kopplung | 71 |
| 2.2.2.5. Die Form und die Größe von Einzugsbereichen mehrerer über das Besorgungsprofil zusammenhängender Geschäftszentren | 78 |
| 3. Unternehmerverhalten in Raum und Zeit - Anwendung der Marktphasentheorie auf die Entwicklung von Geschäftstypen | 89 |
| 3.1. Einleitung - die Marktphasentheorie | 89 |
| 3.2. Die Entwicklung von Geschäftstypen im Lauf der Zeit | 95 |
| 3.2.1. Übersicht über die Entwicklungsphasen | 95 |
| 3.2.2. Typenbildung als Reaktion auf das Angebot neuer Güter | 97 |

| | <u>Seite</u> |
|---|--------------|
| 3.2.2.1. Die Experimentierphase | 97 |
| 3.2.2.2. Die Expansionsphase | 105 |
| 3.2.2.3. Die Ausreifungsphase | 109 |
| 3.2.2.4. Die Stagnationsphase | 114 |
| 3.2.3. Typenbildung als Reaktion auf in Schwierigkeiten geratene Geschäftstypen | 118 |
| 4. Anwendung des theoretischen Instrumentariums auf ein ausgesuch- tes Problem: die Stabilität eines Systems von Geschäftszentren | 122 |
| 4.1. Einführung in das Problem der Stabilität von Geschäfts- zentren | 122 |
| 4.2. Untersuchung der Bedingungen, unter denen sich ein System von Geschäftszentren verändert | 125 |
| 4.2.1. Wirkung der Ausbreitung neuer Geschäfte auf die Wachstumschancen von Geschäftszentren | 125 |
| 4.2.2. Wirkung der Auswahldifferenzierung auf die Wachs- tumschancen von Geschäftszentren | 129 |
| 4.2.3. Wirkung der Stagnation und der Reaktion auf die Stagnation auf die Wachstumschancen von Geschäfts- zentren | 134 |
| 4.2.4. Von ungeplanten zu geplanten Geschäftszentren - Wirkung wachsender Geschäftsgrößen auf die Wachstumschancen von Geschäftszentren | 135 |
| 4.3. Kritische Beurteilung und Ergänzung der Ergebnisse | 138 |