

**Stellungnahme zum
Nichtlebensmitteleinzelhandel der Gemeinde Ganderkesee**

im Auftrag der Gemeinde Ganderkesee

März 2008

Dipl. Geogr. Katharina Staiger
Am Bronnenberg 2
71229 Leonberg
07152 / 700 256

INHALTSVERZEICHNIS		Seite
1	Ausgangslage und Untersuchungsmethodik	3
2	Bewertung des Angebotes im Nichtlebensmitteleinzelhandel	6
2.1	Räumliche Verteilung	6
2.2	Branchenbesatz und Betriebstypen	6
2.3	Einzelhandelszentralität	9
3	Entwicklungspotenziale und Angebotsergänzungen	11

1 Ausgangslage und Untersuchungsmethodik

Im Einzelhandel der Gemeinde zeichnen sich verschiedene Veränderungen ab. So soll der Familia-Verbrauchermarkt neu gebaut und auf einer Verkaufsfläche von ca. 3.300 m² (zzgl. Mall, Shops) betrieben und die Bestandsfläche (ca. 1.800 m² VK) durch Fachmärkte belegt werden. Der Getränkemarkt an der Gruppenbührener Straße bleibt bestehen. Per Saldo erhöht sich zwar die Verkaufsfläche um ca. 1.500 m², wenngleich das Sortiment bzw. die Artikelzahl (ca. 25.000) nicht verändert werden soll.

Tab. 1: Verkaufsflächenaufteilung von Familia (Ist / Plan)

Daten	Verkaufsfläche in m ²		
	Ist	Plan	Saldo
Getränke	260	400	140
Spielwaren	150	-	- 150
Elektrowaren	250	250	-
Bau/Heimwerkerbedarf	240	250	10
Getränkemarkt	900	900	-
Nahrungs-/Genussmittel	1.200	1.950	750
Drogeriewaren	170	350	180
Tiernahrung	60	120	60
Schreibwaren	100	200	100
Spielwaren	-	200	200
Haushaltswaren	130	300	170
Bekleidung	140	200	60
Summe Markt	1.800	3.320	1.520
Summe Familia	2.700	4.220	1.520
Vorkassenzone	50	260	210
Blumen Melle	-	180	180
Bäckerei	-	40	40
Shops	-	140	140
Shops / Mall	50	620	570

Quelle: Angaben der Fa. Bunting

Seitens der Edeka-Gruppe wird der Neubau von Inkoop in Ganderkesee mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.750 m² Verkaufsfläche angestrebt; die in der Vorkassenzone ansässigen Betriebe (Bäckerei mit Café, Blumen, Postshop) bleiben erhalten. Eine Ausweitung des Sortiments bzw. der Artikelzahl (ca. 15.000) ist auch bei Inkoop nicht geplant.

Tab. 2: Verkaufsflächenaufteilung von Inkoop (Ist / Plan)

Daten	Verkaufsfläche in m ²		
	Ist	Plan	Saldo
Nahrungs-/Genussmittel	880	1.610	730
Drogeriewaren	70	70	-
Tiernahrung	25	25	-
Schreibwaren	10	10	-
Haushaltswaren	20	30	10
Bekleidung	5	5	-
Summe Markt	1.010	1.750	740
Vorkassenzone	90	110	20
Blumen	30	30	-
Bäckerei	20	20	-
Postagentur	40	40	-
Shops / Mall	180	200	20

Quelle: Angaben der Fa. Inkoop (ohne Gastronomie)

Zudem wird derzeit auf einem Grundstück in Ganderkesee neben Aldi ein neues Wohn- und Geschäftshaus mit drei Fachmärkten und einer Bäckerei (ca. 60 m² VK) gebaut. Bei den Fachmärkten handelt es sich um einen Drogeriefachmarkt (Budni: ca. 390 m² VK), einen Textildiscounter (Takko: ca. 640 m² VK) und einen Schuhfachmarkt (Deichmann: ca. 420 m² VK). Der Drogeriefachmarkt eröffnete Ende Februar 2008, Takko und Deichmann werden in Kürze eröffnet. Im Drogeriefachmarkt verteilt sich die Verkaufsfläche wie folgt:

- Drogerie- und Parfümeriewaren: ca. 300 m²
- Nahrungs- und Genussmittel: ca. 55 m²
- Sonstige Sortimente¹: ca. 35 m².

Seitens der Verwaltung wird derzeit die Erweiterung des Famila-Verbrauchermarktes im Kernort von Ganderkesee vorbereitet. Die Verwaltung beabsichtigt, für die Belegung des Famila-Verbrauchermarktes Obergrenzen für die Verkaufsflächen der einzelnen Sortimente festzusetzen. Hierzu benötigt die Verwaltung eine Grundlage, welche den Einzelhandel im Nichtlebensmittelsektor bewertet und Entwicklungspotenziale aufzeigt. Für den Lebensmittelsektor wurde bereits eine Grundlagenuntersuchung erarbeitet und das zusätz-

¹ Foto, Schreibwaren, Haus- und Tischwäsche.

liche Flächenpotenzial ermittelt. Insofern steht der nonfood-Sektor im Vordergrund dieser Untersuchung.

Die Grundlage zur Ableitung der Verkaufsflächenpotenziale im nonfood-Sektor bildet die in 2006 durchgeführte Bestandsaufnahme¹ aller Betriebe in Ganderkesee. Die seither eingetretenen Veränderungen wurden in den Datenbestand eingearbeitet.

¹ Die Berechnung der Zentralität erfolgt in Anlehnung an die im Regionalen Einzelhandelskonzept dargestellte Berechnung.

2 Bewertung des Angebotes im Nichtlebensmitteleinzelhandel

2.1 Räumliche Verteilung

Das Angebot im Nichtlebensmittelsektor umfasst eine Verkaufsfläche von ca. 22.800 m² in 101 Betrieben. Hinzu kommt in den Lebensmittelmärkten¹ eine nonfood-Verkaufsfläche von ca. 2.200 m². Mit über 70 % des Flächenbestands konzentriert sich das Angebot in Ganderkesee, der vergleichsweise hohe Bestand in Hoykenkamp resultiert aus dem dort ansässigen Baumarkt.

Tab. 3: Verteilung der Verkaufsflächen im Nichtlebensmitteleinzelhandel

Daten	Verkaufsfläche in m ²			Verkaufsfläche in %
	Fachgeschäft Fachmarkt	Fachabteilungen	Summe	
Ganderkesee	16.130	1.710	17.840	71
Bookholzberg	1.970	330	2.300	9
Heide	70	130	200	1
Schierbrock	920	40	960	4
Hoykenkamp	2.360	-	2.360	9
sonstige Ortsteile	1.320	-	1.320	5
Summe	22.770	2.210	24.980	100

Quelle: KS-Zusammenstellung 2007/2008

2.2 Branchenbesatz und Betriebstypen

Die Verkaufsfläche bei **Drogeriewaren**² umfasst ca. 1.100 m², davon entfällt über die Hälfte (ca. 570 m²) auf die Fachabteilungen der Lebensmittelmärkte. Neben einem kleinen spezialisierten Fachgeschäft in Ganderkesee sind drei Schlecker-Filialen mit kleinen Einheiten³ in Ganderkesee, Bookholzberg und Schierbrock vorhanden. Der für diese Branche typische Betriebstyp „Fachmarkt“ wird durch Schlecker einseitig vertreten. Weitere Fachmarktange-

¹ Famila, Inkoop (Ganderkesee, Bookholzberg), Spar, Markant, Aldi (Ganderkesee, Bookholzberg), Lidl und Plus

² einschließlich eines Postenmarktes in Bookholzberg, der neben Drogeriewaren weitere Sortimente (z.B. Haushaltswaren, Geschenkartikel, Gartenbedarf) führt.

³ zwischen ca. 70 m² und ca. 160 m² VK.

bote (z.B. Rossmann, Müller, dm) fehlen, wengleich zumindest durch den Filialisten Budni das Angebot ergänzt wurde.

Mit sieben **Apotheken** liegt in Relation zur Einwohnerzahl ein durchschnittlicher Besatz vor; neben Ganderkese sind auch in Bookholzberg und Schierbrok Apotheken vorhanden, so dass für die hier umliegenden kleineren Ortsteile eine relativ gute Versorgung gegeben ist.

Bei **Blumen** sind sieben Fachgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von ca. 550 m² in Ganderkese, Bookholzberg und Schierbrok ansässig; das Angebot hat sich durch die jüngst erfolgte Schließung eines Blumenfachgeschäftes in Bookholzberg verschlechtert.

Im Segment **Tiernahrung und Zubehör** existiert ein mittelgroßes Fachgeschäft in Ganderkese; dieses Segment wird als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten, bei Schlecker und auch in den Raiffeisenmärkten geführt. Ein für diese Branche typischer Fachmarkt (z.B. Fressnapf, Futterhaus) fehlt hingegen.

Das Angebot bei **Schreib- und Spielwaren, Büchern** umfasst eine Verkaufsfläche von ca. 700 m², welche sich auf fünf Fachgeschäfte in Ganderkese, Bookholzberg und Elmelo, eine kleine Sortimentsbuchhandlung in Ganderkese und den BBM Baumarkt¹ verteilt. Ergänzt wird das Angebot durch die Lebensmittelmärkte (ca. 270 m² VK). Dies betrifft insbesondere das Segment Spielwaren, welches bei Famila (Getränkemarkt) auf ca. 150 m² Verkaufsfläche geführt wird. Die beiden mittelgroßen Fachgeschäfte Stöber und Brandes führen das umfangreichste Angebot in dieser Branche, wobei diese Betriebe hinsichtlich der Warenpräsentation und Übersichtlichkeit sehr beengt wirken. Auch die Verkaufsfläche der Sortimentsbuchhandlung fällt sehr klein aus. Fachmarktangebote² sind in Kommunen der Größe von Ganderkese üblicherweise nicht vertreten.

Im Sortimentsbereich **Bekleidung / Wäsche** liegt eine Verkaufsfläche von ca. 3.050 m² in 18 Betrieben und von ca. 150 m² bei Famila vor. Das Angebot wird dominiert von Fachgeschäften (14 Geschäfte), die mit Ausnahme zweier Fachgeschäfte in Bookholzberg im Zentrum von Ganderkese liegen. Die Fachgeschäfte führen auf Verkaufsflächen zwischen ca. 50 und 150 m² Teissegmente, so v.a. Damenbekleidung. Die einzigen großflächigen Betriebe Chic Moden und Historia Factory Outlet (jeweils ca. 750 m² Verkaufsfläche) sind hingegen in Gewerbegebieten ansässig. Bundesweit agierende Filialunternehmen sind lediglich

¹ V.a. Spielwaren, Bastelartikel.

² Z.B. Staples.

durch KiK und Ernsting´s family vertreten. Neben Oberbekleidung besteht auch ein Angebot im Bereich Kinderbekleidung (z.B. KiK, ernsting´s family, Eisbär Kindermoden), während das Segment Herrenbekleidung nur untergeordnet angeboten wird.

In der Branche **Schuhe/Lederwaren** beschränkt sich das vorhandene Angebot (ca. 300 m² Verkaufsfläche) auf zwei inhabergeführte Fachgeschäfte; ein weiteres Fachgeschäft führt Lederwaren. Aufgrund des Fehlens von Fachmarktanbietern (z.B. Deichmann, ABC-Schuhe, Quick-Schuh, K+K Schuhcenter, Reno) ist das Angebot momentan noch einseitig ausgeprägt.

Eine Verkaufsfläche von ca. 1.400 m² verteilt sich in der Branche **Sportbekleidung und -geräte** auf ein Sportfachgeschäft, ein Reitsportfachgeschäft, vier Fachgeschäfte für Fahrräder und einen großflächigen Fachmarkt für Angelbedarf (Fun Fishing). Gerade mit Blick auf spezialisierte Anbieter (Reitbedarf, Angelbedarf) liegt in dieser Branche ein guter Besatz vor. Mit dem Fachmarkt Fun Fishing, welcher aufgrund seines Spezialisierungsgrades eine große räumliche Sogkraft aufweist, besteht ein besonderes Angebot im Raum Oldenburg/Bremen.

In der Branche **Akustik, Optik, Uhren / Schmuck** ist mit sechs Fachgeschäften und einer Verkaufsfläche von ca. 260 m² ein guter Besatz gegeben, zumal auch ein Fachgeschäft für Akustik ansässig ist.

Die Branche **Elektrowaren** ist lediglich durch vier Fachgeschäfte in Ganderkesee und Heide vertreten, welche sehr kleinteilig strukturiert sind und stark auf das Segment Unterhaltungselektronik spezialisiert sind. Ein Fachgeschäft ist auf das Segment Computer und Zubehör ausgerichtet. Neben den Fachgeschäften führen der BBM Baumarkt und der Möbel-discounter Osca ebenfalls Teilsegmente (v.a. Leuchten, Klein elektrogeräte). Insgesamt liegt lediglich eine Verkaufsfläche von ca. 320 m² bei Elektrowaren vor. Hinzu kommt eine Verkaufsfläche von ca. 250 m² im Famila Verbrauchermarkt.

Bei **Haushaltswaren, Geschenkartikeln** umfasst das Angebot eine Verkaufsfläche von ca. 850 m² und verteilt sich auf vier Fachgeschäfte, einen Sonderpostenmarkt und auf Teilflächen im BBM Baumarkt und im Osca Möbel Discount. Von den Fachgeschäften bietet die Fa. Härtel¹ im Zentrum von Ganderkesee das umfangreichste Angebot. Angesichts des

¹ Neben Haushaltswaren werden hier auch die Segmente Eisenwaren, Gartenbedarf geführt.

stark rückläufigen Trends bei Haushaltswarenfachgeschäften ist das Vorhandensein dieses mittelgroßen Fachgeschäftes ausgesprochen positiv zu werten. Eine Verkaufsfläche von etwa 150 m² entfällt auf Famila und die beiden Inkoop-Märkte.

Im **Einrichtungsbedarf** (Möbel, Küchen, Heimtextilien, Teppiche, Bodenbeläge, Matratzen) liegt eine Verkaufsfläche von ca. 4.100 m² vor. Bei Möbeln ist als größter Anbieter der Möbeldiscounter Osca im Gewerbegebiet (ca. 2.900 m²) anzuführen. Hinzu kommen zwei Küchenstudios, ein Fachgeschäft für Wasserbetten, fünf Fachgeschäfte für Bodenbeläge/Heimtextilien und ein Fachgeschäft für Matratzen. Der Besitz weist in dieser Branche eine gute Mischung auf.

Im **Bau- und Heimwerkerbedarf** bzw. **Gartenbedarf** verfügt Ganderkesee über eine Verkaufsfläche von über 10.000 m². Das Angebot setzt sich aus zwei großflächigen Bau- und Heimwerkermärkten (BBM, Garms), einem Fliesenfachmarkt (Fliesenhof Bookhorn), einem großflächigen Gartenfachmarkt (Fleur Garten), zwei Raiffeisenmärkten, zwei Gärtnereien und acht Fachgeschäften zusammen. Die Fachgeschäfte sind auf Teilsegmente spezialisiert (u. a. Tapeten, Markisen, Fliesen, Kaminofen, Bauelemente, Gartengeräte, Samen). Auch im Famila-Verbrauchermarkt wird dieses Segment (ca. 240 m² VK) angeboten. Durch die Vielzahl an unterschiedlichen Betriebstypen ist ein guter Mix gegeben. Die Betriebe sind überwiegend in Gewerbegebietslagen ansässig; dies entspricht auch der gängigen Lageinteilung, da es sich bei dieser Branche um nicht-zentrenrelevante Sortimente handelt.

In den **sonstigen Branchen** sind neben einem Sonderpostenmarkt in Bookholzberg weitere Spezialanbieter (Quelle Shop, Dritte Welt-Laden, Esoterik) sowie zwei Fachgeschäften für **Sanitätswaren** mit einer Verkaufsfläche von ca. 260 m² vorhanden.

2.3 Einzelhandelszentralität

Als wichtige Orientierung für die Bedeutung einer Gemeinde für das nähere Umland sowie deren Entwicklungspotenzial dient die Zentralitätskennziffer. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz¹. Ein Zentralitätswert von über 100 % resultiert aus einer hohen Bindung der Kaufkraft der Wohnbevölkerung und entspre-

¹ Der Umsatz setzt sich jeweils aus dem Anteil, welcher mit der Wohnbevölkerung und dem Anteil mit Auswärtigen (Zuflüsse) erzielt wird, zusammen.

chenden Zuflüssen aus dem Umland. Werte von unter 100 zeigen hingegen einen Kaufkraftabfluss an.

Bezogen auf alle Branchen im Nonfood-Sektor liegt im Einzelhandel der Gemeinde Ganderkesee eine Zentralität von etwa 47 % vor. Der daraus ableitbare Kaufkraftabfluss kommt in erster Linie durch die Nähe zu den Oberzentren Bremen und Oldenburg sowie zum Mittelzentrum Delmenhorst, die über ein breit gefächertes Angebot im mittel- und langfristigen Bedarf verfügen, zustande.

Geringe Zentralitätswerte liegen in den Branchen Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren, Bücher, Schreib- und Spielwaren und insbesondere bei Elektrowaren vor. Im Bau- und Heimwerkerbedarf sowie bei Sportbekleidung und –geräte wird hingegen eine hohe Zentralität erreicht.

Tab. 4: Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Ganderkesee im nonfood-Sektor

Daten	Kaufkraft Mio. €	Umsatz Mio. €	Zentralität in %
Drogerie / Parfümerie, Apotheken	20,3	14,0	69
Bücher, Schreib- und Spielwaren	9,0	2,8	31
Blumen, zool. Artikel, Tiernahrung	2,4	1,2	50
Bekleidung, Wäsche	16,7	5,7	34
Schuhe, Lederwaren	3,5	0,7	20
Sport / Freizeit	2,7	2,6	96
Haushaltswaren, Geschenkartikel	2,5	1,2	48
Uhren/Schmuck, Foto	4,6	1,3	28
Elektro / Leuchten / Neue Medien	14,0	1,5	11
baumarkt-/gartencenterspez. Sortimente	12,2	10,9	89
Möbel, Teppiche, Bodenbeläge, Haus- und Heimtextilien	12,9	5,5	43
Sonstige Branchen	7,7	3,2	42
Summe	108,5	50,6	47

3 Entwicklungspotenziale und Angebotsergänzungen

Mit Blick auf Ergänzungen in einzelnen Branchen ist grundsätzlich der Besitz an Filialisten von zentraler Bedeutung für die Markenvielfalt in einer Stadt/Gemeinde. So trägt der Bestand an zentrenbildenden Marken und Anbietern maßgeblich zur Akzeptanz gerade eines in den zentralen Lagen vorhandenen Einzelhandelsangebotes bei. Die Filialisten mit einem hohen Bekanntheitsgrad prägen das Image und die Ausstrahlung eines Einzelhandelsstandortes. Dies bezieht sich v.a. auf Anbieter aus der Branche Bekleidung, die das Leitsortiment einer zentralen Lage bildet. Von Bedeutung sind aber auch die weiteren zentrenrelevanten Branchen, wie z.B. Drogeriewaren, Schuhe/Lederwaren, Sportbekleidung, Uhren/Schmuck, Optik, Haushaltswaren, Geschenkartikel, Bücher, Schreib- und Spielwaren oder auch Unterhaltungselektronik.

Um die flächenseitigen Entwicklungspotenziale abzuleiten, wird zunächst eine Zentralitätserhöhung primär in den defizitären Branchen angenommen und darauf aufbauend der Umsatz und der Flächenrahmen¹ aufgezeigt. Hierbei wird auch die Nähe zu Konkurrenzstandorten (z.B. Delmenhorst) bzw. die spezifische Lage und Siedlungsstruktur berücksichtigt.

Für den Einzelhandelsstandort Ganderkesee sind vorrangig in den Branchen Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren, Bücher, Schreib- und Spielwaren und Elektrowaren, aber auch bei Drogeriewaren **Entwicklungspotenziale** gegeben. In diesen Branchen werden folgende Zentralitätsgrade als Zielgröße für realistisch gehalten, woraus nachfolgende Flächenpotenziale resultieren:

	Ziel-Zentralität	Flächenrahmen
- Drogeriewaren:	ca. 80 – 85 %	ca. 900 -1.000 m ²
- Bücher, Schreib- und Spielwaren:	ca. 50 – 55 %	ca. 500 - 600 m ²
- Bekleidung/Wäsche:	ca. 50 – 55 %	ca.1.500-1.600 m ²
- Schuhe/Lederwaren:	ca. 50 – 55 %	ca. 500- 600 m ²
- Elektrowaren:	ca. 40 %	ca. 900-1.000 m ² .

Im Segment Drogeriewaren fehlen v.a. Fachmarktangebote, wobei durch den neuen Drogeriefachmarkt Budni (ca. 390 m² VK) das Angebot bereits verbessert wurde. Chancen zur Profilierung, gerade auch gegenüber dem nah gelegenen Konkurrenzstandort in Delmen-

¹ Hierbei werden Flächenproduktivitätswerte angenommen, die der leistungsfähige Einzelhandel in neuen Objekten erreichen muss.

horst (Deichhorst-Center), können sich durch die Ansiedlung z.B. eines Drogeriefachmarktes des Filialisten Müller ergeben. Bei diesem Anbieter¹ werden auch weitere Sortimente, wie Schreib- und Spielwaren sowie Tonträger angeboten, für welche in Ganderkesee ebenfalls noch Ergänzungsbedarf besteht.

In der Branche Bücher, Schreib- und Spielwaren sind Ausbaumaßnahmen im Bestand primär zu empfehlen. Bei Famila wird die Erweiterung auf ca. 200-300 m² geschätzt.

Bei Bekleidung/Wäsche wird durch den Textildiscounter Takko (ca. 640 m² VK) das untere Preissegment verstärkt, so dass zusammen mit Kik dann das discountierende Segment ausreichend abgedeckt wird. Angebotsergänzungen sind hier durch einen großflächigen Fachmarkt (z.B. Vögele) vorstellbar, zumal in der zentralen Lage von Ganderkesee ein großflächiger Magnetbetrieb bisher fehlt. Bedingt durch die Nähe zu Delmenhorst wird die Ansiedlung von Filialisten, die über einen hohen Bekanntheitsgrad verfügen (z.B. H&M, C&A, Orsay, Buddelei, New Yorker, Street one, Cecil, s. oliver, Bonita, Pimkie) erschwert.

Bei Schuhen/Lederwaren ergänzt Deichmann das bisher fehlende Fachmarktangebot; die Verkaufsfläche von ca. 400 m² entspricht der für diesen Anbieter typischen Größe. Auch unter Berücksichtigung von Deichmann verbleibt noch ein Flächenpotenzial für Erweiterungen in Bestandsobjekten.

Im Elektrowarensektor fehlt im Besatz ein Fachmarktangebot. Chancen zur Ansiedlung eines Fachmarktes des Marktführers (Media-Saturn-Gruppe) bestehen kaum, zumal erst im vergangenen Jahr ein neuer Saturn-Markt in Delmenhorst beim Einrichtungshaus Zurbrüggen eröffnet hat. Auch die Ansiedlung eines kleineren Fachmarktes (z.B. Telepoint) dürfte sich angesichts der hohen Wettbewerbsintensität im Umland (Delmenhorst, Groß Mackenstedt, Oldenburg, Bremen) schwierig gestalten.

In den übrigen Branchen sind nur noch geringe Entwicklungspotenziale (z.B. Haushaltswaren, Geschenkartikel). Unter Berücksichtigung der Neuansiedlungen (Budni, Takko, Deichmann) bzw. der Erweiterungen von Famila und Inkoop verbleibt in der Saldo-Betrachtung noch ein Flächenrahmen von ca. 2.900 m² bei Nichtlebensmitteln. Für Nahrungs- und Ge-

¹ Diese Märkte werden auf Verkaufsflächen ab ca. 800 m² betrieben.

nussmitteln¹ wurde ein Flächenrahmen von ca. 1.000 m² VK abgeleitet, welcher durch die Erweiterungen von Famila und Inkoop allerdings bereits überschritten wird.

Tab. 5: Orientierungsrahmen (Saldo-Betrachtung)

Daten	Verkaufsfläche in m ²					
	Takko Deichmann	Budni	Famila Inkoop	Summe	Rahmen	Saldo
Drogerie / Parfümerie, Apotheken	-	300	180	480	950	470
Bücher, Schreib- und Spielwaren	-	5	150	155	550	395
Blumen, zool. Artikel, Tiernahrung	-	-	60	60	100	40
Bekleidung, Wäsche	640	-	60	700	1.550	850
Schuhe, Lederwaren	420	-	-	420	550	130
Haushaltswaren, Geschenkartikel	-	20	180	200	200	-
Elektro / Leuchten / Neue Medien	-	-	-	-	950	950
Sonstige Sortimente	-	10	10	20	50	30
Summe nonfood	1.060	335	640	2.035	4.900	2.865
Nahrungs-/Genussmittel	-	55	1.620	1.675	1.000	- 675
Summe food / nonfood	1.060	390	2.260	3.710	5.900	2.190

¹ Vgl. Stellungnahme zum Lebensmitteleinzelhandel der Gemeinde Ganderkesee (2006)