

Kaufkraftstrom-Modellrechnung für die "NEUE MITTE GARBSEN" (Moderate Case) - Modifiziertes/Reduziertes Flächenprogramm Juni 2005

Nachfragevolumen Bindung	Nachfragevolumen Zone I			Nachfragevolumen Zone II			Nachfragevolumen Zone IIIa			Nachfragevolumen Zone IIIb			Nachfragevolumen Zone IVa			Nachfragevolumen Zone IVb			10 %-ige Potenzialreserve			Gesamtes Nachfragevolumen			
	gesamt	Abschöpfung		gesamt	Abschöpfung		gesamt	Abschöpfung		gesamt	Abschöpfung		gesamt	Abschöpfung		gesamt	Abschöpfung		gesamt	Abschöpfung		gesamt	Abschöpfung		
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	
Hauptwarengruppen																									
periodischer Bedarf gesamt Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege	108,5	11,20	10,3	55,7	4,20	7,5	123,5	4,70	3,8	149,6	2,30	1,5	179,9	0,50	0,3	129,5	0,10	0,1	74,7	0,05	0,1	821,3	23,05	2,8	
aperiodischer Bedarf gesamt (a+b)	114,9	14,70	12,8	59,0	6,70	11,4	131,0	11,00	8,4	158,6	11,35	7,2	190,6	7,00	3,7	137,3	3,45	2,5	79,1	0,80	1,0	870,6	55,00	6,3	
a) Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren	24,0	6,10	25,4	12,3	2,70	21,9	27,4	4,90	17,9	33,1	5,30	16,0	39,8	2,60	6,5	28,7	1,40	4,9	16,5	0,40	2,4	182,0	23,40	12,9	
b) Hartwaren gesamt, davon:	90,9	8,60	9,5	46,7	4,00	8,6	103,6	6,10	5,9	125,4	6,05	4,8	150,8	4,40	2,9	108,6	2,05	1,9	62,6	0,40	0,6	688,6	31,60	4,6	
• Technik ¹⁾	20,9	3,10	14,9	10,7	1,30	12,1	23,8	2,60	10,9	28,8	3,00	10,4	34,6	1,50	4,3	24,9	0,75	3,0	14,4	0,10	0,7	157,9	12,35	7,8	
• Haushalts- und persönlicher Bedarf ²⁾	24,0	4,10	17,1	12,3	1,90	15,4	27,3	3,05	11,2	33,1	2,65	8,0	39,8	2,80	7,0	28,6	1,20	4,2	16,5	0,30	1,8	181,7	16,00	8,8	
• Heimwerker- und Gartenbedarf ³⁾	24,7	0,50	2,0	12,7	0,40	3,2	28,2	0,15	0,5	34,1	0,10	0,3	41,0	0,05	0,1	29,5	0,05	0,2	17,0	0,00	0,0	187,3	1,25	0,7	
• Möbel/Einrichtungsbedarf/ Haus- und Heimtextilien	21,3	0,90	4,2	11,0	0,40	3,6	24,3	0,30	1,2	29,5	0,30	1,0	35,4	0,05	0,1	25,5	0,05	0,2	14,7	0,00	0,0	161,7	2,00	1,2	
Insgesamt	223,4	25,90	11,6	114,7	10,90	9,5	254,5	15,70	6,2	308,2	13,65	4,4	370,5	7,50	2,0	266,8	3,55	1,3	153,8	0,85	0,6	1.691,9	78,05	4,6	

¹⁾ Die Warengruppen Elektro/Unterhaltungselektronik, Multimedia/Foto/Optik.

²⁾ Die Warengruppen Bücher/Schreibwaren, Hausrat/Glas/Porzellan/ Geschenkartikel, Spielwaren/Sport/Camping/Hobby/Fahrräder, Uhren/Schmuck.

³⁾ Die Warengruppen Heimwerker- und Gartenbedarf, Autozubehör, zoologischer Bedarf.