



Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

## Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Torgelow inkl. Auswirkungsanalysen

Dipl.-Ing Florian Komossa  
20. Mai 2025

# AUFGABE VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

- Bewertung der Rahmendaten für die Einzelhandelsentwicklung
- Bewertung des Angebotes: räumliche Verteilung, Betriebstypen, Angebotsmix, Größen, Zukunftsfähigkeit
- Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche
- Standort- und Sortimentskonzept
- Ziele für die Einzelhandelsentwicklung
- umsetzorientierte Entwicklungsmöglichkeiten unter Beachtung der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung



→ rechtssichere Grundlage zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels

GMA-Darstellung 2024

# UNTERSUCHUNGSAUFBAU

## Herausforderungen Einzelhandelskonzept

veränderte Konsum- und Flächennachfrage (Stichwort: Onlinehandel)  
wirtschaftliche Rahmenbedingungen,  
veränderte rechtliche Rahmenbedingungen (Stichwort: EuGH, LEP-MV)

Angebotsanalyse  
(Verkaufsflächen)

Städtebaulich-funktionale  
Analyse

Nachfrageanalyse  
(Kaufkraft)

## Entwicklungsleitlinien und Ziele für den Einzelhandel

Sortimentskonzept

Zentren- und Standortkonzept

Entwicklungspotenziale,  
Branchen

ZVB\* Innenstadt,  
Nahversorgungskonzept

# NACHFRAGESITUATION

Einwohnerentwicklung 2018 – 2023 (jeweils zum 31. Dezember d. J.)

aktuell ca. 9.270 Einwohner

Leichter Zuwachs, ca. +1,3 %

Prognose negativ, ca. -6,0 % bis 2030 (WIMES 2024); Wegweiser Kommune: -1,3 % bis 2030

Quelle: Fortschreibung des Monitorings Stadtentwicklung Torgelow – Berichtsjahr 2023; © WIMES 2024

**sozialversicherungspflichtig Beschäftigte:**

ca. 4.289 Beschäftigte am Arbeitsort (463 Beschäftigte / 1.000 Einwohner)

→ Über dem Durchschnitt von M-V (356 Beschäftigte / 1.000 Einwohner)

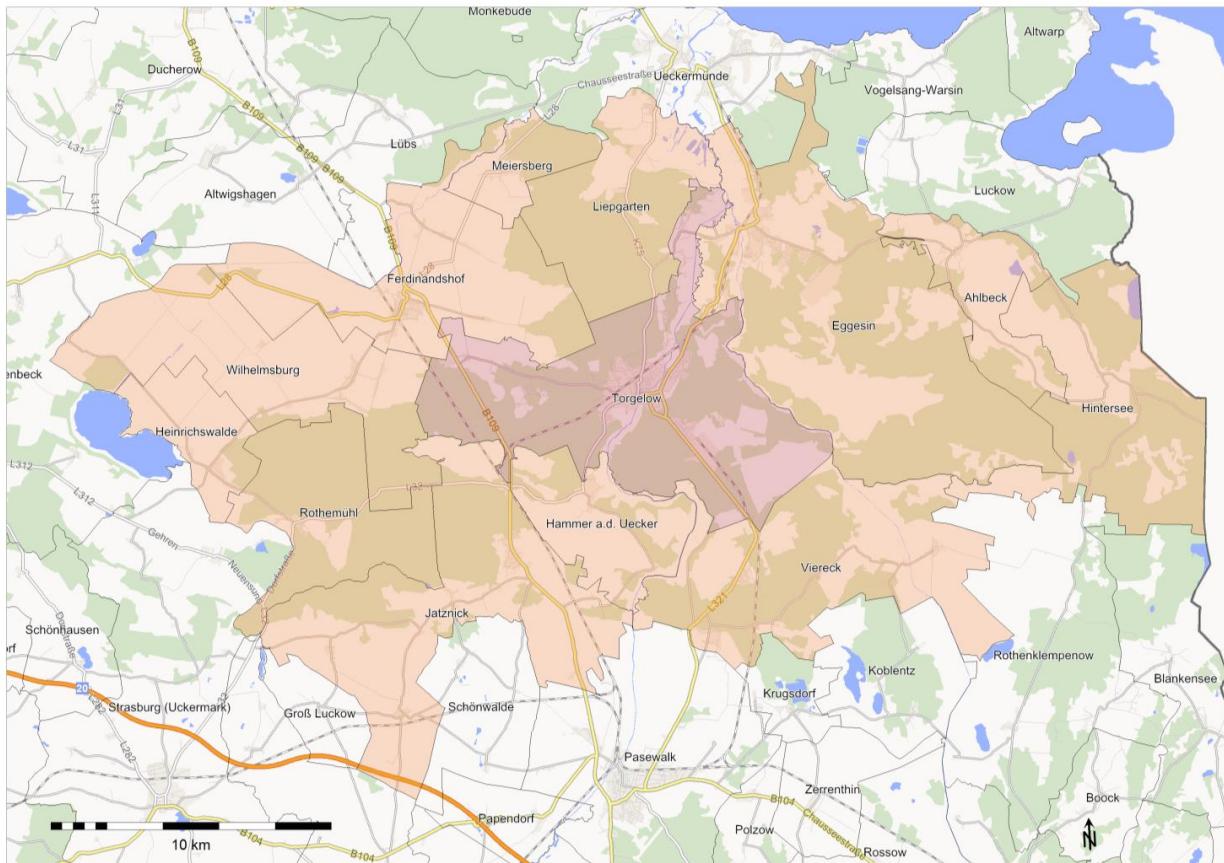
2.882 Einpendler und 1.559 Auspendler, Saldo: +1.283 (2023)

2.852 Einpendler und 1.594 Auspendler, Saldo: +1.258 (2018)

→ Bedeutung als Militär- und Gießereistandort

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

# MARKTGEBIET DES EINZELHANDELSSTANDORTES TORGELOW



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2024

## Legende

- Zone I
- Zone II

Zonen des Einzugsgebietes		Einwohner	Anteil in %
Zone I	Stadt Torgelow	9.269	37
Zone II	Ahlbeck, Altwigshagen, Eggesin, Ferdinandshof, Hammer a.d. Uecker, Heinrichswalde, Hintersee, Jatznick, Liegarten, Meiersberg, Rothenmühl, Viereck, Wilhelmsburg	14.985	63
<b>Einzugsgebiet insgesamt</b>		<b>24.254</b>	<b>100</b>

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Stand 31.12.2023, nur Hauptwohnsitze; GMA-Berechnungen 2024, ca.-Werte gerundet

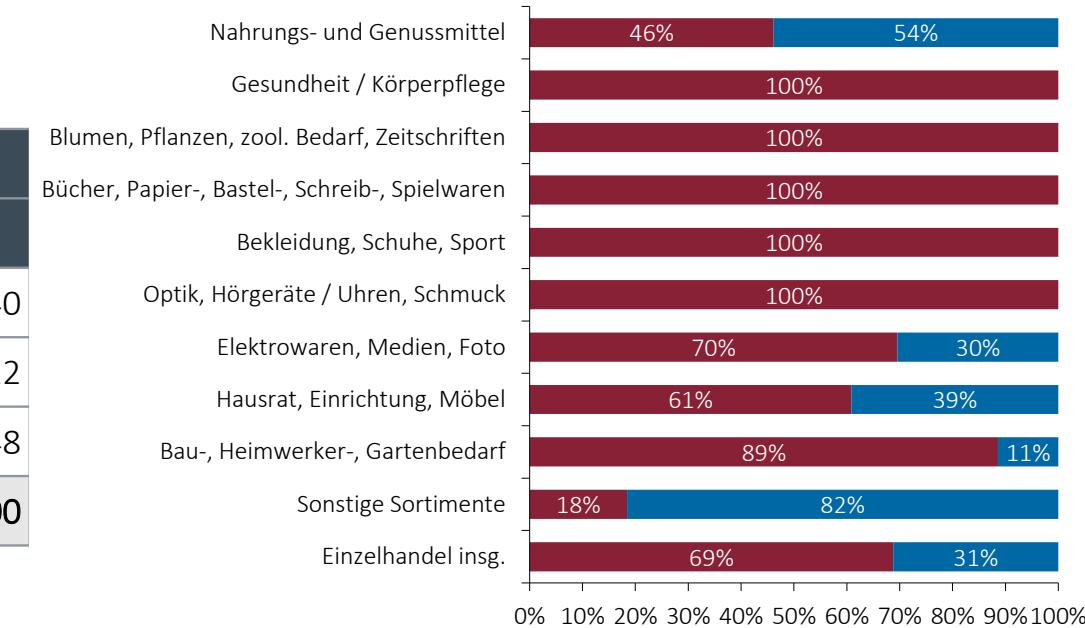
	Zone I	Zone II	Gesamt
	Kaufkraft in Mio. €		
kurzfristiger Bedarf insg.	<b>26,7</b>	<b>47,2</b>	<b>73,9</b>
mittelfristiger Bedarf insg.	<b>6,9</b>	<b>12,2</b>	<b>19,1</b>
langfristiger Bedarf insg.	<b>17,3</b>	<b>30,6</b>	<b>47,9</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>50,9</b>	<b>89,9</b>	<b>140,8</b>

Kaufkraftkoeffizient: 80,0 – 94,0 (Deutschland = 100,0)

# EINZELHANDELSANGEBOT TORGLOW

Daten	Anzahl Betriebe		VK in m <sup>2</sup>	
	abs.	in %	abs.	in %
kurzfristiger Bedarf insg.	23	47	8.880	40
mittelfristiger Bedarf insg.	7	14	2.750	12
langfristiger Bedarf insg.	19	39	10.625	48
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>22.255</b>	<b>100</b>

Zuordnung der Betriebe nach deren Umsatzschwerpunkt, bei weniger als 4 Betrieben aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich; GMA-Erhebungen und Berechnungen 2024, (ca.-Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)



■ Innenstadt

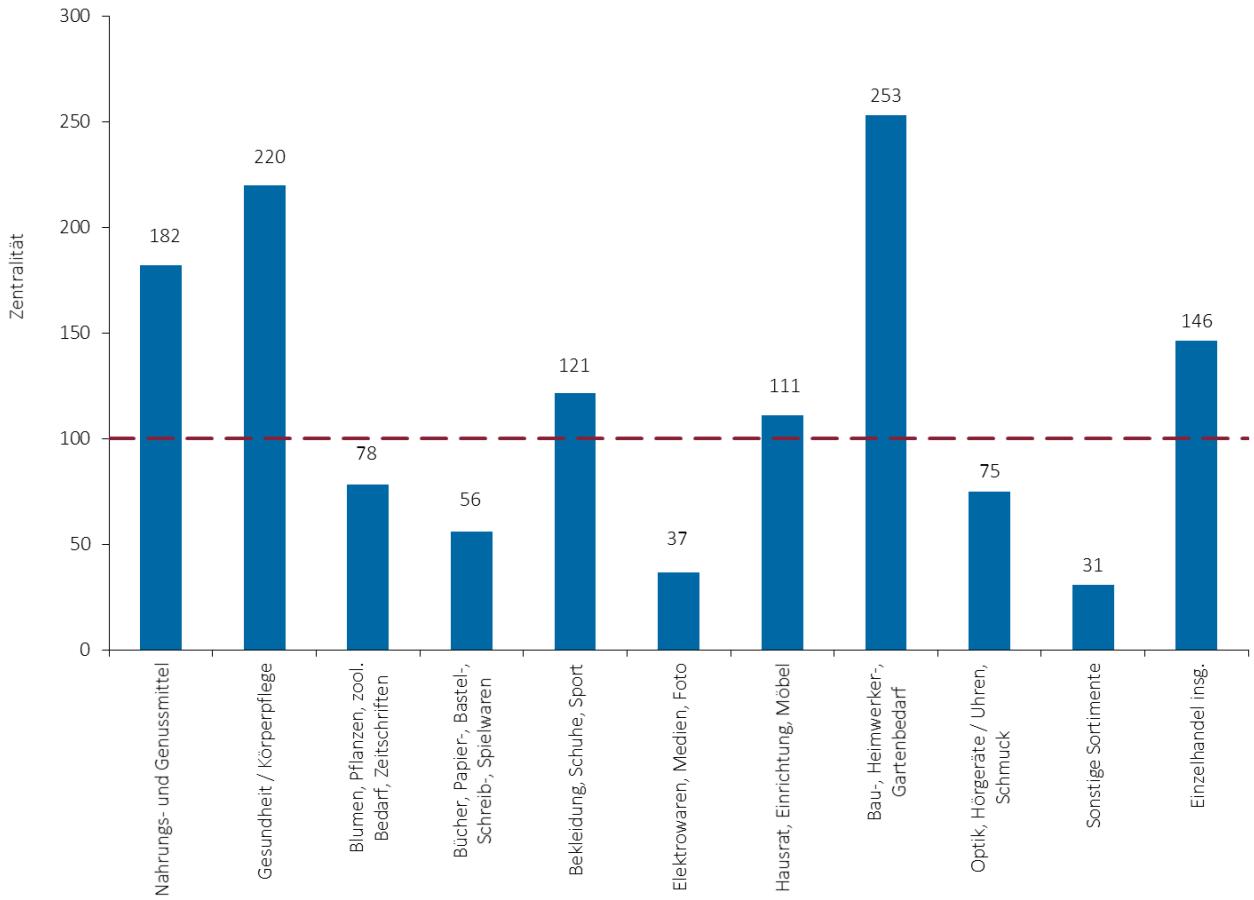
■ sonstiges Stadtgebiet

# ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELSBESTANDES IN TORGELOW 2012 – 2024

Daten	2012		2024		2012 - 2024	
	Anzahl Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Anzahl Betriebe	VK in m <sup>2</sup>	Entwicklung Betriebe in %	Entwicklung VK in %
kurzfristiger Bedarf insg.	40	9.730	23	8.880	-43%	-9%
mittelfristiger Bedarf insg.	20	3.310	7	2.750	-65%	-17%
langfristiger Bedarf insg.	19	9.790	19	10.625	0%	9%
Einzelhandel insg.	79	22.830	49	22.255	-38%	-3%



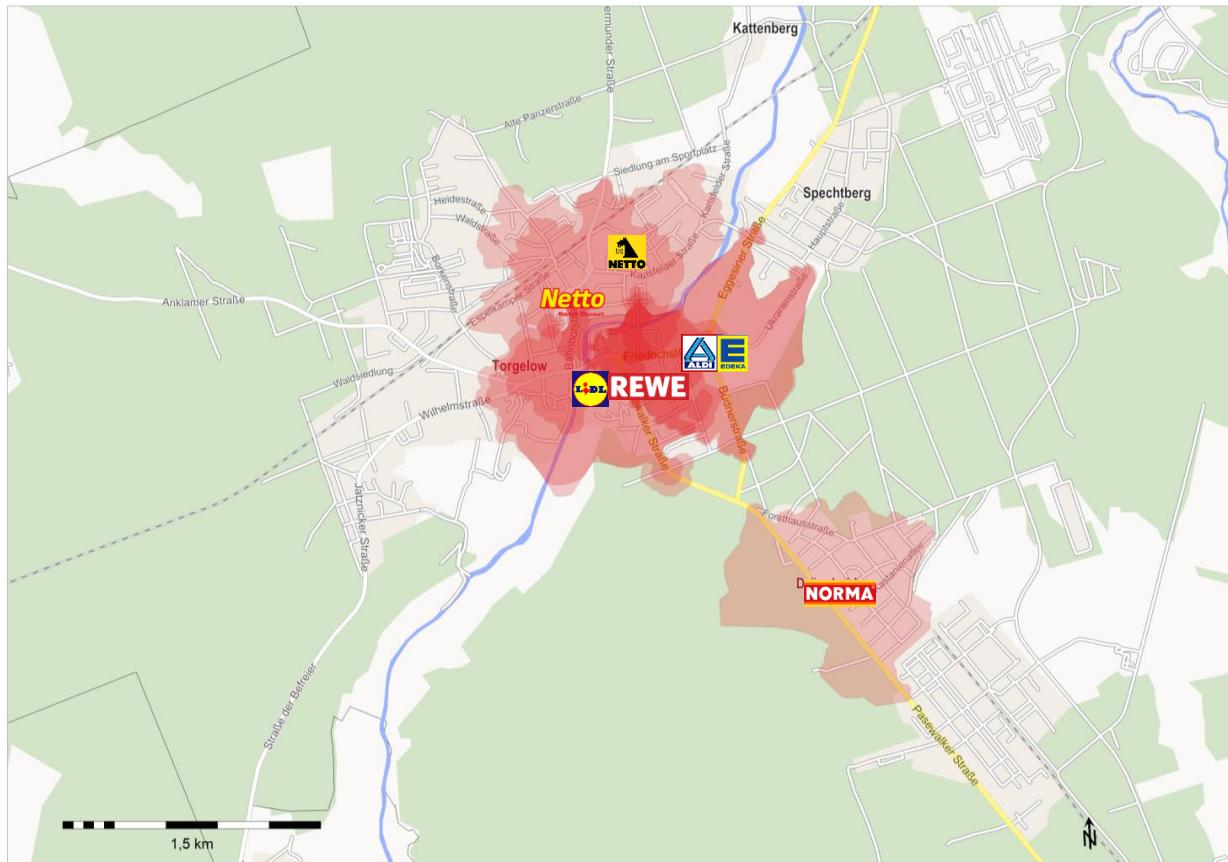
# EINZELHANDELSZENTRALITÄT TORGELOW



## Schlussfolgerung

- Kaufkraftzufluss in mehreren Sortimenten außerhalb Nahversorgung
- Versorgungsbedeutung für Stadt und Umland
- Innerstädtisches Fachmarktzentrum
- Breite Straße schmilzt ab
- Zukünftig weiter sinkende Nachfrage nach Einzelhandelsflächen
- Qualifizierte Nahversorgung
- Multifunktionale Innenstadt

# ANALYSE DER NAHVERSORGUNG



## Legende

10 Minuten fußläufig

**Quantitativ:** überdurchschnittliche Ausstattung von ca. 802 m<sup>2</sup> VK/1.000 EW\*  
(Deutschland: ca. 434 m<sup>2</sup> VK/1.000 EW)

Versorgungsfunktion für Amt, Bundeswehr und Umlandgemeinden ohne Lebensmittelmärkte

**Qualitativ:** umfassendes Nahversorgungsangebot

Ehemalige Lebensmittelmärkte wurden nicht wieder durch Lebensmittel nachbelegt

**Räumlich:** Kernstadt überwiegend abgedeckt, kaum räumliche Versorgungslücken

\* = bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ohne Aufteilung nach Sortimenten

# PLANERISCHES EINZELHANDELSKONZEPT

## Ziele des Einzelhandelskonzepts

- Stärkung der Zentren und der Versorgungsfunktion als Grundzentrum
- Sicherung einer flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung

### Standortkonzept

Wo soll Handel stattfinden?

- zentrale Versorgungsbereiche
- Nahversorgungsstandorte
- Sonstige Lagen

### Sortimentskonzept

Welches Sortiment soll wo zulässig sein?

- derzeitige räumliche Verteilung
- städtebauliche Zielsetzungen
- Landesplanung / Regionalplanung

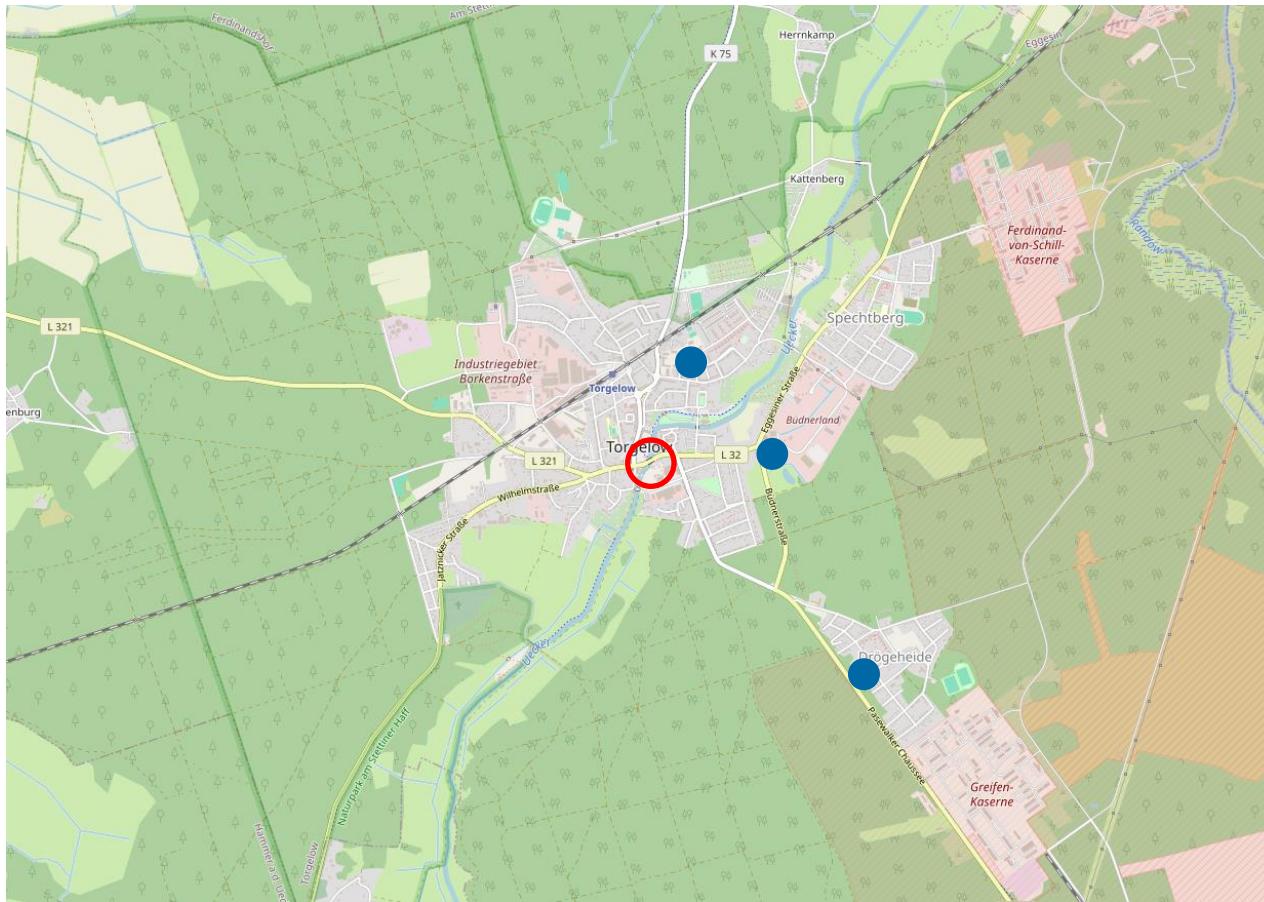
# WAS SIND ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE?

- räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion** über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt
- nach **Lage, Art und Zweckbestimmung** eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich
- nur städtebaulich integrierte Lagen (BVerwG, Urteil vom 11. Okt. 2007, BVerwG, Urteil vom 17. Dez. 2009)

Die Abgrenzung richtet sich nach den tatsächlich vorhandenen Gegebenheiten und unterliegt der vollen gerichtlichen Kontrolle

Die Erfüllung der zentralen Funktion ist abhängig von der Stadtgröße.

# FORTSCHREIBUNG ZENTRENSTRUKTUR TORGELOW



## Legende

- Zentraler Versorgungsbereich  
Einkaufsinnenstadt
- Nahversorgungsstandort

**ZVB Einkaufsinnenstadt:** Beide Teile verbinden

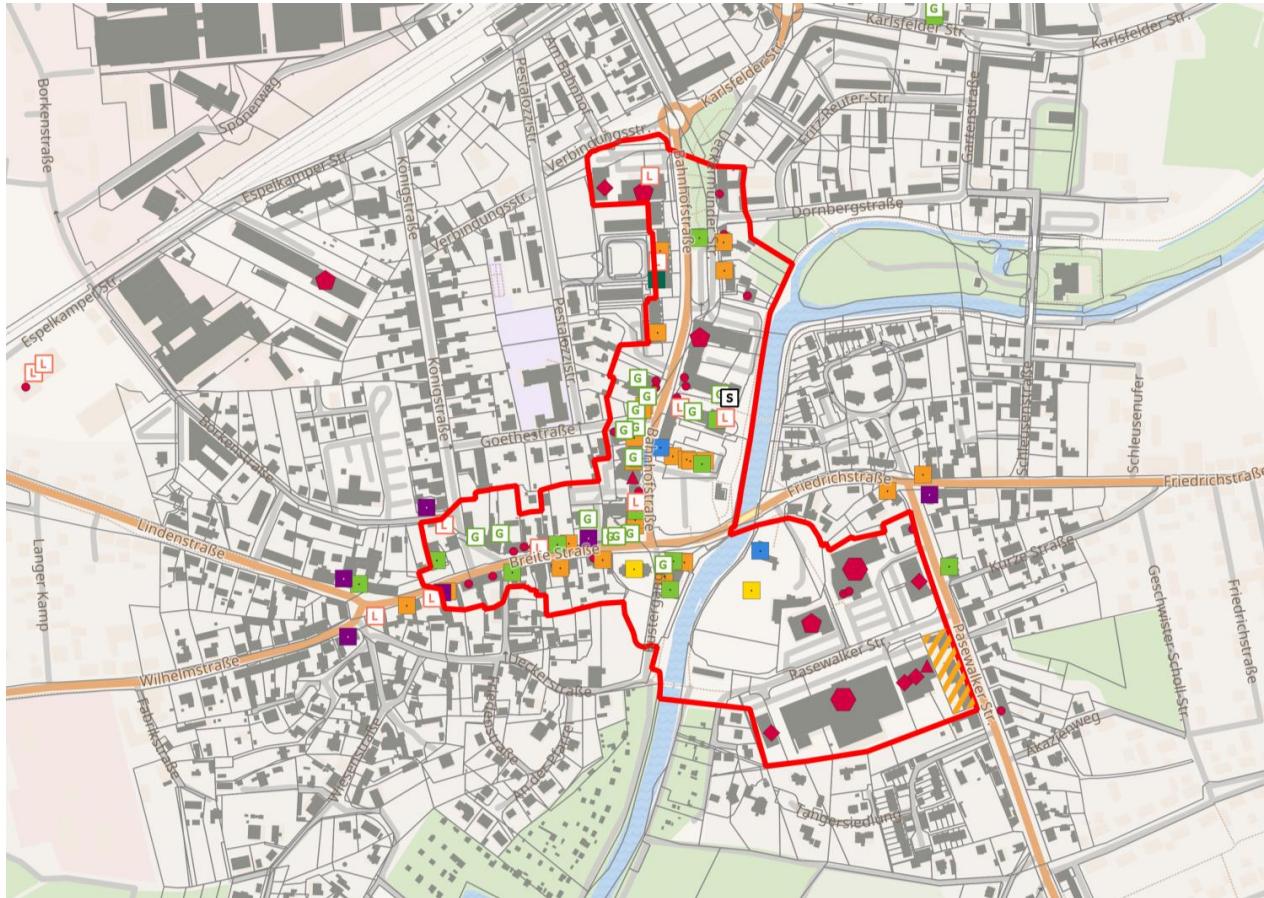
**Albert-Einstein-Straße:** Nahversorgungsstandort

**Ukranenstraße:** Nahversorgungsstandort

**Buchenstraße:** Nahversorgungsstandort

© OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

# ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH EINKAUFSSINNENSTADT



## Legende

### Verkaufsflächengröße

- ab 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 800 m<sup>2</sup> bis unter 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 400 m<sup>2</sup> bis unter 800 m<sup>2</sup> VK
- 100 m<sup>2</sup> bis unter 400 m<sup>2</sup> VK
- unter 100 m<sup>2</sup> VK

### Nutzungen im Umfeld

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe, Handwerk
- Soziale Einrichtungen
- Leerstand
- Gesundheitseinrichtungen
- Spielhallen, Wettbüros etc.
- Sonstige

■ Zentraler Versorgungsbereich

■ Potenzialfläche

Landesamt für innere Verwaltung Mecklenburg-Vorpommern Geoinformationszentrum; © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

# FORTSCHREIBUNG SORTIMENTSKONZEPT (VORSCHLAG)

Zentrenrelevante Sortimente	Nahversorgungsrelevante Sortimente (zugleich zentrenrelevant)
<ul style="list-style-type: none"> <li><u>Parfümeriewaren</u></li> <li><u>medizinische, orthopädische Artikel (Sanitätswaren)</u></li> <li>Tiernahrung, Tierpflegemittel, Tierbedarf</li> <li><u>Bücher</u></li> <li><u>Papier, Bürobedarf, Schreibwaren</u></li> <li><u>Spielwaren, Bastelartikel</u></li> <li>Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder / Rahmen</li> <li><u>Bekleidung</u> (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), <u>Wäsche</u> und Bekleidungsaccessoires (Sonnenbrillen, Schals, Hüte)</li> <li><u>Sportbekleidung, Sportschuhe und Sportartikel</u></li> <li><u>Schuhe, Lederwaren</u></li> <li><u>Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik, Computer / Zubehör, Telekommunikation, Foto</u></li> <li>Elektrogroßgeräte (weiße Ware)</li> <li><u>Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik</u>, Wohnaccessoires</li> <li>Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe</li> <li>Heimtextilien, Bettwaren (Decken, Kopfkissen, Tagesdecken)</li> <li>Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken)</li> <li>Gardinen / Zubehör</li> <li>Lampen, Leuchten</li> <li><u>Uhren, Schmuck</u></li> <li>Optik, Hörgeräteakustik</li> <li>Reitsportartikel, Angel- und Jagdbedarf</li> <li>Campingartikel</li> <li>Fahrräder / Zubehör</li> <li>Musikinstrumente, Musikalien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Reformwaren</li> <li>Drogerieartikel, Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel,</li> <li>Apothekenwaren</li> <li>Zeitschriften, Zeitungen</li> <li>Schnittblumen, Topfblumen im Innenbereich</li> </ul>
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gartenbedarf, Pflanzen, Pflegeartikel, Düngemittel</li> <li>Gartenmöbel</li> <li>Gartengeräte, Rasenmäher</li> <li>Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren, Werkzeuge, Farben, Lacke, Tapeten, Leitern</li> <li>Sanitär / Fliesen</li> <li>Rollläden, Rollos, Markisen</li> <li>Möbel, Küchen, Büromöbel, Badmöbel, -ausstattung</li> <li>Matratzen, Matratzenschoner</li> <li>Teppiche, Bodenbeläge</li> <li>Auto- / Motorradzubehör</li> <li>Kinderwagen, Autokindersitze</li> <li>Sportgroßgeräte</li> </ul>

GMA-Empfehlungen 2024; unterstrichen: zentrenrelevant gemäß LEP 2016; **rot**: Änderungen gegenüber 2012

# STEUERUNGSEMPFEHLUNGEN

## Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt:

- Keine Beschränkungen
- Sicherung und Stärkung der Innenstadt als multifunktionales Stadtzentrum.
- Erhalt und Ausbau der grundzentralen Versorgungsfunktion.
- Sicherung der Magnetfunktion für die Bahnhofstraße (derzeit Kaufhaus HENWI).
- Ausbau und stellenweise Aufwertung der kleinteiligen Einzelhandels-, Gastronomie und Dienstleistungsstrukturen in der Breite Straße (Trading-down-Tendenzen).
- Reduzierung der Leerstände.
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität, z. B. durch Spielmöglichkeiten.
- Erweiterung des Rossmann-Drogeriemarktes auf zukunftsfähige Flächengröße.
- Nach Verlagerung und Vergrößerung von Rossmann stellt bisherige Rossmann-Fläche eine Potenzialfläche innerhalb des Fachmarktzentrums dar.
- Mittelfristig Erweiterung von Lidl und Netto Marken-Discount zu empfehlen.

# STEUERUNGSEMPFEHLUNGEN

## Nahversorgungsstandorte:

- Kleinflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zulässig
- Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten möglich, wenn ZVB nicht wesentlich beeinträchtigt werden
- Ziel: Sicherung der wohnortnahen Versorgung

## Steuerungsempfehlungen: Siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete):

- kein großflächiger Einzelhandel
- zentrenrelevante Sortimente nicht neu ansiedeln, da diese in die Innenstadt gehören

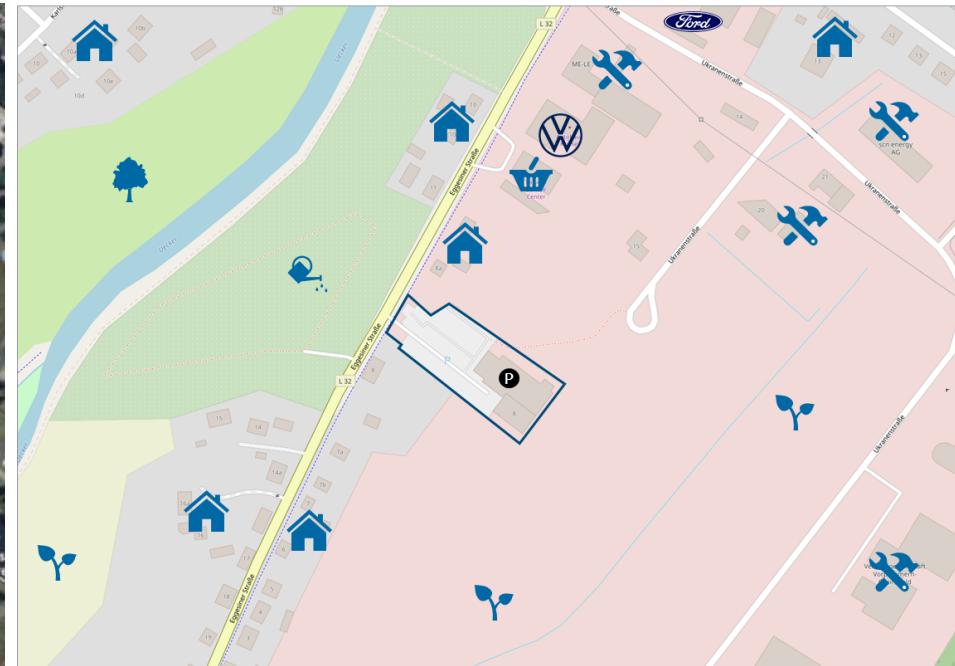
## Steuerungsempfehlungen: Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (z. B. Gewerbegebiete):

- kein weiterer Einzelhandel, Flächen für produzierendes Gewerbe vorhalten
- Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten zulässig, wenn in integrierten Lagen nicht möglich und ZVB nicht wesentlich beeinträchtigt wird
- Ausnahme: Eigenproduktion / Annexhandel / Handwerk zulässig; Hofläden zulässig

# AUSWIRKUNGSANALYSE WREESMANN (WORST CASE)



Microsoft® Bing™ Maps; GMA-Bearbeitung 2025



© OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

# AUSWIRKUNGSANALYSE WREESMANN (WORST CASE)

Sortiment	in %	VK in m <sup>2</sup>	Ums. In Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	3%	20	0,0
Gesundheit / Körperpflege	6%	50	0,1
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	3%	20	0,0
Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib-, Spielwaren	6%	50	0,1
Bekleidung, Schuhe, Sport	5%	40	0,1
Elektrowaren	-	-	-
Haushaltswaren, GPK	14%	110	0,2
Bau- Heimwerker-, Gartenbedarf	45%	360	0,5
Optik, Uhren / Schmuck	-	-	-
sonstiges	19%	150	0,2
<b>Summe</b>	<b>100%</b>	<b>800</b>	<b>1,2</b>

**Wettbewerber Bau- / Heimwerker / Garten:**

OBI, Gartencenter+Gartenbau Runge,

FB Handwerks- und Industriebedarf

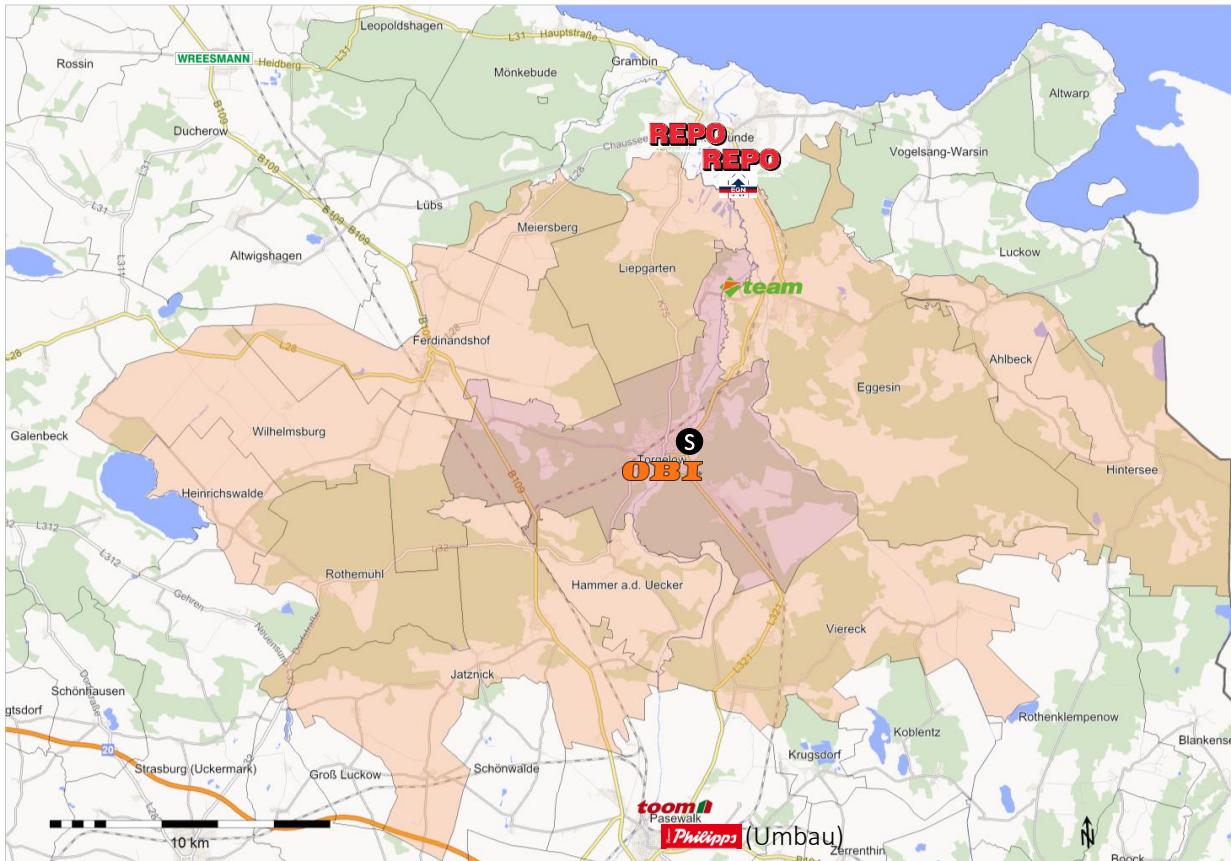
Randsortimente Discounter / Fachmärkte

**Haushaltswaren, GPK:**

HENWI, OBI, Randsortimente Discounter / Fachmärkte

Lage	Haushaltswaren, GPK			Bau- Heimwerker-, Gartenbedarf		
	Bestand Umsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %	Bestand Umsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Innenstadt	1,4	0,1 – 0,2	7 – 8	8,2	0,4	5 – 6
sonstige Torgelow	0,3	n. n.	n. n.	2,1	< 0,1	2 – 3
Pasewalk, Ueckermünde etc.		< 0,1			< 0,1	
<b>Gesamt Torgelow</b>	<b>1,6</b>	<b>0,2</b>	<b>7 – 8</b>	<b>10,3</b>	<b>0,5</b>	<b>4 – 5</b>

# AUSWIRKUNGSANALYSE WREESMANN (WORST CASE)



Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

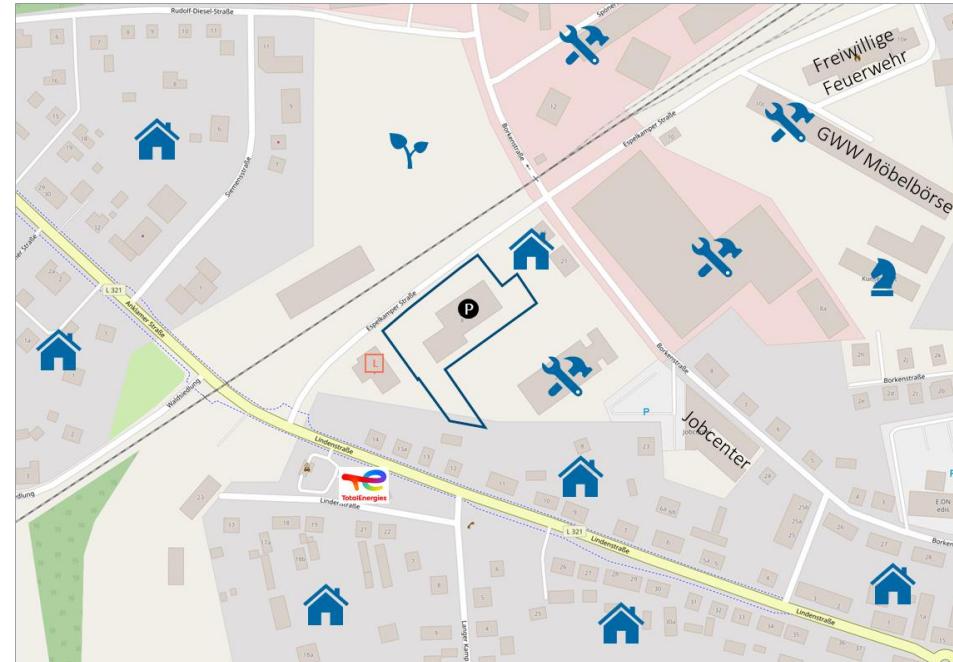
- S Standort
- Zone I
- Zone II

- Reduzierung des Angebots im OBI-Baumarkt durch wettbewerbliche Effekte nicht auszuschließen
- Geringe Kaufkraftrückholung möglich (Ducherow, Pasewalk, Ueckermünde)
- Schwächung der Innenstadt nicht zu empfehlen
- **von einer Öffnung des Bebauungsplans für potenziell zentren schädigende Nutzungen wird abgeraten. Um eine Beeinträchtigung der Magnetbetriebe in der Innenstadt angesichts des prognostizierten Bevölkerungs- und Kaufkraftrückgangs zu verhindern wird empfohlen, einen Sonderpostenmarkt nicht außerhalb der Innenstadt anzusiedeln.**

# AUSWIRKUNGSANALYSE WOOLWORTH (WORST CASE)



Microsoft® Bing™ Maps; GMA-Bearbeitung 2025



© OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

# AUSWIRKUNGSANALYSE WOOLWORTH (WORST CASE)

Sortiment	in %	VK in m <sup>2</sup>	Ums. In Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	3%	21	0,0
Gesundheit / Körperpflege	2%	14	0,0
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	1%	7	0,0
Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib-, Spielwaren	10%	68	0,1
<b>Bekleidung</b>	<b>31%</b>	<b>212</b>	<b>0,3</b>
Schuhe, Lederwaren	8%	55	0,1
Elektrowaren	3%	21	0,0
<b>Haushaltswaren, GPK</b>	<b>33%</b>	<b>280</b>	<b>0,4</b>
Heimtextilien	8%	55	0,1
Bau- Heimwerker-, Gartenbedarf	1%	7	0,0
Optik, Uhren / Schmuck	-	-	-
sonstiges	-	-	-
<b>Summe</b>	<b>100%</b>	<b>739</b>	<b>1,1</b>

**Wettbewerber Bekleidung:**

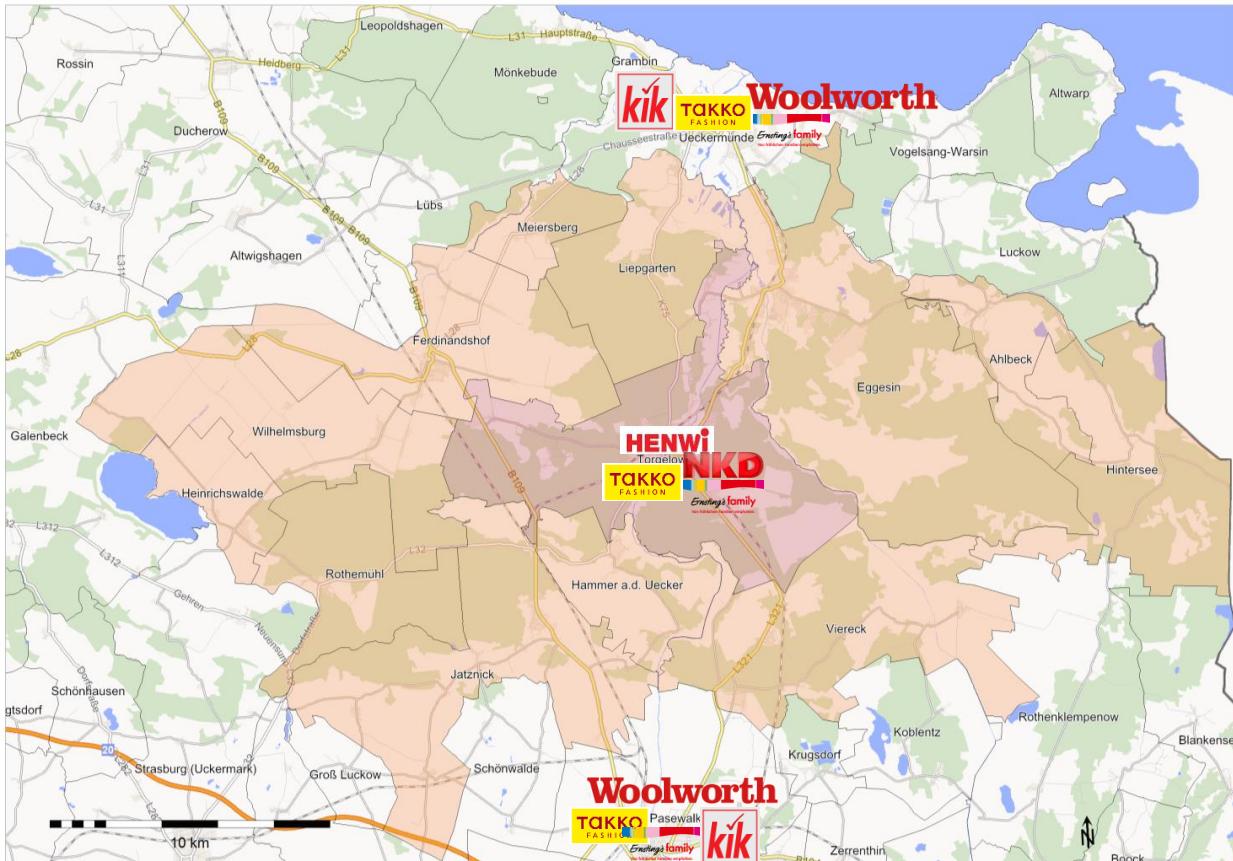
HENWI, NKD, TAKKO, Ernsting's family

**Haushaltswaren, GPK:**

HENWI, OBI, Randsortimente Discounter / Fachmärkte

Lage	Bekleidung			Haushaltswaren, GPK		
	Bestand Umsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %	Bestand Umsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Innenstadt	3,9	0,2	5 – 6	1,4	0,3	19 – 20
sonstige Torgelow	0,3	< 0,1	n. n.	0,3	< 0,1	n. n.
Pasewalk, Ueckermünde etc.		0,1			0,1	
<b>Gesamt Torgelow</b>	<b>4,2</b>	<b>0,2</b>	<b>4 – 5</b>	<b>1,6</b>	<b>0,3</b>	<b>19 – 20</b>

# AUSWIRKUNGSANALYSE WOOLWORTH (WORST CASE)



Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

- Standort
- Zone I
- Zone II

- Kaufhaus HENWI in Haupt- und Nebensortiment betroffen, Verschlechterung des Angebots möglich
- Wegfall von HENWI würde Bahnhofstraße deutlich schwächen
- Schädliche Auswirkungen i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB zu befürchten
- Schwächung der Innenstadt nicht zu empfehlen
- **Die leer stehende Immobilie an der Espelkamper Straße bietet sich eher für nicht zentrenrelevante Sortimente, Handwerk oder Gewerbe an. Ein Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist über einen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich**



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!