



## Sparkassen Regionalbarometer Schwedt/Oder

### Tourismusstrategie für Schwedt/Oder und Umland

Schwedt/Oder, 26. Januar 2010

**Claudia Smettan, Karsten Heinsohn**  
dwif-Consulting GmbH  
Marienstraße 19/20  
10117 Berlin  
Tel: 030 757 94 90  
www.dwif.de  
c.smettan@dwif.de, k.heinsohn@dwif.de

**dwif**  
consulting

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt.  
© 2009 dwif-Consulting GmbH, München  
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

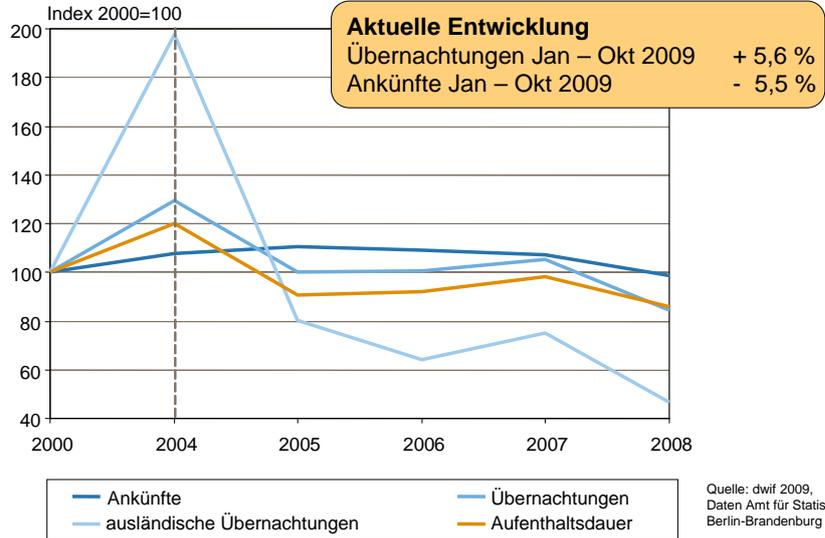
## Tourismus in Schwedt/Oder und Umland

**dwif**  
consulting



Foto: dwif

## Entwicklung touristischer Kennzahlen in Schwedt/ Oder 2000, 2004-2008



27.01.2010

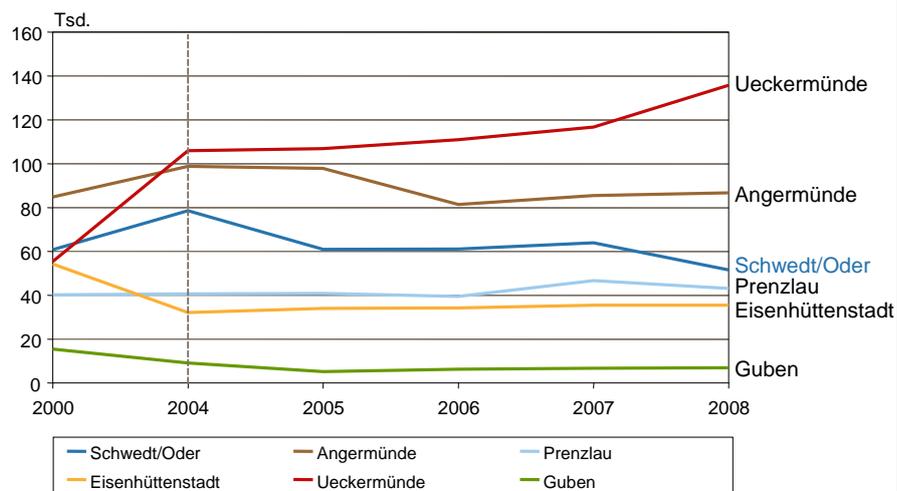
dwif-Consulting GmbH

3

## Schwedt im Vergleich



### Entwicklung der gewerblichen Übernachtungen 2000, 2004-2008

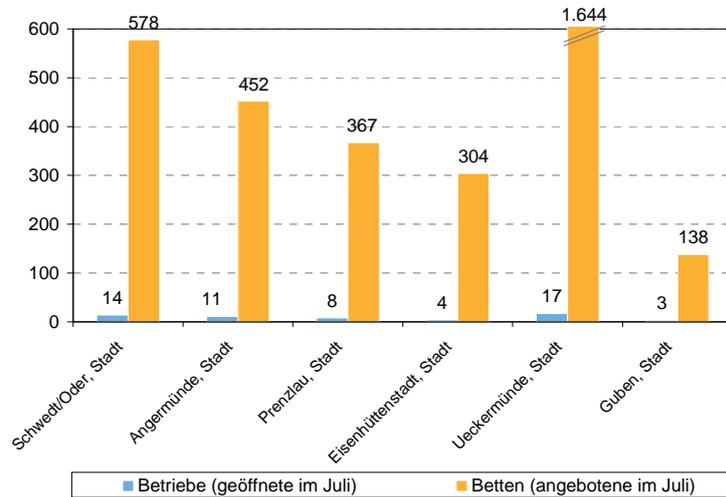


27.01.2010

dwif-Consulting GmbH

4

## Angebot im Vergleich – Betten 2009



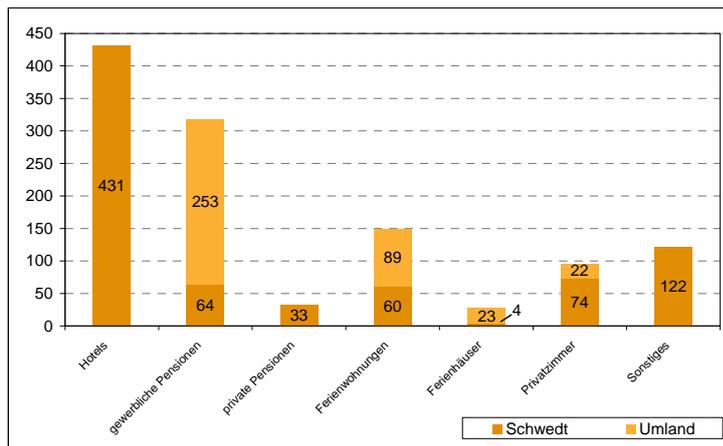
Quelle: dwif 2009, Daten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

27.01.2010

dwif-Consulting GmbH

5

## Angebot Betten: Schwedt und Umland (privat und gewerblich)



- Das Beherbergungsangebot der Region wird vom Angebot der Stadt Schwedt/Oder dominiert.
- Pensionen sind im Umland von Bedeutung.

Quelle: dwif 2009 nach diversen Gastgeberverzeichnissen, u. a. Tourismusverein Nationalpark Unteres Odertal e.V., Online-Gastgeberverzeichnis, Urlaubskatalog Uckermark (tmu), Amt Gartz Online-Gastgeberverzeichnis.

27.01.2010

dwif-Consulting GmbH

6

## Entwicklung ausgewählter Kennziffern

	2000	2004	2006	2008
<b>Angebot</b>				
geöffnete Betriebe	15	14	14	14
angebotene Betten	600	594	594	578
Ø Betriebsgröße (Betten pro Betrieb)	40,0	42,4	42,4	41,3
Kapazitätsauslastung	27,8%	36,2%	28,2%	24,4%
<b>Nachfrage</b>				
Ankünfte	26.050	28.060	28.393	25.736
Übernachtungen	60.783	78.565	61.045	51.491
darunter von Gästen aus dem Ausland	4.286	8.477	2.751	2.003
Anteil Ausländerübernachtungen	7,1%	10,8%	4,5%	3,3%
Aufenthaltsdauer	2,3 Tage	2,8 Tage	2,2 Tage	2,0 Tage

Quelle: dwif 2009, Daten Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

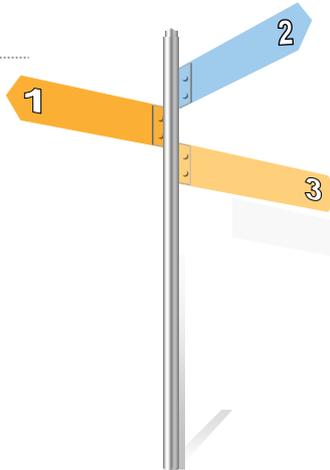
## Strategische Ausrichtung des Tourismus



Vision Schwedt/Oder

Attraktiver  
Tourismusstandort in  
der Nationalparkregion

„Eingangstor von und  
nach **Polen**“



Vision  
Nationalparkregion

Attraktiver, geschützter  
Naturraum mit  
**Erlebnischarakter**

Zusammenspiel  
Schwedt/Oder und  
Nationalparkregion

Schwedt/Oder als  
touristisches Zentrum  
**und** Ausgangspunkt für  
Aktivitäten im Nationalpark  
und der Region

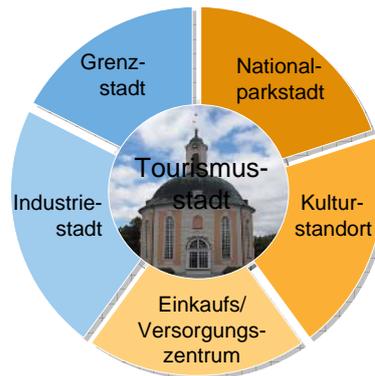
Imagewandel: Tourismusstandort  
Schwedt/Oder

Industriestadt



Quelle: www.schwedt.eu

Industrie- und Tourismusstadt



Entwicklungsleitsätze

- ➔ Touristischer Aufenthaltsort, überwiegend für Geschäftstourismus
- ➔ Etappenziel für Radtouristen, Wassertouristen und Wanderer
- ➔ Versorgungsstandort für regionale Bevölkerung und Touristen
- ➔ Ausgangsort für Aktivitäten unter dem Motto "Aktiv in der Natur"

## Strategische Ausrichtung

Zukunftsfähigkeit  
vorhandenes Angebot

- Qualität erhöhen, Servicequalität verbessern
- Zielgruppenorientierung verstärken
- Wettbewerbsfähige Betriebsstrukturen schaffen

Professionalisierung  
Kommunikation  
Kooperation

- Professionalisierung von Leistungsträgern und Marketing
- Innenmarketing
- Vernetzung von Stadt und Region voranbringen

Ergänzung Infrastruktur  
&  
touristische Angebote

- Strategische Weiterentwicklung touristischer Produkte
- Moderater Ausbau von Beherbergung und Gastronomie
- Moderater Ausbau der städtischen und regionalen touristischen Infrastruktur

## Handlungsfelder

Infrastruktur &  
Ortsgestaltung

Qualität &  
Service

Marketing &  
Vertrieb

## Ortsbildanalyse: Empfangssituation Bahnhöfe



- ➕ - Orientierungshilfen und nützliche Informationen vorhanden
- Barrierefreier Zugang, Ausstattung mit Bänken, Fahrradständern etc.
- 🔨 - Verbesserungsmöglichkeiten: Aufwertung des Bahnhofsgebäudes des Stadtbahnhofes

27.01.2010

dwif-Consulting GmbH

13

## Ortsbildanalyse: Empfangssituation



- ➕ - Hinweise auf den Nationalpark an mehreren Stellen
- Begrüßung auf Polnisch
- 🔨 - Ausbau von Haltebuchten mit Informationstafeln

27.01.2010

dwif-Consulting GmbH

14

## Parkplätze: Überwiegend in gutem Zustand



Verbesserungsbedarf beim Parkplatz an den ubS.

27.01.2010

dwif-Consulting GmbH

15

## Beschilderung: Überwiegend in gutem Zustand



- Fußgängerleitsystem in der Innenstadt



- In der Innenstadt fehlen Orientierungshilfen speziell für Radfahrer, v.a. Hinweise auf den Oder-Neiße-Radweg
- Es fehlt eine konsequent zweisprachige (deutsch/polnische) Beschilderung

Fotos: dwif

27.01.2010

dwif-Consulting GmbH

16

## Grünanlagen im öffentlichen Raum



- Überwiegend attraktiv und gepflegt



- Großer Handlungsbedarf im Stadtpark

## Attraktiver Uferbereich am Bollwerk



Moderne Gestaltung mit hoher Aufenthaltsqualität



➕ - Große Einzelhandelsauswahl im Oder-Center

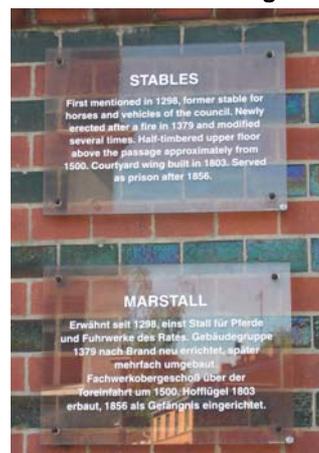


- In der Innenstadt wenig belebte Einkaufsstraßen, v. a. geringe Frequentierung der Fußgängerzone

Ziel: Verbesserung der Aufenthaltsqualität und der Orientierung für Touristen

- Belebung der Fußgängerzone
- Hotelroute ausschildern (Leitsystem)
- Historische Sehenswürdigkeiten mit attraktiven Informationstafeln versehen
- Ergänzende Beschilderung Radtourismus und Deutsch/Polnisch

**Best Practice: Gebäudebeschilderung**



Zweisprachige Gebäudebeschilderung an Sehenswürdigkeiten in Lübeck; Quelle: dwif 2009



DEHOGA Hotelklassifizierung  
- Nur 2 Betriebe ausgezeichnet

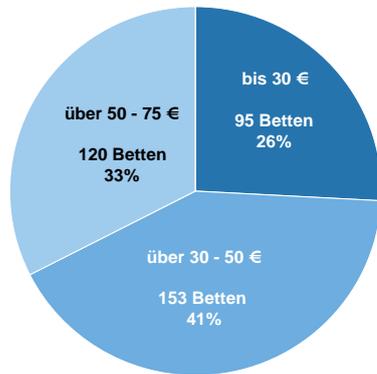


DTV-Klassifizierung  
- Nur 5 Betriebe in Schwedt und Umland klassifiziert



ServiceQualität Deutschland  
- In Schwedt bisher keine zertifizierten Betriebe

## Preisniveau der Hotels in Schwedt



Keine Betten im Segment  
75 -100 Euro und  
>100 Euro

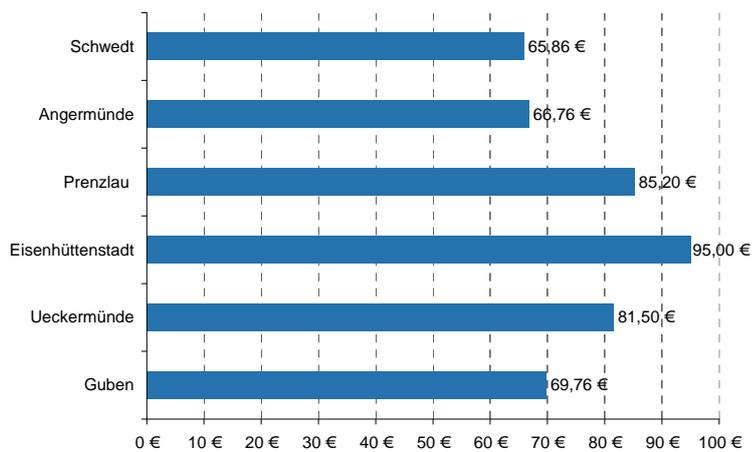
Mittelwert EZ: 48,71 Euro  
Mittelwert DZ: 32,93 Euro  
(pro Person inkl. Frühstück)

Bezogen auf 7 Betriebe (368 Betten)

Quelle: dwif, 2009

## Hotel-Preis-Vergleich

### Mittelwert Doppelzimmerpreis im Vergleich



Quelle: dwif, 2009



**Bed & Bike**  
- Bereits gut aufgestellt: 10 Anbieter in Schwedt und Umland ausgezeichnet



**Qualitätslabel Wanderbares Deutschland**  
- Keine Angebote



**Viabono**  
- Keine Angebote



- Bei einigen Anbietern Hinweise auf Barrierefreiheit, aber keine zertifizierten Unterkünfte

**Ziel: Marktgerechtere Ausrichtung des Beherbergungsangebotes, Qualitätsverbesserung und Zielgruppenorientierung, professionelle Vermarktung**

- Qualitätsoffensive zur Transparenz des Angebotes starten
- Stärkere Zielgruppenorientierung in der Angebotsgestaltung der Betriebe, vor allem auch der Privatbetriebe



**Rad-Wander-Häusle:**  
günstige, radfahrerfreundliche Unterkünfte



Quelle: [www.radwander-häusle-alb.de](http://www.radwander-häusle-alb.de)