

TOURISMUSKONZEPT FÜR DIE NATIONALPARK- STADT SCHWEDT/ODER UND DIE NATIONAL- PARKREGION UNTERES ODERTAL

SWOT-ANALYSE (STAND: 23.08.22)

1. Lage, Erreichbarkeit, Verkehr und Mobilität

Starker Verkehrsverbund als Partner, intermodale Vernetzung ausbaufähig

Stärken	Schwächen
Gute Anbindung an Berlin (teils über Angermünde)	Zu wenige Direktverbindungen von Berlin nach Schwedt; Anschlüsse des Regionalverkehrs in das Umland nicht immer optimal
Nationalparklinie als wichtige Verbindung in den Nationalpark im stündlichen Takt an Werktagen	Taktung zu touristisch relevanten Zeiten (v.a. an Wochenenden und Feiertagen) ausbaufähig
Rufbusangebot in Teilen der Nationalparkregion vorhanden (z.B. ab Angermünde nach Stolpe, Parstein und Stolzenhagen oder im Amt Gartz/Oder)	Rufbusangebot noch nicht flächendeckend vorhanden, insbesondere im Stadtgebiet Schwedt/Oder
Uckermarkshuttle als Ringlinie positiv für die Verbindung und damit Aufenthaltsverlängerung in der Gesamtregion Uckermark	Taktung zu gering, um für Tagesausflüge attraktiv zu sein
UVG Mitglied bei MomentUM, und NLP-Partner – innovative gemeinsame Projekte wie Wasserstoffbusse	ÖPNV-Erschließung im ländlichen Raum noch ausbaufähig
Fahrradvermietung in Schwedt und Criewen vorhanden	Stationäre Fahrrad-Sharing Lösungen oder Kooperation der Anbieter (auch mit UVG, Kanuanbietern etc.) nicht vorhanden

2. Gästeinformation und -empfang, Gästelenkung

Gästeinformation und -lenkung findet noch zu wenig in der Fläche statt.

Stärken	Schwächen
Zertifizierte TI in Schwedt (rotes i)	Bezug zum Nationalpark kaum ersichtlich, wenig attraktive Empfangssituation; begrenzte Öffnungszeiten am Wochenende
Nationalparkladen Criewen als Infopoint mit deutlichem Bezug zur Identität als Nationalparkregion; Öffnungszeiten am Wochenende	Von außen schwer als Infopoint erkennbar (Namensschild im Prozess)
Bestrebungen für einen weiteren Infopoint in Mescherin (Kranichhof)	
	Beschilderungssystem uneinheitlich, mangelhafte Orientierung und Ausschilderung zu touristischen (Informations-)Angeboten
	Infotafeln uneinheitlich hinsichtlich Design und Informationsqualität; nicht durchgängig 3-sprachig; digitale Information bislang kaum ausgeprägt (Ausnahme: QR-Codes)
	Bezug zum Nationalpark in der Stadt nicht ersichtlich, Information und Verflechtung zum Nationalpark ausbaufähig

3. Gastgewerbe: Angebotsstruktur und Qualität

Solides Angebot vorhanden, aber geringe Zielgruppen- und Innovationsorientierung; Bekenntnis zur Nachhaltigkeit fehlt weitgehend.

Stärken	Schwächen
Kleinteiliges, aber vielfältiges Beherbergungsangebot, z.B. Hotels in Schwedt (3-4 Sterne, teils themen- und nachhaltigkeitspezifische Zertifizierungen); Ferienwohnungen, Camping/Reisemobilstellplätze	Nachhaltigkeitsorientierung ausbaufähig: noch zu wenige Zertifizierungen, Nationalpark-partner-Initiative muss neu belebt werden
Gute Abdeckung des Beherbergungsangebotes auf Online-Plattformen (z.B. booking, Airbnb)	keine herausragenden, innovativen Leuchtturmbetriebe im Beherbergungssegment vorhanden
Zahlreiche gastronomische Angebote in der gesamten Region vorhanden (insgesamt > 50 Betriebe)	Qualität vieler Gastronomiebetriebe ausbaufähig, v.a. in Bezug auf regionale Produkte/Küche sowie andere Ernährungstrends (z.B. pflanzenbasierte Küche), kaum höherwertige Angebote, wenig attraktive Außengastronomie
vereinzelt innovative junge Gastronomieunternehmen, z.B. Milchbuben, Eisschmiede Uckermark	Öffnungszeiten der Gastronomie aus touristischer Sicht nicht optimal (unregelmäßige Öffnungszeiten, Ausrichtung vorwiegend auf den Tagesbetrieb), v.a. in der Innenstadt Schwedt/Oder
Ausschreibung zur Qualifizierung weiterer Angebotsflächen für temporäre gastronomische Angebote in der Stadt Schwedt/Oder geplant	Sorgenkind: Landgastronomie; Versorgung in den Umlandgemeinden kann oft nicht sichergestellt werden
	Barrierefreiheit in der gesamten Gebietskulisse kaum gegeben

4. Regionale Produkte und Wertschöpfungsketten

Die guten Voraussetzungen für eine starke regionale Verflechtung werden bisher zu wenig für die touristische Entwicklung genutzt

Stärken	Schwächen
Vielzahl regionaler Erzeuger in der gesamten Nationalparkregion und im weiteren Umfeld vorhanden	Angebot regionaler Produzenten vorrangig in Schwedt nur wenig in Umlandgemeinden
Großes Angebot regionaler Produkte in den TIs in Schwedt/Oder und Criewen erhältlich	Über TIs hinaus kaum regionale Produkte im Einzelhandel, zudem kein Bioladen vorhanden
	geringe Nachfrage nach regionalen und biologischen Produkten durch die einheimische Bevölkerung (z.B. Wochenmarkt, Einzelhandel)
In Schwedt ansässige, innovative Industrieunternehmen (z.B. LEIPA, Bio-Lutions)	Bisher keine Kooperationen zwischen Industrie und Tourismus
Geplanter Innovation Campus zur Förderung des Innovationspotenzials der Industrieunternehmen am Standort	Tourismusbezug am Innovation Campus bislang nicht geplant

5. Naturtourismus: Infrastruktur, Qualität, Angebot

Größtes Themenpotenzial, dem bisher die strategische Erschließung zwischen Stadt und Umland sowie der erlebbare Wow-Effekt fehlt

Stärken	Schwächen
Naturtourismus als wichtigstes Wachstumspotenzial	Stark saisonal geprägtes Angebot
Nationalpark Unteres Odertal als Deutschlands einziger Auennationalpark und potenzieller Besuchermagnet	USP des Nationalparks (Auenlandschaft) nur schwer zugänglich und erlebbar
Gute Basis für die touristische Erschließung im Nationalpark (NLP-Zentrum, Aussichtstürme; vielseitiges Angebot verschiedener, kleinerer Aktivitäten wie Workshops, Touren, Veranstaltungen; Kranichwoche und Kräuterwanderungen als Leitprodukte	Besucherzahlen im Nationalparkzentrum Criewen auf geringem Niveau (abnehmende Tendenz bereits vor Corona); geringe Teilnahmezahlen an naturkundlichen Angeboten des Nationalparks
Schwedt/Oder mit Titel als Nationalparkstadt	Thema Natur/Nationalpark in der Kernstadt Schwedt/Oder kaum spürbar oder erlebbar
	zu wenige „Naturerlebnis-Angebote“ mit Wow-Effekt und überregionaler Ausstrahlung
	touristische Produktentwicklung und Vernetzung der naturtouristischen Angebote fehlt weitgehend
	keine ausgeprägte naturtouristische Ausrichtung im touristischen Marketing
Angebote geführter Touren für Rad-, Wander-, und Kanutouren sind vorhanden	In den letzten Jahren ist der Kontakt zu vielen Naturführern abgebrochen; deutlicher Handlungsbedarf

6. Rad und Wandern: Infrastruktur, Qualität, Angebot

Dynamik und Leitprodukte vorhanden, aber Handlungsbedarf hinsichtlich Qualität, Vernetzung sowie ergänzende Serviceangebote

Stärken	Schwächen
ADFC-Qualitätsroute Oder-Neiße-Radweg; Uckermärkischer Radrundweg und Kranichtour (Rad) sowie Weg der Auenblicke und Märkischer Landweg (Wandern) als überregional vermarktete Leitprodukte	Anbindung der Schwedter Innenstadt an den Oder-Neiße-Radweg ausbaufähig (Zugang über stark befahrene Autobrücke)
Knotenpunktwegweisung vorhanden	Qualitätsorientierung ausbaufähig, z.B. wenig zertifizierte Wegeinfrastruktur, nur wenige Bett&Bike-Unterkünfte (Tendenz eher abnehmend)
Weitere Rundtouren von Standorten in der Nationalparkregion möglich; darüber hinaus Angebot geführter Touren durch Natur- und Landschaftsführer	Anbindung und Vernetzung der Radwege ausbaufähig (z.B. Anschluss an Hauptradrouten, fehlende Verbindung zwischen den Orten inner- und außerhalb der Nationalparkregion sowie deutsch-polnischer Radwege)
Alltagsradverkehr von den Einheimischen gut bewertet: Schwedt/Oder beim ADFC Klimatest auf Platz 6 (Ortsgrößenklasse 20.000 bis 50.000 EW) Radverkehrskonzeption für die Stadt Schwedt in Bearbeitung	ergänzende touristische Radinfrastruktur stark ausbaufähig (z.B. Abstellanlagen, Schließfächer, Fahrrad-Boxen, Servicestationen)