



# Potenzialanalyse "Gastronomie im Kontext der Innenstadtaufwertung der Stadt Schwedt/Oder"

---

**Auftraggeber:** Stadt Schwedt/Oder

**Projektleitung:** Dr. Eddy Donat  
Sophie Männel, M. Sc. Geografie

Dresden, am 25.10.2019

---

## **Urheberrecht**

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



### **Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31 -33  
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 216 72 73  
Telefax: 0351 / 80 23 895  
E-Mail: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz)  
Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Aufgabenstellung und Methodik</b>	<b>5</b>
1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung	5
1.2 Untersuchungsdesign und Methodik	6
<b>II. Allgemeine Trends und Rahmenbedingungen</b>	<b>8</b>
1. Entwicklungen im Gastronomiesektor	8
1.1 Allgemeine Entwicklungen und Definitionen	8
1.2 Funktion der Gastronomie in der Stadtentwicklung	12
1.3 Standortanforderungen in der Gastronomie	13
2. Zukunftschancen der Gastronomie	13
3. Gastronomie als Innenstadtfaktor	14
<b>III. Tourismus- und Gastronomiestandort Schwedt/Oder</b>	<b>16</b>
1. Tourismus und Gastronomie im Kontext der Innenstadt	16
2. Herausforderungen für die Innenstadt- und Gastronomieentwicklung in Schwedt	16
2.1 Magnetfunktion der Innenstadt	16
2.2 Die Innenstadtstruktur in Schwedt/Oder	17
2.3 Verbindung der Innenstadt-Lagen	22
2.4 Leerstandssituation in der Schwedter Innenstadt 2019	22
3. Angebotssituation der Gastronomie in der Innenstadt	24
3.1 Betriebstypen	24
3.2 Räumliche Verteilung der Gastronomie	25
3.3 Bewertung der qualitativen Angebotssituation in der Innenstadt von Schwedt	28
3.4 Öffnungszeiten	31
4. Angebotssituation im Übernachtungsbereich	32
5. Zwischenfazit /Stärken-Schwächen-Bilanz	33
<b>IV. Entwicklungskonzept</b>	<b>34</b>
1. Zielgruppendefinition für den Gastronomiestandort Schwedt/Oder	34
2. Entwicklungsszenarien für den Gastronomiestandort Schwedt/Oder	36

3.	Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Gastronomiestandortes „Schwedt/Oder“	40
3.1	Angebotssegmentierung	40
3.2	Verbesserung der „Wahrnehmung“ der Innenstadtgastronomie	42
3.3	Absatzpolitik	42
3.4	Städtebauliches Umfeld	42
3.5	Gastronomische Nutzungskonzepte für Einzelimmobilien	45
3.6	Intensive Betreuung der „Gastronomieszene“ / regelmäßiges Monitoring	45
	Anlage 1: Beispiele Gestaltungsrichtlinien	47

## **I. Aufgabenstellung und Methodik**

### **1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung**

Im November 2018 beauftragte die Stadt Schwedt/Oder die GMA mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Nach einigen Rücksprachen mit der Stadt hat sich herausgestellt, dass dieses Konzept nicht losgelöst von einer Betrachtung des Tourismus-, Gastronomie- und Dienstleistungssektors in Schwedt/Oder gesehen werden kann, denn neben dem Einzelhandel spielt auch dieses Themenfeld eine größere Rolle in Bezug auf die Attraktivität und Ausstrahlung von Innenstädten bzw. deren Mittelpunktfunktion. Besonders in Schwedt/Oder und vor dem Hintergrund der aktuellen Innenstadtsituation (u. a. Wegbrechen von Einzelhandelsstrukturen, mangelnde Funktionsmischung, Schwerpunkt im Dienstleistungsbereich, Leerstände) unterstützt eine Stärkung des Gastronomiesektors die nachhaltige Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Schwedt/Oder.

Die Stadt und besonders die Innenstadt von Schwedt/Oder muss sich bereits aktuell vielfältigen Herausforderungen stellen. Diese werden einerseits von gesamtgesellschaftlichen Veränderungen (demografischer Wandel, Abwanderung) und allgemeinen Strukturwandelerscheinungen des Handels (u. a. Vormarsch des Onlinehandels) ausgelöst. Es zeigen sich aber auch durch regionale Besonderheiten (u. a. Lage des Oder-Centers in Schwedt/Oder, der Nähe zu Polen und die dortige Wettbewerbssituation) sowie lokale Veränderungen (mögliche Veränderungen in der Wettbewerbslandschaft) Einflüsse und Entwicklungen, die es zu beachten gilt.

Die Entwicklung des Gastronomiesektors ist als ein geeigneter Ansatz zur Stärkung und Aufwertung sowohl der Innenstadt bzw. der Altstadt als auch der Gesamtstadt zu sehen. Diese Aufgabe sollte neben der Stärkung bzw. Sicherung der Handelsstrukturen als ein Handlungsschwerpunkt zur Verbesserung der Lebensqualität in der Stadt Schwedt/Oder gesehen werden.

Ziel der Untersuchung ist es folglich, auf Grundlage der aktuellen Trends in der Gastronomie-Szene das bestehende Gastronomieangebot in Schwedt/Oder zu betrachten und im Zusammenhang mit den verschiedenen Kundengruppen mögliche Anregungen für einen weiteren Ausbau des Gastronomieangebots in Schwedt/Oder zu formulieren. Vor dem Hintergrund dieser Ausgangslage sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Einordnung Gastronomie allgemein sowie Entwicklungen in der Gastronomie
- /// Rolle der Gastronomie in der Stadtentwicklung
- /// Darstellung des Gastronomieangebotes in Schwedt und Zielgruppendefinitionen
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Gastronomie in Schwedt
- /// Ableitung von Entwicklungszielen / Maßnahmen.

## 1.2 Untersuchungsdesign und Methodik

Um mögliche Anregungen für einen weiteren Ausbau der Gastronomie in Schwedt/Oder formulieren zu können, ist es zunächst notwendig, die Rahmenbedingungen der überörtlichen Entwicklungen in der Gastronomie ins Blickfeld zu rücken. Dabei sind zunächst die Frage nach den allgemeinen Trends der Branche einerseits sowie Betriebstypenabgrenzungen zur Analyse der aktuellen Angebotsstruktur andererseits zu klären. Ergänzend werden die wesentlichen Standortfaktoren in der Gastronomie sowie die Funktion der Gastronomie in der Stadtentwicklung insgesamt dargelegt.

In einem zweiten Schritt ist die vorhandene Situation im Bereich Gastronomie in Schwedt/Oder genauer zu analysieren. Dies schließt die Erfassung, Dokumentation und Strukturierung des aktuellen Gastronomieangebotes nach quantitativen und qualitativen Kriterien ein. Außerdem sind die lokalspezifischen Rahmenbedingungen zur Gastronomie in Schwedt/Oder zu erörtern und u. a. durch Vergleiche mit anderen Städten entsprechend einzuordnen.

Es erfolgte eine Vor-Ort-Begehung aller projektrelevanten Gastronomiebetriebe<sup>1</sup> und Hotels bzw. Übernachtungsmöglichkeiten in Schwedt/Oder. Die Betriebe wurden anhand diverser Kriterien bewertet und eingestuft (u. a. Außenauftritt, Atmosphäre / Gestaltung, Öffnungszeiten, (Sitz-)Platz-Kapazitäten, Frequentierung, Zielgruppen etc.). Ergänzend wurden Informationen aus den Expertengesprächen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Schwedt/Oder einbezogen.

Aus allen gewonnenen Erkenntnissen wird ein Stärken-Schwächen-Profil in Bezug auf die Gastronomie in Schwedt/Oder erstellt. In Abwägung der daraus erwachsenen Chancen und Risiken (SWOT-Analyse) mit den vorhandenen Potenzialen ist dann die Entwicklungsstrategie zu erstellen. Die kann von allgemeinen Zielen zur Entwicklung der Gastronomie in Schwedt/Oder bis zu projekt- oder standort- bzw. objektbezogenen Empfehlungen reichen. Einen Schwerpunkt bildet dabei die Stärkung der Innen- bzw. Altstadt, aber auch die Verbesserung des Niveaus der gesamtstädtischen gastronomischen Versorgung.

**Die Gastronomieentwicklung** ist für die nächsten Jahre als ein **Handlungsschwerpunkt** zu sehen. Hierfür sprechen folgende gewichtige Gründe:

- Das aktuelle Gastronomieangebot in Schwedt/Oder lässt sowohl in der Wahrnehmung der Wohnbevölkerung als auch der Besucher und Experten deutlichen Optimierungsbedarf aber auch Potenziale erkennen.<sup>2</sup>
- Die Wachstumschancen dieses Bereiches sind höher einzuschätzen als im Einzelhandel, v. a. im Innenstadtbereich, da das Oder-Center viel Kaufkraft nach außen zieht.

<sup>1</sup> Ausnahmen stellen Krankenhauskantinen etc. dar.

<sup>2</sup> vgl. Gespräche vom 21. und 22. Februar 2019 in Schwedt/Oder im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes.

- Mit der Verknüpfung von Einkauf und Gastronomie bzw. einer Nutzungs- und Funktionsmischung kann eine wichtige Grundlage für die weitere Aufwertung der Standortqualität in Schwedt/Oder und v. a. auch der Innenstadt geschaffen werden.

Der vorliegende Bericht soll als strategisches Papier die Potenziale und auch Defizite im Bereich Gastronomie aufzeigen und als Handlungsrahmen für die nächsten Jahre dienen.

## **II. Allgemeine Trends und Rahmenbedingungen**

Die Entwicklungschancen der Stadt Schwedt/Oder bzw. deren Innenstadt können nicht losgelöst von allgemeinen und allgegenwärtigen Entwicklungen und Trends im Bereich Gastronomie betrachtet werden, da diese auch den Standort Schwedt/Oder beeinflussen.

### **1. Entwicklungen im Gastronomiesektor**

Während sich der Handel in der Raubeobachtung und Wirtschaftsgeografie bereits langjährig erheblichen Interesses erfreut, ist die Zahl wissenschaftlicher Studien zur Gastronomie gering; eher randlich befassen sich unter anderem Wirtschaftswissenschaften und Tourismusforschung, aber auch Kultur- und Sozialwissenschaften damit.

Dabei ist die Gastronomie stärker noch als der Handel auf elementare Grundbedürfnisse der Menschen ausgerichtet. Gastronomiebesuche ermöglichen, über die Versorgung mit Nahrungsmitteln hinausgehend, Abwechslung vom Alltag, Unterhaltung, Anregung und vielfältige soziale Interaktionen und Kommunikation.

Die Motive für Gastronomiebesuche sind vielschichtig und reichen von Geschäftsessen über ein schnelles Mittagessen bis hin zu Bar-Besuchen mit Freunden. Die Veränderungen der Arbeitswelt haben ebenso wie der Verlust der Fähigkeiten breiter Bevölkerungsschichten, eigenständig Gerichte zuzubereiten, in Verbindung mit einer Verlagerung der Konsum- und Freizeitorientierung zu extrovertierten Räumen (Stichwort: „Mediterranisierung“) zu einer bereits lang anhaltenden Steigerung des Außer-Haus-Verzehrs beigetragen.

Um zu einer realistischen Einschätzung der gastronomischen Entwicklungsmöglichkeiten in der Innenstadt von Schwedt zu kommen, ist es zunächst notwendig, die Rahmenbedingungen der überörtlichen Entwicklungen in der Gastronomie ins Blickfeld zu rücken. Dabei sind zunächst die Frage nach den allgemeinen Trends der Branche einerseits sowie Betriebstypenabgrenzungen zur Analyse der aktuellen Angebotsstruktur andererseits zu klären. Ergänzend werden die wesentlichen Standortfaktoren in der Gastronomie sowie die Funktion der Gastronomie in der Stadtentwicklung insgesamt dargelegt.

#### **1.1 Allgemeine Entwicklungen und Definitionen**

Mit rund 2,2 Mio. Beschäftigten und rund 54.000 Auszubildenden (Stand 2017) ist das Gastgewerbe einer der bedeutenden Wirtschaftszweige in Deutschland. Die mehr als 222.000 gastgewerblichen Betriebe erzielen aktuell einen Jahresumsatz von ca. 83,4 Mrd. € (netto). Davon entfällt der größte Teil auf das hier untersuchungsrelevante Gaststättengewerbe.<sup>3</sup> Im deutschen Gaststättengewerbe sind derzeit in knapp 165.000 Betrieben mehr als 1,4 Mio. Beschäftigte tätig,

<sup>3</sup> Quelle: DEHOGA Bundesverband: Zahlenspiegel I / 2018; Berlin, Mai 2018; S. 11.



der Jahresumsatz beträgt insgesamt ca. 46,1 Mrd. € (netto).<sup>4</sup> Der Durchschnittsumsatz je Gastronomiebetrieb liegt bei etwa 280.000 € pro Jahr.

Der DEHOGA<sup>5</sup> unterscheidet folgende **Betriebsarten**:

/// Restaurants (mit / ohne Bedienung)	/// Imbissstuben
/// Schankwirtschaften	/// Trinkhallen
/// Bars und Vergnügungslokale	/// Eissalons
/// Diskotheken und Tanzlokale	/// Kantinen
/// Cafés	/// Caterer.

Restaurants werden von der DEHOGA wie folgt definiert:

„Bewirtschaftungsstätten mit Verkauf von Speisen, im Allgemeinen zum Verzehr an Ort und Stelle, sowie damit verbundenem Verkauf von Getränken, unter Umständen auch mit begleitendem Unterhaltungsprogramm. Restaurants auch als Speisewarenbetriebe gibt es mit herkömmlicher und mit Selbstbedienung.“

Das Gastgewerbe ist eine **ausgesprochen dynamische, trendbestimmte Branche**, die stark mit den allgemeinen gesellschaftlichen Entwicklungen und Lifestyles verflochten ist. Die Gegenwart ist geprägt von einem beschleunigten Lebenswandel und einem weniger geregelten Tagesablauf, was auch zu veränderten Essgewohnheiten führt („Man isst, wo man ist“). Angesichts gesteigerter Mobilität und Flexibilität in Arbeit, Freizeit und Urlaub boomt in der Gastronomie der Außer-Haus-Markt seit Jahren.

<sup>4</sup> Quelle: DEHOGA Bundesverband: Zahlenspiegel I / 2018; Berlin, Mai 2018; S. 11.

<sup>5</sup> DEHOGA = Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.

**Abbildung 1: Kategorisierung des Gastronomiemarktes**



Quelle: ZMP CMA

Der Wettbewerbsdruck in der Gastronomie ist hoch, denn das gastronomische Angebot ist deutlich größer und vielfältiger geworden, etwa durch die Sortimentsausweitungen im Lebensmittel Einzelhandel, bei Bäckereien, Metzgereien und Tankstellen-Betreiber oder durch eine Zunahme von Streetfood-Anbietern. Zudem hat das Zeitalter des Internets und Smartphones nicht nur mit Online-Lieferdiensten neue Geschäftsfelder und Konkurrenzen hervorgebracht sondern auch eine steigende Macht der Bewertungsportale. Die heutigen Gäste sind digital, informiert, versiert und eben auch immer mobiler, schneller und anspruchsvoller. **Gefordert sind Schnelligkeit, Originalität, Differenzierung und Individualisierung**, z. B. Premium-Produkte, Entertainment-Konzepte, gesunde, leichte oder exotische Lebensmittel bzw. -zubereitung, die dem besonderen Lebensstil des Gastes entsprechen. Aufgrund der steigenden Kundenansprüche, aber auch der Möglichkeiten durch die neuen Technologien müssen die heutigen Gastronomiebetriebe radikal umdenken und ihre Infrastruktur und Geschäftsprozesse entsprechend anpassen. Entscheidend für den Markterfolg in der speiseorientierten Gastronomie sind heute ein authentisches und überzeugendes Konzept, eine klare Positionierung und Profilierung am Markt, eine zeitgemäße Vertriebsstrategie und die richtige Kommunikation.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Vgl. DEHOGA Branchenbericht: DEHOGA-Konjunkturumfrage Frühjahr 2018; Berlin, Mai 2018.

**Tabelle 1: Bestandsentwicklung im deutschen Gaststättengewerbe 2008 – 2016**

Betriebstyp	Zahl der umsatzsteuerpflichtigen Betriebe		Bestandsentwicklung 2008 – 2016	
	2008	2016	absolut	relativ in %
Restaurants (mit/ohne Bedienung)	85.343	72.481	-12.862	-15,1
Schankwirtschaften	38.549	30.725	-7.824	-20,3
Bars, Diskotheken, Tanz- und Vergnügungslokale	4.154	4.207	53	1,3
Cafés	10.321	11.487	1.166	11,3
Eissalons	6.664	5.546	-1.118	-16,8
Imbissstuben	28.625	34.295	5.670	19,8
Sonst. getränkegeprägte Gastronomie	8.352	5.884	-2.468	-29,5
<b>Gaststättengewerbe insg.</b>	<b>182.008</b>	<b>164.625</b>	<b>-17.383</b>	<b>-9,6</b>
<i>Nachrichtlich:</i> Caterer u. Erbringer sonstiger Verpflegungsdienstleistungen	11.233	13.655	2.422	21,6

Quelle: DEHOGA Bundesverband: Zahlenspiegel I / 2018; Berlin, Mai 2018; S. 8; GMA-Berechnung

Bei den meisten Betriebstypen im Gastgewerbe waren im Verlauf der letzten 10 Jahre **spürbare Bestandsabnahmen** zu verzeichnen. So verringerte sich die Zahl der umsatzsteuerpflichtigen Gastronomiebetriebe in Deutschland zwischen 2008 und 2016 um knapp 17.400 (9,6 %). Die Zahl der Restaurants, die mit aktuell ca. 44 % den größten Anteil an den Betriebstypen im Gaststättengewerbe stellen, ging in diesem Zeitraum um fast 12.900 (15,1 %) zurück. Eine Ausnahme von diesem Trend bilden dagegen insbesondere Imbissstuben und Cafés, deren Zahl deutlich zunahm (vgl. Tabelle 1). Auch Caterer und Erbringer sonstiger Verpflegungsdienstleistungen<sup>7</sup>, die nicht zum Gaststättengewerbe i. e. S. gerechnet werden, konnten ihre Bedeutung ausbauen.

Der **aktuelle Trend** ist in der speisengeprägten Gastronomie positiver als in anderen Zweigen des Gastgewerbes. So verzeichnete das Statistische Bundesamt im ersten Quartal 2018 für die speisengeprägte Gastronomie eine Umsatzentwicklung von nominal +2,7 % (real +0,2 %), was über dem Durchschnitt des Gastgewerbes liegt (Umsatzentwicklung nominal +1,6 %, real -0,7 %). Begünstigend wirken v. a. das anhaltende Beschäftigungshoch und eine positive Lohnentwicklung, außerdem das günstige Zinsniveau für Kredite, was in Deutschland für eine robuste Konjunktur sorgt; hiervon profitiert das Gastgewerbe unmittelbar. Ein Hemmschuh für das Wachstum der Gastronomie bleibt allerdings der anhaltende Fachkräftemangel und das damit verbundene Problem der Personalgewinnung. Auch die Kostenentwicklung ist häufig gerade für Einzel- und Kleinbetriebe kritisch. Im Verdrängungswettbewerb können sich deshalb größere Betriebe mit standardisierten Unternehmensprozessen (z. B. Systemgastronomie) besser durchsetzen.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Z. B. Kantinen, Mensen, Cafeterien am Arbeitsplatz, Verkaufsautomaten.

<sup>8</sup> Vgl. DEHOGA Branchenbericht: DEHOGA-Konjunkturumfrage Frühjahr 2018; Berlin, Mai 2018.

## 1.2 Funktion der Gastronomie in der Stadtentwicklung

Grundsätzlich hat die Gastronomieentwicklung – insbesondere im Rahmen einer gezielten Stadtentwicklung – in den vergangenen Jahren als Thema zunehmende Bedeutung erfahren. Analog zum Einzelhandel kommt der Gastronomie eine wichtige Rolle zu, insbesondere für die Entwicklung und Aufwertung der Innenstädte. Neben einer Frequenzstiftung und Imageverbesserung kann der Gastronomiesektor auch eine bedeutende Funktion für eine Steigerung der Aufenthaltsqualität, Ausdehnung der Verweildauer und zur Verlängerung der Öffnungszeiten in den Innenstädten (Stichwort: „evening economy“) übernehmen. Zudem ist der Gastronomiesektor eine tragende Säule eines durchmischten und multifunktionalen Stadtraumes.

In den deutschen Städten sind bei der Entwicklung der Gastronomie **zwei diametral unterschiedliche Trends** festzuhalten:

- /// Einerseits werden hochwertige und hochpreisige, i. d. R. kleinere und städtebaulich gut integrierbare Einheiten verfolgt.
- /// Zum anderen stehen autokundenaffine, meist mittel- bis niedrigpreisige Angebotskonzepte mit großer Dimensionierung an preissensiblen Standorten (meist Gewerbegebietslagen) zur Entwicklung an.

**Fotos: Allgemeine Beispiele für eine gute Verbindung von öffentlichem Raum und Gastronomie in anderen Städten**



GMA-Aufnahmen div. Jahre

### 1.3 Standortanforderungen in der Gastronomie

Grundsätzlich ist anzuführen, dass die speziellen **Standortanforderungen** innerhalb des Gastronomiesektors stark variieren. Je nach gastronomischer Betriebsart bzw. -konzept ist eine unterschiedliche Gewichtung der Standortanforderungen bzw. Standortfaktoren festzustellen.

Im Kern sind jedoch für die meisten Angebotsformen in der speisegebundenen Gastronomie folgende Standortfaktoren von Bedeutung, variieren jedoch in Abhängigkeit vom Konzept stark in ihrer Ausprägung:

- /// verkehrliche Erreichbarkeit (Pkw, Fuß, Rad, ÖPNV)
- /// Frequenzstärke am Standort (in Abhängigkeit von Zielgruppen und Einzugsgebiet)
- /// Nähe zu anderen Gastronomiebetrieben (z. B. Kneipenviertel, Gastronomiemeile, Food Court in Shopping Centern)
- /// Nähe zu anderen frequenzstarken Einrichtungen (z. B. Einzelhandel, Dienstleistungen)
- /// Sichtbarkeit und Exposition
- /// In Städten: städtebauliches Ambiente und Umfeld  
außerhalb von Städten: landschaftliche Qualität / Reize (v. a. bei Ausflugslokalen).

Unabhängig von den o. g. Standortfaktoren sind als weitere Erfolgsfaktoren in der Gastronomie auch die **konzeptionelle Stärke** (z. B. Individualität, Atmosphäre, Alleinstellungsmerkmale, Entertainment-Aspekte, stringente Zielgruppenausrichtung) sowie die **Qualität des Betreibers bzw. Pächters** (Qualität der Speisen, Gastfreundschaft, reibungsloser Service) unabdingbar.

## 2. Zukunftschancen der Gastronomie

Die weiteren Aussichten für einen anhaltenden Aufwärtstrend in der Gastronomie sind gut: Die deutsche Wirtschaft entwickelt sich positiv und die Konsumlaune ist angesichts der positiven Arbeitsmarktsituation weiter erfreulich. Der Außer-Haus-Verzehr nimmt zu, auch wegen der zunehmenden Vielfalt der Angebote, einem hohen Anspruchsniveau der Gäste bezüglich Vielfalt, Qualität und Abwechslung sowie einem veränderten, international geprägten Lifestyle, insbesondere der jüngeren Bevölkerung. Essen gehört auch zum Lifestyle. So werden Fotos von Gerichten auf Instagram und Co. wie Trophäen präsentiert.

Jedoch ändern sich Konsum-Muster laufend, gerade in den letzten Jahren durch soziale Netzwerke oder der durch Smartphones ermöglichten ständigen Internetverfügbarkeit.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Food-Delivery-Betriebe wie *Foodora* bringen das gewünschte Essen vom Lieblingsthailänder (zumindest in größeren Städten) bis an die Haustüre. Bäckereien und Metzgereien bieten neben Snacks inzwischen häufig Mittagsgerichte an und ersetzen gerade auf dem Land häufig die aussterbenden Wirtshäuser.

### Trier, Currywurstbude



GMA-Aufnahmen 2019

### Singen, Imbiss



Eine positive Entwicklung ist außer für die Imbiss- und Take-away-Gastronomie auch für neue bzw. neu konzeptionierte Bedienrestaurants zu erwarten. Wie stets im Gastronomie-Gewerbe ist bei dem individuellen Unternehmenserfolg aber eine besondere Abhängigkeit von gesellschaftlichen Trends bzw. dem „Reiz des Neuen“ festzustellen. Daher können sich nicht alle Restaurant-Konzepte gleichermaßen durchsetzen. Absehbar ist – in Analogie zur Einzelhandelsentwicklung – eine zunehmende Spreizung in ein hochwertiges und preisintensives Segment einerseits und in ein preissensibles, funktionales Segment andererseits.

### 3. Gastronomie als Innenstadtfaktor

Mit dem wirtschaftlichen Erfolg, neuen Ideen und steigenden Umsatzzahlen sind die Gastronomen ein wichtiger Player im Wettbewerb um knappe Innenstadtfächen. Zugleich erwächst der Gastronomie durch den tendenziellen Bedeutungsrückgang des Ladeneinzelhandels, gerade in Innenstädten von Klein- und Mittelstädten, eine zunehmend hohe Bedeutung. Dort ist der Einzelhandel von einem anhaltenden Strukturwandel geprägt, der angebotsseitig durch Konkurrenzstandort auf der grünen Wiese, zunehmenden Online-Handel, die Konsolidierung des Lebensmitteleinzelhandels und den Rückgang inhabergeführter Läden unter Druck gerät.

Hierbei ergeben sich folgende Fragen:

- /// Welche Rolle können alternative Akteure wie Dienstleistungen und auch die Gastronomie zukünftig zur Belebung von Innenstädten einnehmen?
- /// Wie kann die Gastronomie zu einer verbesserten (Einkaufs-)Atmosphäre beitragen?
- /// Wie kann eine bessere Verzahnung von Einkauf und Gastronomie zu einer längeren Verweildauer in der Innenstadt beitragen?
- /// Wie ist den unerwünschten Nebenerscheinungen gastronomischer Nutzungen (Lärmbelästigung, An- und Abfahrt, Sperrzeit, Vermüllung u. a. m.) zu begegnen?

In Fußgängerzonen<sup>10</sup> mit angenehmer Einkaufsatmosphäre ohne größere Verkehrsbelastungen können nicht nur das Straßenbild, die Möblierung des öffentlichen Raums oder Begrünungselemente sondern auch qualitätsvolle Gaststätten mit Außengastronomie zu einer höheren Aufenthaltsqualität beitragen. Generell repräsentiert die Außengastronomie eine starke Freizeitorientierung und einen genussorientierten Lebensstil der Bevölkerung und Besucher.

Bei der Förderung der Gastronomie kommt es allerdings nicht selten zu Interessenskonflikten. Stärker noch als der Handel kritisiert die Gastronomie Bürokratie und Reglementierungen, unfaire Wettbewerbsbedingungen oder starre Gesetze und fordert regelmäßig mehr unternehmerische Freiräume, einheitliche Steuern auf Essen sowie mehr Flexibilität bei der Arbeitszeit.

---

<sup>10</sup> z. B. die Vierradener Straße.

### **III. Tourismus- und Gastronomiestandort Schwedt/Oder**

#### **1. Tourismus und Gastronomie im Kontext der Innenstadt**

Der Tourismus spielt in Schwedt trotz des Titels „Nationalparkstadt“ eine eher untergeordnete Rolle. Nachteilig für die Entwicklung des Tourismus und des Gastronomiesektors im Innenstadtbereich von Schwedt ist, dass sie keine historische Altstadt im klassischen Sinne oder größere / prägnante Sehenswürdigkeiten aufweist. Aufgrund der Entstehung der Stadt bzw. der planmäßigen Anlage der Innenstadt im Nachgang diverser Zerstörungen (u. a. Stadtbrände und 2. Weltkrieg) und der Ansiedlung von Industriebetrieben (u. a. jetzt LEIPA Georg Leinfelder GmbH und PCK Raffinerie GmbH) mangelt es, bis auf den Vierradener Platz, an prägnanten Einzelgebäuden oder -lagen. In Schwedt ist zwar ein Markt- oder Kirchplatz vorhanden, allerdings hat sich daraus keine (einzelhandelsbezogene und gastronomische) Hauptlage entwickelt.

In der Kernstadt Schwedt gibt es auch wenig „Anlaufpunkte“ oder touristisch geprägte Aufenthaltsbereiche, wie dies historisch gewachsene Städte in Europa bieten. Allein der Stadtpark, der Hugenottenpark, die Kirchen Sankt Mariä Himmelfahrt und Sankt Katharinen können diese Funktionen nicht übernehmen. Ebenso hat das Stadtmuseum Schwedt keine solch überregionale Ausstrahlung, was zu zahlreichen Ziel-Besuchen von Touristen führen würde. Schließlich kann der gesamte städtische Bereich an der Oder entlang des Bollwerks und des Uferweges derzeit keine solch touristisch geprägte Aufenthaltsqualität bieten, was im Folgenden auch anhand der gastronomischen Ausstattung nochmals konkreter zu bewerten sein wird.

Die Aufwertung des zentralen Stadtbereiches bzw. der Innenstadt von Schwedt in Bezug auf das gastronomische Angebot ist zwar vor allem in Bezug auf die gegebenen Stadtstrukturen zu analysieren, aber stets auch im Zusammenhang mit dem gesamtstädtischen Angebot zu sehen.

Bei der Betrachtung des zentralen Stadtbereiches handelt es sich im Wesentlichen um den Bereich zwischen der Lindenallee im Nordosten, der Oder im Südosten und der Karl-Teichmann-Straße im Westen.

#### **2. Herausforderungen für die Innenstadt- und Gastronomieentwicklung in Schwedt**

##### **2.1 Magnetfunktion der Innenstadt**

Die Innenstadt von Schwedt weist im Einzelhandelsbereich als größere moderne Magnetbetriebe im Wesentlichen „nur“ Lebensmittelmärkte sowie einen Drogeriemarkt am Platz der Befreiung auf. Aufgrund des außerhalb der Innenstadt positionierten starken Oder-Centers mangelt es in der Innenstadt an Kaufkraft, um auch höherwertige Fachmärkte oder generell Geschäfte aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (u. a. Bekleidung, Elektrowaren) bzw. innenstadttypische Betriebe und Sortimente anzusiedeln.



Auch im Bereich „Sonstige Nutzungen“, u. a. im Bereich Freizeit und Kultur sind in der Innenstadt derzeit keine Magneten verortet. Eine funktionale Sonderstellung nehmen dabei die Uckermärkischen Bühnen (UBS) ein, die als dominanter Solitärstandort aufgrund der vielfachen Abendveranstaltungen keine generelle „Tageswirkung“ im Gastronomiebereich entfalten. Das attraktive Schwimmbad „Aquarium“, das Strike Bowling-Center und das Kino sind außerhalb der Innenstadt gelegen und tragen nicht aktiv zur Frequenz in der Innenstadt bei. Auch für Touristen sind in der Innenstadt kaum weitere starke Frequenzerzeuger vorhanden.

Im Gastronomiebereich sind in der Schwedter Innenstadt lediglich vereinzelt Imbisse, Kneipen und Cafés verortet. In der Vierradener Straße ist aktuell z. B. auch kein Anlaufpunkt (klassisches Eiscafé o. ä.) zur Frequenzsteigerung in den Sommermonaten vorhanden. Das Gasthaus am Vierradener Platz weist insgesamt eine gute zentrale Lage auf, ist in der Nutzung der Potenziale u. a. auch als Frequenzerzeuger in der Innenstadt jedoch ausbaufähig (bereits im Außenauftritt). Auch am touristisch attraktiven Bereich des Oder-Ufers, dem Bollwerk und der Promenade, mangelt es derzeit an Destinationen zum Verweilen.

Aufgrund fehlender städtebaulicher Dichte in der Innenstadt mangelt es derzeit auch an funktionaler Dichte als Magnet bzw. Umfeld und Frequenzbringer für Gastronomiebetriebe. Die Schwedter Innenstadt bzw. deren Umfeld ist in diesem Zusammenhang vermehrt durch Wohnen geprägt, weniger durch urbane Dichte, Eigendynamik und Frequenz als belebende Faktoren. Der Handel vor Ort bzw. die aktuellen Nutzungen allein schaffen keine Frequenz und Attraktivität für die Innenstadt. Gastronomiebetriebe sind in der Lage Frequenz zu generieren, wenngleich in der Schwedter Innenstadt allerdings eine durchgängige Struktur an gastronomischen Einrichtungen fehlt.

Ziel für die Schwedter Innenstadt sollte es sein, v. a. im Gastronomie- und Komplementärnutzungsbereich Chancen und Potenziale zu schaffen und auch verstärkt zu nutzen um die Innenstadt zu beleben. Diese Entwicklung sollte durch die Förderung von Atmosphäre begleitet werden.

## 2.2 Die Innenstadtstruktur in Schwedt/Oder

Zunächst ist für die Stadt Schwedt generell zu klären, was bzw. welcher Bereich als „Innenstadt“ definiert wird, denn in Schwedt selbst gibt es keine klassische Innenstadt, erwachsen aus historischen Strukturen. Durch mehrere Zerstörungen und städtebauliche Umbrüche in der Stadtgeschichte wurden einst historische Stadtstrukturen größtenteils zerstört und zeitgenössisch überbaut.

Die eigentliche kleinteilige (teilweise historische) **Altstadt** ist aus städtebaulicher sowie handels- und touristischer Sicht das Gebiet entlang der Vierradener Straße und Jüdenstraße von der Berliner Straße im Süden bis zur Auguststraße / Bahnhofstraße in Norden als Teilgebiet der Innenstadt zu definieren (vgl. Karte 1).

Durch die städtebauliche Erweiterung (Umbau / Ergänzung) sind einerseits der Stadtpark und andererseits funktionale, gewerbliche wie auch Wohnbebauungen nördlich entlang der Karthausstraße, der Theodor-Neubauer-Straße bis zur Lindenallee gestaltet und errichtet worden. Die großflächigen Einrichtungen bzw. Handelsimmobilien um den Platz der Befreiung bilden den nördlichen Bereich der **Innenstadt „im engeren Sinne“**. Hier sind auch das CKS-Kaufhaus sowie weitere Gebäude am Platz der Befreiung etabliert.

Entlang der Heinersdorfer Straße und dem Hanns-Eisler-Weg im Westen bzw. Norden, der Lindenallee im Osten sowie unterhalb der Berliner Straße, bis zum Bollwerk und dem Uferweg im Süden erstreckt sich wiederum die Grenze der **Innenstadt „im weiteren Sinne“**. Diese ist unter siedlungsstrukturellen und städtebaulichen Kriterien noch zur Innenstadt zu zählen, wenn gleich hier Wohnbebauung aus den 1960er und 1970er Jahren dominiert.

Insgesamt bzw. unter Betrachtung der gesamtstädtischen Strukturen kann der Bereich bis zum Julian-Marchlewski-Ring in West- und Nordrichtung mit einer Ergänzung östlich der Lindenallee bis zur Bahnlinie im Norden und zum Wasserplatz / Wassersportzentrum im Osten / Südosten, als **erweitertes Kerngebiet** der Stadt Schwedt gesehen werden.

Als **Innenstadt** wird in der weiteren Untersuchung die Innenstadt i. w. S. gemäß Karte 1 betrachtet.

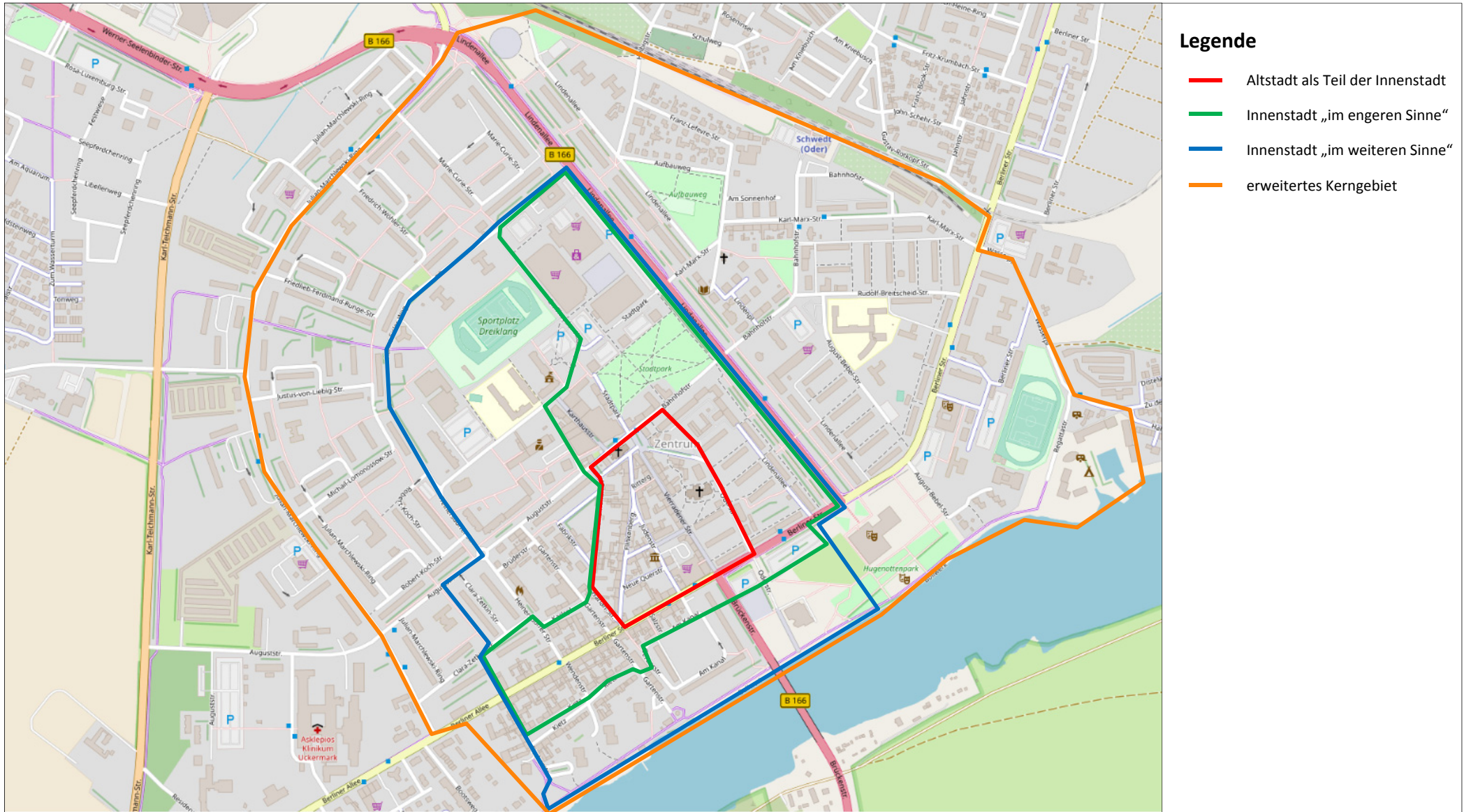
Mit der Attraktivierung der Innenstadt u. a. als multifunktionaler Raum kann nicht nur eine Belebung der Innenstadt erreicht werden, sondern auch ein erhöhter Anreiz zum Wohnen in der Innenstadt und dem erweiterten Kerngebiet, u. a. von jungen Leuten, Familien, Senioren und einkommensstarken kleineren Haushalten.

Neben Einzelhandelseinrichtungen, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben tragen auch Nutzungen aus den Bereichen Freizeit und Kultur sowie öffentliche Einrichtungen zur Multifunktionalität einer Innenstadt bei. In der Schwedter Innenstadt sind bereits einige dieser Nutzungen vorhanden: u. a. diverse Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, Stadtmuseum Schwedt, Stadtpark, Restaurants, Cafés<sup>11</sup>, Uckermärkische Bühnen und Hugenottenpark, Bollwerk, Stadtverwaltung, Schulen, Polizei, Ärzte.

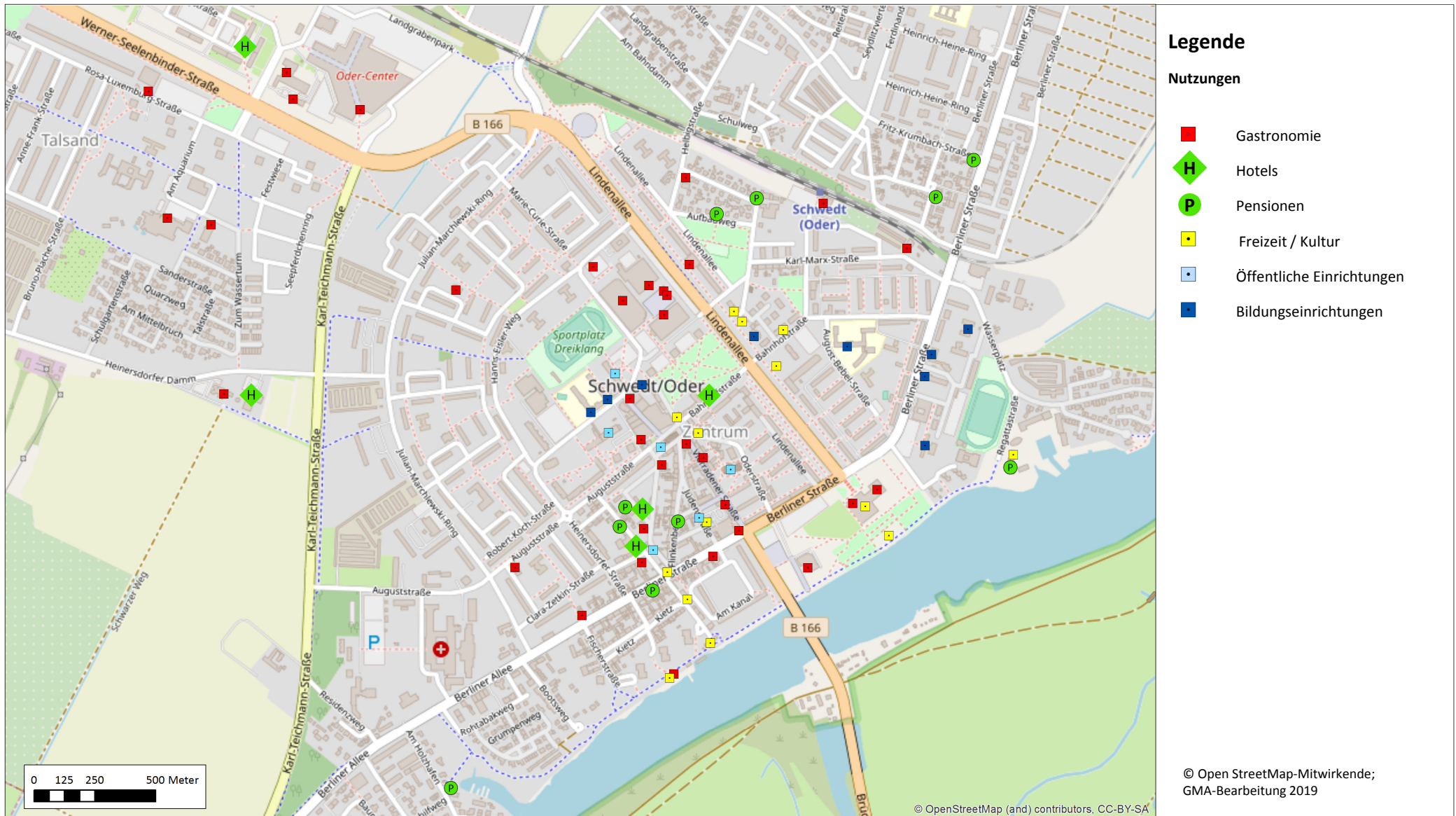
---

<sup>11</sup> Zwei Cafés (Altstadtcafé und La-Di-Ver in der Vierradener Straße) mit eingeschränkten Öffnungszeiten.

**Karte 1: Lagekategorien in der Innenstadt Schwedt/Oder**



**Karte 2 : Gastronomische und touristische Nutzungen im Kernstadtbereich der Stadt Schwedt/Oder**



Alle diese Einrichtungen tragen zur Versorgungsqualität von Bewohnern und Gästen der Stadt bei sowie auch zur Kundenfrequenz und Belebung des Stadtbildes. Da sie teilweise eigene Anziehungspunkte für Besucher sind, sowie auch im Mix mit Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen die Atmosphäre einer Innenstadt bilden, ist die Existenz und Verteilung dieser Einrichtungen im Stadtgebiet durchaus von Wichtigkeit. Deutlich wird, dass es der Innenstadt Schwedt an Frequenz fehlt. Dies ist – wie bereits beschrieben – auf das Fehlen von u. a. eigenständigen Magneten als „Frequenzbringern“ sowie einem abgestimmten kompakten Ensemble verschiedener Nutzungen entlang der Straßen und Plätze in der Innenstadt zurückzuführen.

Ein breites attraktives multifunktionales Angebot in der Innenstadt über den Einzelhandel hinaus sollte die Nutzungsmischung in der Innenstadt unterstützen und damit auch zur Förderung einer räumlichen Nähe zwischen Wohnen, Arbeiten und Versorgen beitragen. Gerade der Besatz an Gaststätten bzw. Gastronomiebetrieben kann in der Schwedter Innenstadt aber deutlich gestärkt und qualitativ ausgebaut werden, um die Haupteinkaufslagen und die ergänzenden Randbereiche der Innenstadt und das Angebot insgesamt zu attraktivieren und somit mehr Menschen in die Innenstadt zu führen.

Im Mai 2019 führte die GMA eine vollständige Erhebung der gastgewerblichen Betriebe bzw. Gastronomiebetriebe durch (vgl. Karte 2):

**Tabelle 2: Gastronomie- und Übernachtungsbetriebe in Schwedt/Oder 2019**

Art der Einrichtung	Innenstadt <sup>12</sup> i.w.S.	Sonstige Lagen
Café	2	7
Imbiss / Bistro	4	10
Kneipen / Bars	1	4
Restaurant	11	11
Systemgastronomie	1	4
<b>Summe Gastronomiebetriebe</b>	<b>19</b>	<b>36</b>
Hotels	3	2
Pensionen	3	2
Ferienwohnungen	-	14
Privatzimmer / Sonstiges	1	6
<b>Summe Übernachtungsmöglichkeiten</b>	<b>7</b>	<b>25</b>

Quelle: GMA-Erhebungen 2019

<sup>12</sup> Entspricht dem Kernbereich der Stadt Schwedt/Oder (vgl. Karte 1).

### 2.3 Verbindung der Innenstadt-Lagen

Schwedt verfügt über mehrere prägnante Innenstadtlagen bzw. Achsen, die nur teilweise miteinander verbunden sind: Platz der Befreiung – Vierradener Platz – Karthausstraße — Vierradener Straße – Bollwerk. Diese Fixpunkte bzw. Plätze und Straßen sind in Karte 3 dargestellt.

### 2.4 Leerstandssituation in der Schwedter Innenstadt 2019

Im Januar / Februar 2019 wurden im Rahmen eines parallel laufenden Projektes<sup>13</sup> auch leerstehende Ladenlokale (für Einzelhandel und andere Nutzungen) in Schwedt erfasst.

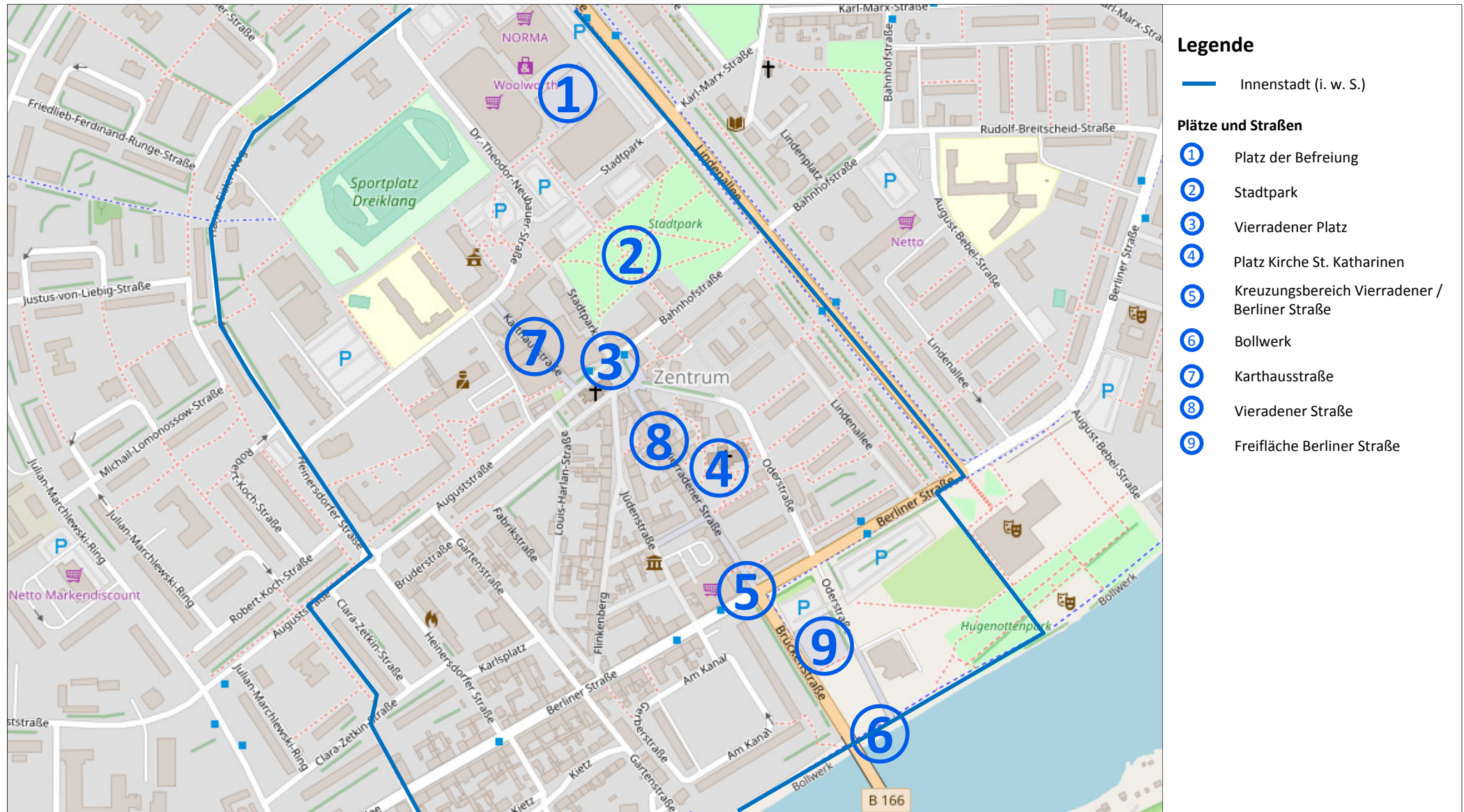
Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gab es zum Zeitpunkt der Erhebung lediglich 10 Leerstände, vornehmlich in der Berliner Straße sowie vereinzelt am Platz der Befreiung und in anderen Straßen. In der weiteren Innenstadt und dem erweiterten Kerngebiet konnten keine wesentlichen Leerstände festgestellt werden.

Die im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ermittelten Leerstände befinden sich im Wesentlichen im nördlichen und südlichen Bereich (Platz der Befreiung, Berliner Straße). Bis auf eine größere Fläche im CKS handelt es sich hierbei hauptsächlich um kleinere Ladenflächen von unter 100 m<sup>2</sup> VK; eine Nachbesetzung dieser Leerstände für den Einzelhandel ist vor dem Hintergrund der aktuellen Einzelhandelssituation in Schwedt kaum noch realistisch. Ob und in welchem Umfang diese Leerstände durch Gastronomie nachbelegt werden können, ist durch Nutzungsstudien zu untersuchen. Diese Einschätzung trifft insbesondere auf solche Ladenlokale mit sehr kleinen, noch dazu verwinkelten Flächen und erheblichem Umbaubedarf (Kücheneinrichtung, Gast-, Lager-, Neben- und Toilettenräume, behördliche Auflagen zum Brandschutz, zur Hygiene und zur Lärmvermeidung) zu. Eine entscheidende Rolle spielt hierbei auch die Bereitschaft des Vermieters für günstige Mietkonditionen und zur Übernahme von Umbaukosten.

Für Schwedt bzw. die Innenstadt ist es sinnvoll, derzeit durch lageunabhängige Dienstleistungen (u. a. Pflegedienst, Krankenfahrtdienst etc.) belegte Ladeneinheiten in der Vierradener Straße oder der Karthausstraße mit gastronomischen oder auch Handelseinrichtungen (u. a. Eiscafé o. ä.) zu belegen und Ersatzflächen für die Dienstleister in anderen Lagen zur Verfügung zu stellen. Ggf. ist auch ein Flächentausch denkbar: für Einzelhandel und Gastronomie unattraktiverer Flächen an lageunabhängige Dienstleister vermieten und die frei werdenden Flächen an entsprechend zur Aufwertung der Innenstadt belegen.

<sup>13</sup> Einzelhandelsuntersuchung in 24 ausgewählten Städten Brandenburgs.

**Karte 3: Lagebeziehungen in der Schwedter Innenstadt**

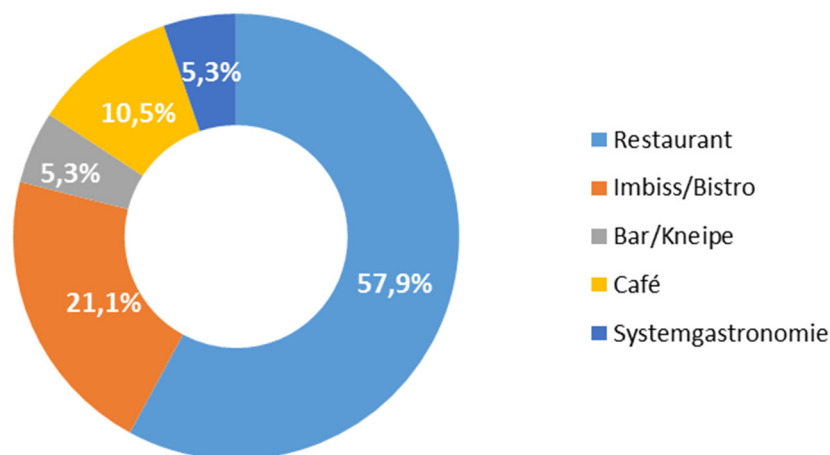


### 3. Angebotssituation der Gastronomie in der Innenstadt

#### 3.1 Betriebstypen

Im Rahmen der Einzelhandelserhebung im Mai 2019 wurden im gesamten Stadtgebiet und v. a. im Innenstadtbereich von Schwedt alle projektrelevanten Gastronomiebetriebe erfasst. Insgesamt wurden dabei 55 Betriebe erhoben und kategorisiert, davon 15 in der Innenstadt<sup>14</sup>. Dies sind neben klassischen Restaurants, Imbissbetrieben und Bistros sowie Cafés auch Bars bzw. Kneipen und Betriebe der sog. Systemgastronomie. Hinsichtlich der Zuordnung von Betrieben ist festzuhalten, dass sich nicht alle Betriebe eindeutig einem bestimmten Betriebstyp zuordnen lassen; selbstverständlich existieren auch Mischformen<sup>15</sup>. Die Betriebe<sup>16</sup> verteilen sich auf die einzelnen Betriebstypen wie folgt:

**Abbildung 2: Art und Anzahl der Betriebstypen in der Innenstadt von Schwedt/Oder**



GMA-Erhebung 2019; n = 19

Die Bestandserhebung und Auswertung 2019 zeigt, dass in der Innenstadt von Schwedt hinsichtlich der Betriebstypen ein betrieblicher Schwerpunkt ausgemacht werden kann. Am häufigsten sind klassische Restaurants (59,7 % / 11 Betriebe) vertreten. Darüber hinaus besteht ein wesentlicher Anteil der Betriebe aus Imbissen bzw. Bistros (21,1 % bzw. 4 Betriebe). Cafés, die insbesondere durch ihre Außengastronomie stark zur Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums in der Innenstadt beitragen können, nehmen einen Anteil von lediglich 10,5 % (2 Betriebe) ein und sind damit im Hinblick auf ihre Funktion in der Innenstadt deutlich unterrepräsentiert. Auch Bars und Kneipen nehmen einen sehr geringen Anteil ein (5,3 % bzw. 1 Betrieb). Auffällig ist – v. a. ange-

<sup>14</sup> Innenstadt im weiteren Sinne.

<sup>15</sup> Dies betrifft v. a. die Kategorien Restaurant und Imbiss, sowie Bistro und Café. Eine Zuordnung erfolgte anhand der qualitativen Einschätzung der GMA.

<sup>16</sup> Eine Zusammenschau der Betriebe befindet sich in Anlage 2 zum Bericht.



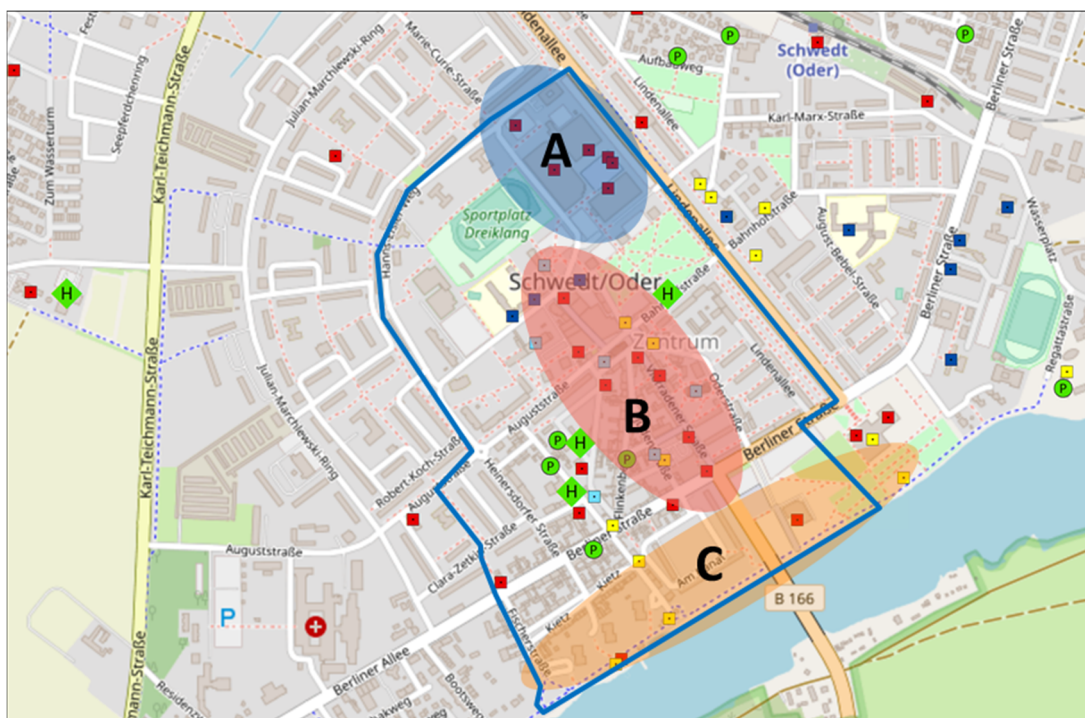
sichts der Größe der Stadt Schwedt/Oder und ihrer regionalen Bedeutung als Einzelhandelsstandort – die sehr geringe Anzahl an Vertretern der Systemgastronomie (1 Betrieb in der Innenstadt). Im Hinblick auf die aktuelle Situation in der Innenstadt von Schwedt bestehen hier allerdings kaum Ausbaumöglichkeiten.

Auch bei der sog. gutbürgerlichen Gastronomie sind wenig anspruchsvolle Angebote vorhanden. Je nach Abgrenzung des Untersuchungsraumes ist die Zahl gastronomisch ansprechender Leitbetriebe stark begrenzt (max. zwei). Für Besucher wird der Eindruck des Gastronomieangebotes in der Innenstadt bzw. der Haupteinkaufslagen weitgehend durch Fastfood-Angebote (Imbisse) bestimmt, die überwiegend dem unteren oder allenfalls unteren mittleren Preissegment zuzuordnen sind. Auch das am Vierradener Platz ansässige Restaurant kann trotz erstklassiger Lage und Umfeld derzeit keine Funktion als Magnet in der Innenstadt wahrnehmen.

### 3.2 Räumliche Verteilung der Gastronomie

Innerhalb der Innenstadt von Schwedt/Oder können ansatzweise Lagen ausgemacht werden, die verdichtet gastronomische Angebote aufweisen (Gastronomielagen), bzw. Lagen, die Potenziale hinsichtlich einer weiteren Verdichtung besitzen. Diese werden nachfolgend beschrieben. Karte 4 stellt die unterschiedlichen Lagen bzw. Konzentrationen innerhalb der Innenstadt dar.

**Karte 4: Gastronomieschwerpunkte im Innenstadtbereich von Schwedt/Oder**



GMA-Darstellung 2019, Kartengrundlage: ©OpenStreetMap-Mitwirkende

**A. Platz der Befreiung**

Eine Konzentration von Gastronomiebetrieben in der Innenstadt Schwedt befindet sich im Bereich Platz der Befreiung. Hier sind u. a. im CKS-Kaufhaus und im Vorkassenbereich des ansässigen Kaufland SB-Warenhauses Betriebe etabliert, die überwiegend dem Bereich Imbiss / Bistro zugordnet werden können. Die hier vorhandenen gastronomischen Angebote sprechen vorwiegend Kunden an, die während des Einkaufens oder in der Mittagspause eine Kleinigkeit essen möchten.

**B. Karthausstraße – Vierradener Platz – Vierradener Straße**

Entlang der Achse Karthausstraße – Vierradener Platz – Vierradener Straße befinden sich mehrere Gastronomiebetriebe aus den Bereichen Restaurant, Café und Imbiss/Bistro, die aber allesamt unterschiedliche, teilweise tourismusungeeignete Öffnungszeiten aufweisen und ihres Außenauftritts nach verschiedene Kundengruppen ansprechen.

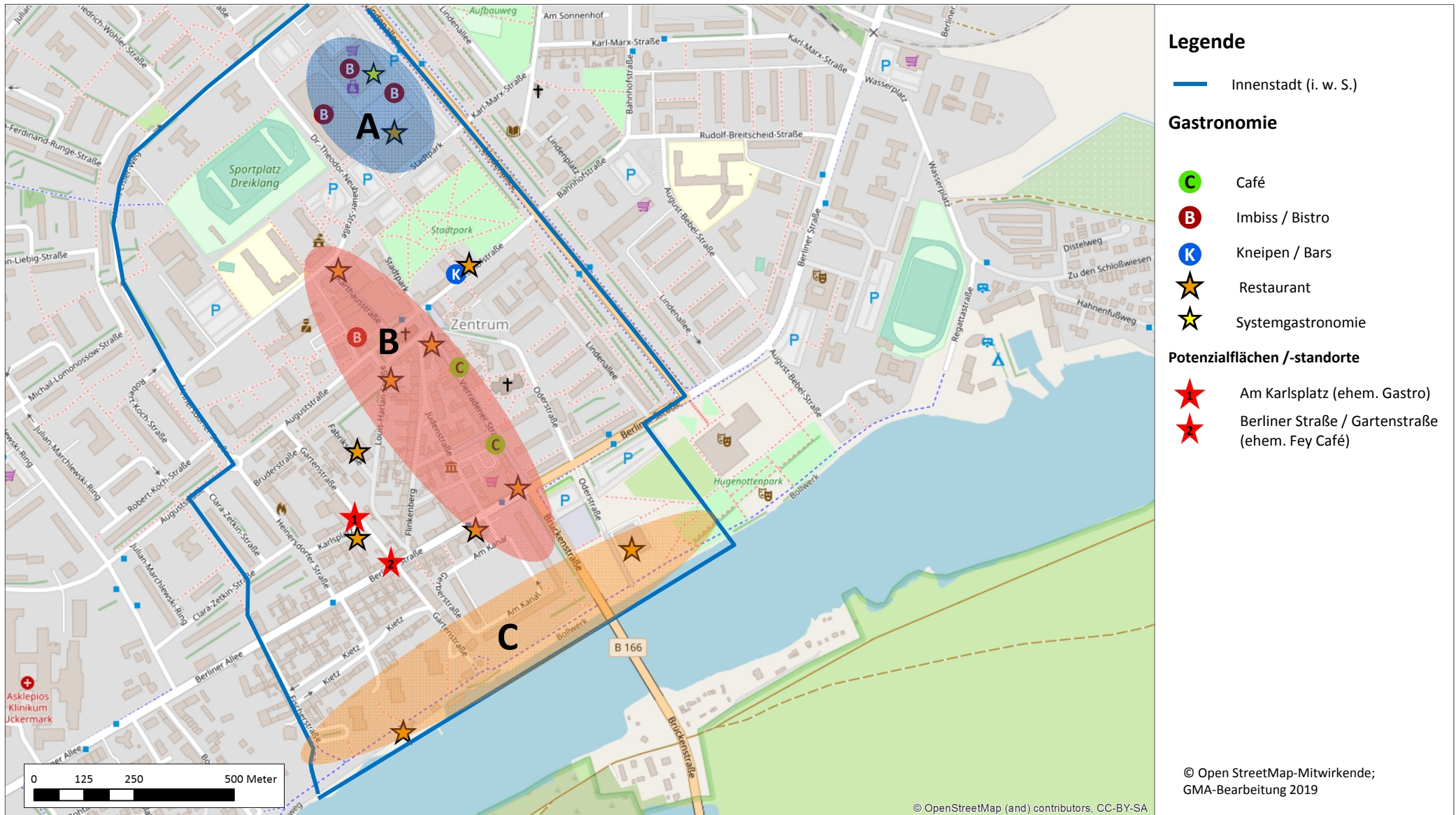
**C. Bollwerk**

Entlang der Oder bzw. an der Uferpromenade / Bollwerk sind derzeit lediglich zwei Betriebe aus dem Restaurant-Bereich vorhanden, die das Lagepotenzial an der Oder derzeit nur bedingt nutzen. In dieser Lage bestehen noch deutliche Potenziale zur besseren Verknüpfung von Tourismus und Gastronomie, generell zur weiteren Etablierung von Gastronomiebetrieben oder Schankwirtschaften.

Über die genannten Bereiche hinaus bestehen noch weitere verstreut gelegene Gastronomiebetriebe in der Innenstadt von Schwedt und dem erweiterten Kerngebiet. Diese bestehen teilweise an Standorten, die aufgrund ihrer Aufenthaltsqualität oder ihrer Lage abseits von bestehenden Hauptverkehrswegen nur wenig Entwicklungspotenzial bieten und vornehmlich durch Anwohner aus Schwedt bzw. aus dem Umfeld aufgesucht werden. Dem stehen Räume wie der Stadtpark, der Kirchplatz oder die genannten Lagen Vierradener Straße und Bollwerk gegenüber, die aufgrund ihrer Gestaltung und Lage noch Entwicklungspotenziale, insbesondere für die Außengastronomie, nutzen könnten.

Im Bereich Karlsplatz / Gartenstraße und der Berliner Straße bestehen aktuell zwei Potenzialflächen bzw. -standorte ehemals als Gastronomiebetrieb genutzter Flächen (vgl. Karte 5).

**Karte 5 : Verteilung der Gastronomiebetriebe in der Innenstadt von Schwedt/Oder**



### 3.3 Bewertung der qualitativen Angebotssituation in der Innenstadt von Schwedt

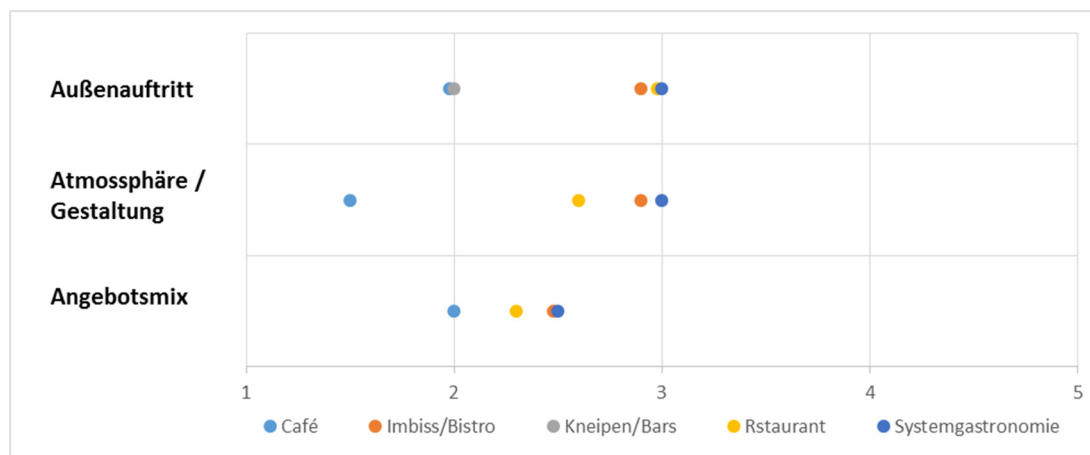
Neben der quantitativen Betrachtung der vorhandenen Betriebstypen im Gastronomiesegment werden im Folgenden die Aspekte

- /// Qualitätsniveau (Außenauftritt und Preiskategorie)
- /// Atmosphäre und Gestaltung
- /// Angebotsmix sowie
- /// Außengastronomie

untersucht. Diese sind insbesondere für die Kopplungseffekte mit den städtebaulichen Gegebenheiten und dem Einzelhandelsangebot bedeutsam. Die Qualität der Gastronomie in der Innenstadt wurde anhand des Außenauftritts der Anbieter (Design, Einrichtung, Gestaltung) und der angebotenen Preiskategorie ermittelt.

Bei der Bewertung des Angebots ist grundsätzlich zwischen den unterschiedlichen Betriebstypen zu unterscheiden. So gelten für einen Imbiss oder eine Bar andere Qualitätsansprüche als für ein Café oder ein Restaurant. Zu beachten sind hierbei auch die Lage der Lokalität und die jeweilige Zielgruppe.

**Abbildung 3: Bewertung der Angebotssituation in der Innenstadt von Schwedt**



GMA-Einschätzung 2019; n = je nach Betriebstyp zwischen 1 und 11; Der Betriebstyp Kneipen/Bars konnte nur bedingt bewertet werden, da Betriebe zum Zeitpunkt der Besichtigung geschlossen waren.

Zur Bewertung der qualitativen Angebotssituation wurden die in der Innenstadt verorteten Betriebe mit Schulnoten entsprechend der genannten Kriterien bewertet (vgl. Abbildung 3). Insgesamt liegen die Durchschnittsnoten je Betriebstyp zwischen 1,5 und 3,0.

In der qualitativen Betrachtung zeigt sich, dass das gastronomische Angebot in der Innenstadt von Schwedt heterogen ist und nur wenige höherwertige Betriebe beinhaltet. Wirklich hochwertige Gastronomiebetriebe mit überörtlichem Einzugsgebiet bestehen in Schwedt nur vereinzelt<sup>17</sup>. Das Gastronomieangebot zielt im Wesentlichen auf **Beschäftigte** (CKS, Platz der Befreiung) und **Anwohner** ab und weniger auf **Einkaufsbesucher und Touristen** (inkl. Radfahrer).

Entsprechend häufig sind v. a. am Platz der Befreiung Imbisse und Bistros (u. a. Subway, Burger, Döner, Asia) mit entsprechend einseitigem Angebot, wenig Sitzplätzen<sup>18</sup> und wenig Atmosphäre vorhanden. Eine Ansprache von kaufkräftigen Kunden mit hohem Anspruchsniveau kann damit nicht gelingen. Hierbei ist allerdings auch darauf hinzuweisen, dass im CKS bzw. am Platz der Befreiung auch kein entsprechender Einzelhandel etabliert ist.

In anderen Innenstadtlagen (u. a. Vierradener Platz und Vierradener Straße) zeichnet sich ein etwas anderes Bild ab: hier sind einige Restaurants sowie zwei Cafés, die vornehmlich Anwohner und teilweise die Touristen in Schwedt ansprechen. Die Mehrzahl dieser Betriebe weist einen gepflegten Außenauftritt und eine höhere Sitzplatzanzahl auf, wenngleich auch bei einigen Betrieben Modernisierungsgedanken in die Überlegungen aufzunehmen sind. Auch wenn die Kunden hier vornehmlich aus Schwedt selbst stammen oder mit dem Fahrrad nach Schwedt gekommen sind sollte ein gewisser Anspruch bzw. ein gewisses Niveau der Gastronomie gegeben sein.

Preislich liegen v. a. die Cafés, Imbisse bzw. Bistros und Kneipen auf einem durchschnittlichen bis günstigen Niveau. Angebote und Preise entsprechen denen anderer gleichartiger Angebotsformen. Auch die Restaurants liegen auf einem durchschnittlichen Niveau, wenngleich einige Betriebe im höheren Durchschnitt liegen, was meist auch mit einem entsprechenden Angebot konform geht.

Neben einem ansprechenden Erscheinungsbild und für potenzielle Zielgruppen akzeptablen Preisniveau spielt das Vorhandensein von einer attraktiven Außengastronomie eine wesentliche Rolle. Dieser Aspekt bestimmt auch über den Grad der Aufenthaltsqualität bzw. die Verweildauer in der Innenstadt entscheidend mit.

<sup>17</sup> Berücksichtigung der Ergebnisse der Erhebung vor Ort und der im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes geführten Unternehmensgespräche.

<sup>18</sup> 20 – 40 Sitzplätze.

**Café La- Di – Ver, Vierradener Straße**



**Pane e piu, Bollwerk**



**Jägerhof, Vierradener Platz**



**Brauwerk, Louis-Harlan-Straße**



GMA-Aufnahmen 2019

Das Angebot an Restaurants in der Innenstadt von Schwedt/Oder bewegt sich überwiegend<sup>19</sup> auf einem durchschnittlichen bis unterdurchschnittlichem Niveau. Einige Betriebe stellen insbesondere zur Mittagszeit mit den häufig angebotenen Mittagstischen eine Alternative zu den Imbissen und Fast-Food-Angeboten dar. Zielgruppe sind dabei primär die in der Innenstadt Beschäftigten. Das Erscheinungsbild (Design, Einrichtung) einiger Betriebe ist aber nicht mehr zeitgemäß bzw. entspricht nicht mehr dem Standard und den Wünschen der Kunden. Dies betrifft insbesondere den Außenauftritt und das Angebot von attraktiver Außengastronomie. Acht von elf Restaurants in der Innenstadt von Schwedt/Oder verfügen über Sitzplätze im Außenbereich, wengleich deren Qualität von niedrig bis hoch rangiert<sup>20</sup>.

Auch muss festgehalten werden, dass die Außengastronomie teilweise an dafür nur bedingt geeigneten Plätzen und Standorten betrieben wird. Gut geeignet und für den Kunden attraktiv sind insbesondere Standorte an der Süd- oder Westseite von Gebäuden, mit Expositionen zur Mittag- und Abendsonne sowie auch eine entsprechend gestaltete Nahlage zum Wasser oder zu Grünflächen bzw. Bepflanzungen. In Schwedt sind diverse Anbieter mit Standorten mit wenig Besonnung und Atmosphäre vorhanden, die rein funktional gestaltet sind (u. a. Yavus Yaman Istanbul

<sup>19</sup> Ausnahmen vorhanden.

<sup>20</sup> Brauwerk = hoch; Yavus Yaman Restaurant Istanbul = niedrig.

Restaurant). Auch wirkt der Außenauftritt der Gastronomie oftmals nicht einheitlich gepflegt (u. a. Pane e Piu). Restaurants, die teils bewusst auf den Verzehr von Speisen im Außenbereich setzen, sollten folglich Wert auf das Ambiente des Bereichs legen. Als sehr gut umgesetztes Beispiel ist das „Brauwerk Schwedt“ zu nennen.

Grundsätzlich sind an die Außengastronomie gewisse Anforderungen bezüglich des Mobiliars (Tische, Stühle, Schirme), der Begrenzungen der Außengastronomiebereiche und dekorativer Zusatzartikel (Tischdecken, Stuhlaufgaben) zu stellen. Ein einheitlicher oder geordneter „Auftritt“ ist in Schwedt bzw. der Innenstadt nicht erkennbar. Räumlich gibt es derzeit keine Konzentration der Außengastronomie, vielmehr entsteht der Eindruck, „wo die Möglichkeit besteht bzw. Platz ist, werden Stühle aufgestellt“. Ein qualitativ durchweg ansprechendes Mobiliar in den Gastronomiebetrieben ist insgesamt nicht vorhanden.

### **3.4 Öffnungszeiten**

Vor dem Hintergrund, dass eine vielfältige Gastronomielandschaft in der Innenstadt dazu beitragen kann, dass die Besucher auch nach den Ladenöffnungszeiten in der Innenstadt verweilen und die Innenstadt somit beleben, wurden u. a. die Öffnungszeiten der Betriebe in der gesamten Innenstadt (Innenstadt i.w.S. inkl. Altstadt und Innenstadt i.e.S.) erhoben.

Ähnlich wie die umliegenden Einzelhandelsbetriebe sind auch die Gastronomiebetriebe in ihren Öffnungszeiten vorwiegend auf einen Tagesbetrieb ausgerichtet. So haben die beiden Cafés in der Vierradener Straße dienstags bis freitags meist von ca. 13:00 Uhr bis 18:00 Uhr geöffnet, am Samstag und Sonntag von 14:00 Uhr bis 18:00 Uhr. Die Mehrheit der Betriebe hat von Montag bis Donnerstag länger als 20:00 Uhr geöffnet. Viele dieser Betriebe, v. a. Imbisse, Bistros und Kneipen haben zwischen 9:00 bzw. 10:00 Uhr und 21:00 Uhr geöffnet. Betriebe der Systemgastronomie orientieren sich teilweise am CKS-Kaufhaus in welchem sie eingemietet sind und haben Mo – Sa von 9:00 Uhr bis 21:00 Uhr geöffnet.

Die Restaurants weisen teilweise sehr unterschiedliche Öffnungszeiten auf, auch je nach Zielgruppenorientierung. Betriebe, die sich auch auf ein Mittagsangebot konzentrieren, öffnen wochentags bzw. teilweise auch sonntags bereits ab ca. 10:00 Uhr bzw. 11:00 Uhr und dann bis etwa 15:00 Uhr, andere Betriebe öffnen erst nachmittags ab ca. 16:00 Uhr. Ein Teil der Restaurants hat auch durchweg geöffnet oder öffnet sowohl zur Mittagszeit als auch abends. Sonntags und mittwochs sind einige Betriebe ganz geschlossen.

Diese teils uneinheitlichen Öffnungszeiten erschweren die Frequentierung der Innenstadt und besonders der Fußgängerbereiche. Insgesamt eignet sich das aktuelle Gastronomieangebot derzeit nur bedingt, die Kunden und auch Besucher sowohl tagsüber als auch abends in die Innenstadt zu locken und diese damit zu beleben.

#### 4. Angebotssituation im Übernachtungsbereich

Derzeit werden in Schwedt sechs Hotels sowie zahlreiche Ferienwohnungen und -häuser, Pensionen, Herbergen und Privatzimmervermietungen als Übernachtungsmöglichkeiten angeboten. Insgesamt stehen in den genannten Betrieben rd. 1.400 Betten zur Verfügung, wovon allerdings rd. 2/3 aufgrund zu geringer Betriebsgrößen<sup>21</sup> keinen Eingang in offizielle Beherbergungsstatistiken finden. Als größte Übernachtungsmöglichkeiten sind die vorhandenen Hotels zu nennen, von welchen drei in der Schwedter Innenstadt verortet sind:

- /// centra-Hotel
- /// Turm Hotel Schwedt
- /// Oder-Hotel (Ortsteil Zützen)
- /// Anderson Hotel Schwedt (Innenstadt)
- /// Hotel Altstadt Quartier (Innenstadt)
- /// Stadtparkhotel (Innenstadt).

Nachfolgende Tabelle zeigt die Wesentlichen in der Schwedter Innenstadt vorhandenen Übernachtungsmöglichkeiten auf.

**Tabelle 3: Übernachtungsbetriebe in der Innenstadt von Schwedt**

Name	Art der Einrichtung	Zimmer	Betten <sup>22</sup>
Anderson Hotel Schwedt	Hotel	32	59 – 60
Hotel Altstadt Quartier	Hotel	25	27 – 30
Stadtparkhotel	Hotel	14	16 – 20
Pension Stahr	Pension	6	9
Pension Gartenstraße	Pension	4	13
Pension Zum Tischlermeister	Pension	2	3
FeWo Familie Kühne	Ferienwohnung	2	4
FeWo Familie Ruffer	Ferienwohnung	1	2
Privatzimmer Klatt	Privatzimmer	3	4

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019.

Insgesamt war die Anzahl aller in Schwedt angebotenen Betten in den letzten Jahren schwankend bis rückläufig, während sowohl die durchschnittliche Auslastung als auch die Anzahl der Übernachtungen stetig anstiegen (Auslastung 2008: 24,5 %; 2017: 39,3 % / Übernachtungen 2008:

<sup>21</sup> Betriebe mit jeweils weniger als 9 Betten. U. a. Ferienwohnungen und Privatzimmer.

<sup>22</sup> nicht getrennte Doppelbetten als ein Bett gezählt, Bettenanzahl variiert auch nach Nutzung als 2- oder 3-Bett Zimmer (Zustellbett).



51.491 Personen; 2017: 67.301 Personen)<sup>23</sup>. Auch bei den Ankünften ist ein weitestgehend steter Anstieg zu verzeichnen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer dagegen ist nach wie vor schwankend und liegt zwischen 2,0 und 2,3 Tagen<sup>24</sup>.

## 5. Zwischenfazit /Stärken-Schwächen-Bilanz

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das Gastronomieangebot in der Innenstadt von Schwedt noch Entwicklungspotenziale aufweist. Verbesserungsbedarf besteht neben dem allgemeinen Erscheinungsbild bzw. Außenauftritt einiger Betriebe insbesondere im Bereich Außengastronomie und teilweise auch in einer besseren Angebotsqualität. An einigen Standorten kann und sollte die Lage des Gastronomiebetriebes deutlich besser genutzt und vermarktet werden, u. a. durch Nutzung der Nahlage zur Oder und des Radweges.

Weiterhin erschwert die momentan nur geringe Auswahl bzw. das Fehlen von Angeboten einerseits im gemütlichen „Biergarten-Stil“, an jüngeren Gastronomiekonzepten und auch Systemgastronomie als auch im gehobeneren Segment die Ansprache von jüngeren und auch von anspruchsvollen Kunden, bspw. nach einem Theaterbesuch. Hier besteht durchaus noch Potenzial.

Derzeit werden vorwiegend die Zielgruppen der Anwohner und teilweise der in der Innenstadt Beschäftigten angesprochen. Das aktuelle Angebot eignet sich allerdings nur bedingt, Einkaufskunden, jüngere Menschen und Übernachtungsgäste in die Innenstadt zu locken. Für anspruchsvollere Kunden dürfte die Gastronomie kaum<sup>25</sup> zu den besonderen Attraktivitätspunkten der Schwedter Innenstadt zählen. Sowohl für Einheimische als auch für die Umlandbevölkerung ist aufgrund der mehrheitlich einseitigen bzw. ohne Highlights oder wechselndes Angebot ausgelegte Gastronomie, die wenig Einzigartiges bietet, kaum ein Anreiz vorhanden, abends die Schwedter Innenstadt zu einem Gastronomiebesuch aufzusuchen. Generell liegt der Fokus der in der Innenstadt ansässigen Gastronomiebetriebe mehr auf schnellem preisgünstigem Verzehr.

Die in der Innenstadt gelegenen Hotels weisen weitestgehend ein gastronomisches Angebot auf oder verfügen über fußläufig erreichbare Gastronomieangebote in der Umgebung; zwei der Hotels verfügen über ein angeschlossenes Restaurant.

Die GMA empfiehlt insgesamt, die Innenstadtgastronomie unter Berücksichtigung möglicher Zielgruppen zu entwickeln und deutlich auszubauen sowie Standortpotenziale besser zu nutzen. Besondere Chancen bestehen hier am Bollwerk und durch Nutzung der Oder sowie der Radwege bzw. Radfahrer und Naturtouristen. Auch in der Vierradener Straße besteht Potenzial zur Schaffung von Frequenz.

<sup>23</sup> Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Stand jeweils zum 31.12.

<sup>24</sup> Berücksichtigt wurde hier die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2008 bis 2017.

<sup>25</sup> mit Ausnahmen.

## IV. Entwicklungskonzept

### 1. Zielgruppendefinition für den Gastronomiestandort Schwedt/Oder

Die Nachfrage am Gastronomiestandort Schwedt/Oder wird durch diverse Zielgruppen bestimmt, die unterschiedliche Anforderungen an die Gastronomiebetriebe stellen. Im Folgenden wird eine Charakteristik der unterschiedlichen Nachfragegruppen vorgenommen.

**Abbildung 4: Zielgruppendefinition**



GMA-Darstellung 2019

#### **/ Innenstadtbesucher / Einkaufskunden**

Innenstadtbesucher und Einkaufskunden stellen traditionell eine bedeutende Kundengruppe für Innenstädte dar, wenngleich sie in Schwedt eine eher untergeordnete Rolle spielen. In der Regel ist die Vielfalt dieser Gruppe in der Nachfrage nicht auf einzelne Betriebstypen beschränkt sondern umfasst die gesamte Angebotsbreite an Betriebstypen. Es bestehen weitgehend tageszeitunabhängige Anforderungen an die Gastronomie, so v. a. an eine gute und den Besuch anregende Gastronomie. Eine hohe Aufenthaltsqualität und ein ansprechendes, abwechslungsreiches Gastronomieangebot steigert nicht nur regelmäßig die Verweilzeiten sondern auch den durchschnittlichen Einkaufsbetrag der Kunden. Auch im Sinne einer Belebung der Innenstadt wäre es zielführend, die Besucher der Innenstadt auch nach Geschäftsschluss des Einzelhandels in der Schwedter Innenstadt zu locken und zu halten. Dabei ist in Schwedt auch der Einfluss der polnischen Kunden zu berücksichtigen. Mit einem entsprechenden Gastronomieangebot könnten zunächst Kunden und Besucher in die Innenstadt geführt und die Aufenthaltsdauer dieser Kundengruppe in der Einkaufsinnenstadt und damit die Wertschöpfung maßgeblich erhöht werden.

### **Touristen / Übernachtungsgäste**<sup>26</sup>

Als Nationalparkstadt bzw. Ausgangspunkt für Ausflüge in den Nationalpark „Unteres Odertal“ stellt die Stadt Schwedt ein Ziel für Übernachtungsgäste und Tagesausflügler dar. Je attraktiver sich der Natur- und Kulturstandort Schwedt präsentiert, desto stärker können die hiesigen Betriebe des Gastgewerbes an diesem Umsatzpotenzial partizipieren. Der Tourismus in Schwedt/Oder ist sowohl durch Tagesbesucher als auch durch Übernachtungsgäste und Natururlauber gekennzeichnet. Diese Kunden- bzw. Zielgruppen der Natur- und Outdoorurlauber und LOHAS<sup>27</sup> (vgl. Kapitel II.1.) stellen gewisse Ansprüche an das Gastronomieangebot, v. a. für Wander- und Radfahrpausen, vor und nach Veranstaltungen oder in den Abendstunden. Hierzu steht in der Innenstadt von Schwedt derzeit kein bzw. nur bedingt ein entsprechendes Angebot bereit.

### **Schüler / Auszubildende**

Schwedt/Oder ist ein wichtiger Schulstandort<sup>28</sup> in der Region. Die Stadt verfügt u. a. über fünf Grundschulen, jeweils einer Oberschule, Gesamtschule und ein Gymnasium, ein Oberstufenzentrum, zwei Sonderschulen, mehrere Berufsschulen und Ausbildungsstätten sowie sonstige Bildungseinrichtungen. Davon sind zwei Schulen (Astrid-Lindgren-Grundschule und Dreiklang-Oberschule) in der Innenstadt gelegen. Die Schüler stellen somit eine besondere Kundengruppe dar, da sich einige von Ihnen (etwa auf dem Schulweg oder in der Pause) oft in der Innenstadt aufhalten. Von Schülern werden v. a. nach Schulschluss, in den Mittags- bzw. Nachmittagsstunden überwiegend Gastronomiebetriebe der unteren Preisklasse (Imbisse, Systemgastronomie) aufgesucht. Von Montag bis Freitag stellen die Schüler um die Mittagszeit einen gewissen Teil der Passanten dar. Die Zielgruppe der Schüler / Auszubildenden dürfte mit dem aktuellen Gastronomieangebot noch am ehesten zufrieden sein. Mit einem Ausbau der Angebote an trendiger, „junger“ Gastronomie könnte aber eine noch stärkere Bindung der jungen Leute und Imageförderung des Standort Schwedt/Oder gelingen.

### **Beschäftigte**

Schwedt/Oder ist in der Uckermark nicht nur Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Kultur- und Nationalparkstandort sondern auch bedeutender Arbeits- sowie auch Ausbildungsstandort. Als mögliche Kundengruppe der Gastronomie sind deshalb auch die Beschäftigten anzuführen, insbesondere in der Mittagspause. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, dass viele der größeren Betriebe in den Gewerbegebieten abseits der Innenstadt liegen bzw. auch eigene Kantinen besitzen. In diesem Zusammenhang sind in der Innenstadt von Schwedt lediglich die Stadtverwaltung sowie einige Dienstleister

<sup>26</sup> Besucher und Patienten stellen nur einen marginalen Anteil dar und werden daher nicht separat berücksichtigt. Die Krankenhauskantine stellt zudem keinen Gastronomiebetrieb im herkömmlichen Sinne dar.

<sup>27</sup> „Lifestyle of health and sustainability“

<sup>28</sup> Schulen in öffentlicher und freier Trägerschaft.

und Einzelhändler als Arbeitgeber verortet. Aufgrund der Heterogenität dieser Kundengruppe und der z. B. im Vergleich zu Schülern etwas erhöhten Ausgabenbereitschaft ist diese Kundengruppe weniger auf niedrigpreisige Anbieter fokussiert, sondern sucht teilweise auch Restaurants und Cafés auf. Wichtig ist jedoch eine zügige Bereitstellung der Speisen.

Spezielle Angebotsbausteine für die Kundenzielgruppe Beschäftigten stellen der „Mittagstisch“, aber auch das sog. „After-Work“ dar. Beim After-Work geht es um ein Gastronomieangebot, das sich in den frühen Abendstunden z. B. im Rahmen von bestimmten Getränke- bzw. Speisenangeboten besonders an Arbeitnehmer richtet. Diese sog. After-Work-Szene wird derzeit in Schwedt/Oder aber nicht aktiv nachgefragt oder angesprochen.

### **Wohnbevölkerung von Schwedt/Oder und dem näheren Umland**

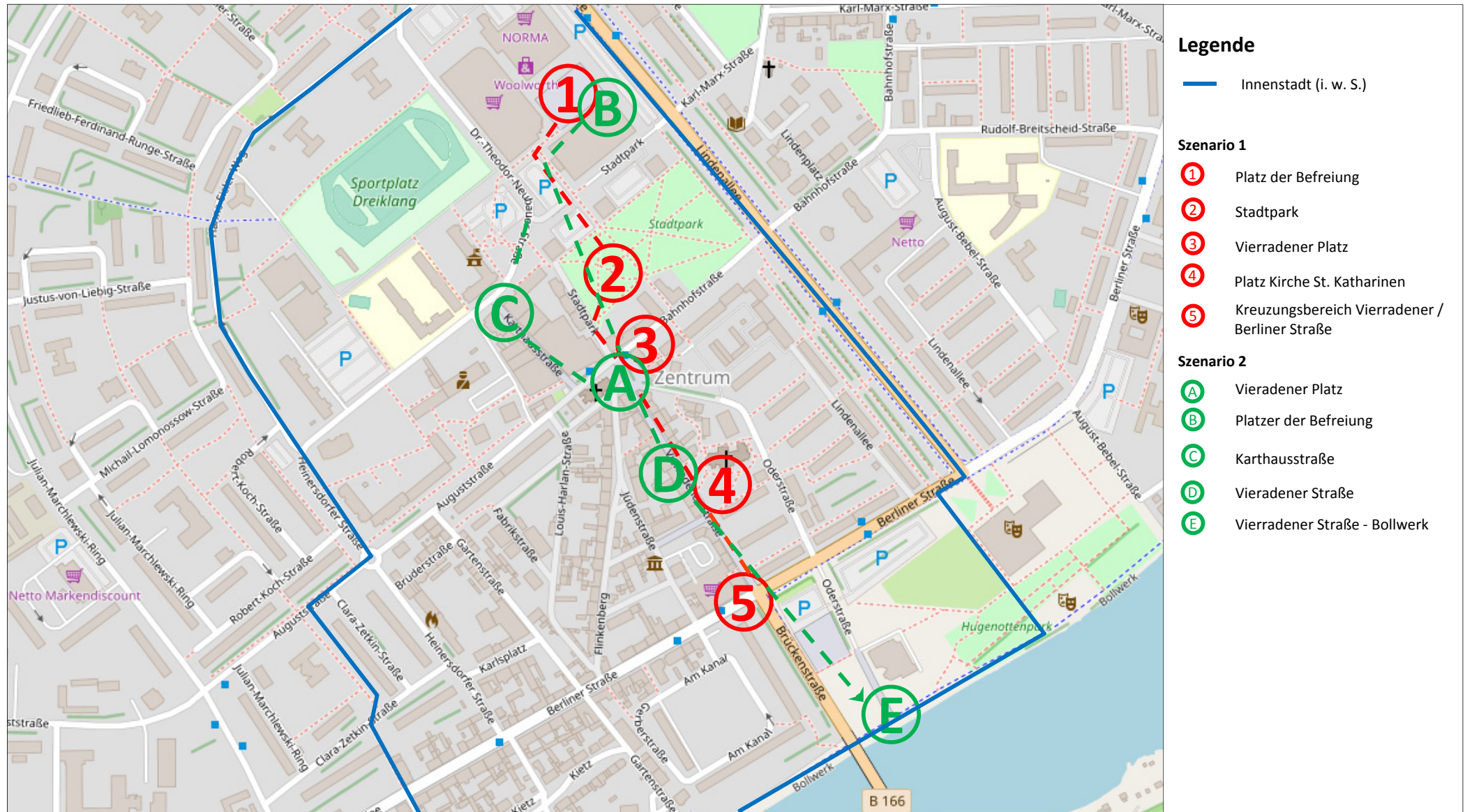
Die Wohnbevölkerung von Schwedt/Oder ist die Kundengruppe, die sich am häufigsten bzw. dauerhaft vor Ort aufhält. Auch für diese Kundengruppe ist die betriebstypenspezifische Nachfrage vielfältig; entsprechend der Sozialstruktur, ethnischen Mischung und Alterszusammensetzung umfasst sie die gesamte Bandbreite des Gastronomieangebots. Als besondere Kundengruppen innerhalb der Wohnbevölkerung sind aus gastronomischer Sicht v. a. Jugendliche (ähnlich der Gruppe der Schüler), Familien und Senioren zu berücksichtigen. Hinzu kommen verschiedene fremdländische Gastronomieangebote (z. B. italienische, griechische, türkische, asiatische Küche), die sich allerdings zumeist an Herkunftsdeutsche richten und somit nur bedingt „authentisch“ wirken. Sowohl die Familien als auch die Senioren fokussieren sich insbesondere auf die Betriebstypen Restaurants und Cafés. Während Familien als Nachfrager überwiegend nachmittags, am frühen Abend und am Wochenende auftreten, sorgt die Gruppe der Senioren vorwiegend am Vormittag und Nachmittag (bspw. vor oder nach Theaterbesuch) für eine Belebung der Gastronomie.

Insgesamt führen die verschiedenen Kundengruppen zu einer Vielfalt auf der Nachfrageseite, allerdings auch zu einer Komplexität der Anforderungen, der sich Gastgewerbe und Gastronomen gegenübersehen. Nur mit einem ausgewogenen und vielfältigen Gastronomieangebot kann eine Innenstadt den unterschiedlichen Anforderungen gerecht werden und als attraktiv und erlebbar wahrgenommen werden.

## **2. Entwicklungsszenarien für den Gastronomiestandort Schwedt/Oder**

In der Schwedter Innenstadt können zwei städtebauliche Entwicklungsszenarien identifiziert werden (vgl. Karte 6), die eine strategische Innenstadtentwicklung unterstützen:

**Karte 6: Entwicklungsszenarien in der Schwedter Innenstadt**



### **Szenario 1 (rot) „Spaziergang“**

In Szenario 1 lässt sich ein „Spaziergang“ bzw. Weg abzuleiten, vom Platz der Befreiung in Norden bis zum Bollwerk im Süden (1 – 5). Die Herausforderung besteht darin, sowohl die Achsen als auch die Enden der Achsen städtebaulich und nutzungsbezogen aufzuwerten, um diese nicht im „Nichts“ enden zu lassen. Die gesamte Achse vom Norden in den Süden ist aktuell nicht als „eine Verbindung“ oder gar als wesentliche Innenstadt- bzw. Einkaufslage wahrnehmbar. Folgende Entwicklungsmaßnahmen sind denkbar:

#### **Platz der Befreiung – Stadtpark – Vierradener Platz (1 – 2 – 3)**

- /// Schaffung einer „wahrnehmbaren“ Verbindung durch den Stadtpark, ggf. optische Aufwertung, Elemente zur Auflockerung, Beleuchtung
- /// angepasste Beschilderung, die darauf verweist, dass der Weg zu einem konkreten Ziel / Einzelhandelslage führt, ggf. auch Branchen- und Gastroführer; auch digital möglich

#### **Vierradener Platz – Kirche St. Katharinen (3 – 4)**

- /// Gestaltung eines optisch attraktiven Übergangs in die Vierradener Straße bzw. zur Kirche St. Katharinen, Schaffung von Atmosphäre zum Verweilen
- /// Nutzung des demnächst neu-gestalteten Brunnens als positiver Aspekt und Aufenthaltsqualität, ggf. weitere Bepflanzungen
- /// Erzeugen von Frequenz, optisch wahrnehmbare Verbindung schaffen
- /// Zusammenarbeit mit ansässigen Cafés o. ä., Außensitzmöglichkeiten mit Bestuhlung und Sonnenschirmen (Sommer)

#### **Kirche St. Katharinen – Berliner Straße (4 – 5)**

- /// Stärkung der Magnetfunktion am Ende der Vierradener Straße / Berliner Straße; Verlängerung der Achse bis zum Bollwerk (Frequenzstreckung)
- /// Aufwertung u. a. durch künstlerische / multimediale / digitale Elemente oder Beschilderung zur Auflockerung
- /// Gestaltung des Übergangs zum Bollwerk; derzeit kein Anreiz gegeben die Berliner Straße zu überqueren, Magnet am Bollwerk schaffen; Etablierung Gastronomie denkbar.

### **Szenario 2 (grün) „Sternfunktion“**

Ausgehend vom Vierradener Platz erstrecken sich die Achsen in nordöstliche, südliche und nordwestliche Richtung (A – E):

Der Vierradener Platz ist in der zentralen Innenstadt gelegen und baulicher sowie funktionaler Mittelpunkt der Stadt, wenngleich er nicht als solcher wahrgenommen wird. Durch den nordöstlich gestalteten Stadtpark führt ein Weg zur angrenzenden Einkaufslage „Platz der Befreiung“, die u. a. mit Kaufland, Norma und dm im CKS (Centrum Kaufhaus) als dominierende Einkaufslage in

der Innenstadt fungiert. Vom Vierradener Platz in Richtung Nordwesten zweigt die Karthausstraße ab und führt verkehrsberuhigt bis zur Theodor-Neubauer-Straße. Hier ist ebenfalls kleinteiliger Besatz mit diversen Nutzungen vorhanden. In Richtung Süden führt die Vierradener Straße als verkehrsberuhigter Bereich bis zur Berliner Straße. Gleichzeitig stellt die Vierradener Straße die Sichtbeziehung zur Parkanlage Schlossgarten und zum Bollwerk her. Entlang der Straße sind v. a. kleinteilige Betriebe (Einzelhandel- und Dienstleistungsbetriebe) und ein Nahkauf Supermarkt im Bereich Berliner Straße / Vierradener Straße vorhanden.

Ausgehend vom Vierradener Platz sind weder die Vierradener Straße, die Karthausstraße noch der Platz der Befreiung als wesentliche Innenstadt- oder Einkaufslage wahrnehmbar. Auch der Vierradener Platz als städtebaulicher Mittelpunkt dieser Achsen wird nicht als solcher wahrgenommen. Zur Aufwertung bzw. Verbindung der Lagen werden nachfolgende Kriterien aufgezeigt:

#### **Vierradener Platz – Platz der Befreiung (A – B)**

- /// Schaffung einer „wahrnehmbaren“ Verbindung durch den Stadtpark, ggf. optische Aufwertung, Elemente zur Auflockerung, Beleuchtung
- /// angepasste Beschilderung, die darauf verweist, dass der Weg zu einem konkreten Ziel / Einzelhandelslage führt, ggf. auch Branchen- und Gastroführer, auch digital möglich

#### **Vierradener Platz – Karthausstraße / Dr.-Theodor-Neubauer-Straße (A – C)**

- /// Gestaltung eines attraktiven Übergangs in die Karthausstraße, einladende Atmosphäre schaffen
- /// Aufwertung u. a. durch Ansiedlung Café mit Außensitzplätzen oder Kooperation mit Bäckerei/Café, attraktive Standortlage schaffen
- /// optische Gestaltung / ggf. Begrünung des Bereiches
- /// Gestaltung des Übergangs zur Dr.-Theodor-Neubauer Straße; derzeit Griechen mit Außensitzplätzen vorhanden, aber kein angenehmes Sitzen aufgrund von Lautstärke und Frequenz auf der Dr.-Theodor-Neubauer-Straße
- /// Belebung der Karthausstraße / Schaffung von Frequenz

#### **Vierradener Platz – Vierradener Straße / Berliner Straße / Bollwerk (A – D – E)**

- /// Gestaltung eines attraktiven Übergangs in die Vierradener Straße (u. a. Branchenführer analog / digital)
- /// Verbindung schaffen durch Magneten bzw. Gegenpool zum Nahkauf an der Berliner Straße, erzeugen von Frequenz (u. a. Etablierung eines Eiscafés am Brunnen in der Vierradener Straße oder Kooperation mit ansässigen Cafés)
- /// Verlängerung der wahrnehmbaren Achse über die Freiflächen an der Berliner Straße bis zum Bollwerk; Magnet am Ufer schaffen, (saisonale) Gastronomie/ Imbiss denkbar.

Insgesamt ist auch die eine Verzahnung beider Szenarien denkbar, da in der Innenstadt bereits diverse Entwicklungsansätze bestehen.

### 3. Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Gastronomiestandortes „Schwedt/Oder“

#### 3.1 Angebotssegmentierung

Insgesamt verfügt Schwedt/Oder über einen ausbaufähigen Gastronomiebesatz, welcher die verschiedenen Zielgruppen nur teilweise anspricht. Momentan fehlt es auch in der Innenstadt an guten Alternativen zum niedrigpreisigen Angebot. Die GMA regt an, mit einem Ausbau des Gastronomiebestands gezielt die Stadtmitte zu stärken. Hierbei sind auch Anbieter der Systemgastronomie mit hohem Bekanntheitsgrad angesprochen. Eine höhere Bandbreite an Gaststätten könnte für eine Belebung der Innenstadt (u. a. mit ansprechender Außengastronomie) sorgen.

Weitere Defizite bestehen u. E. bei speiseorientierten Anbietern, welche hochwertige und regionale Spezialitäten anbieten oder sich mit einem besonderen Ambiente und Design hervorheben. Hier sind deutliche Potenziale erkennbar, die u. a. die Kopplungseffekte zwischen Handel und Gastronomie sowie die verstärkte Ausschöpfung von Lage-Vorteilen, u. a. Nutzung ansprechender attraktiver und touristischer Standorte (z. B. Bollwerk, Radwege, Monplaisir etc.). Auch die Implementierung weiterer internat. Küche (polnisch) und auch moderner Schankwirtschaft (Biergarten an der Oder, Ausbau traditioneller Brauwirtschaft bzw. Zweit-Standort), welche ein breites Publikum ansprechen, erscheint für Schwedt/Oder machbar.

Da im unteren Segment bereits eine gewisse Angebotsübersättigung in der Innenstadt vorliegt, liegen zukünftige Entwicklungspotenziale eher im mittleren Angebots- und Preisniveau. Hierzu bietet sich eine räumlich-funktionale Arbeitsteilung an, die den Gastronomiebestand auf mehrere geeignete Standorte konzentriert.

Folgende **betriebliche Entwicklungsansätze** zeigen sich für die Innenstadt von Schwedt/Oder:

- /// Ansiedlung beliebter Systemgastronomie (u. a. Vapiano, Diner, Burgerheart)
- /// Angebotserweiterung bzw. -ergänzungen durch moderne, trendige Angebote (z. B. Café mit Cupcakes und Muffins etc., healthy food, Buchladen mit Café, Food Court, Suppenbar)
- /// Verbreiterung der Auswahl an ethnischen Angeboten im niedrig- bis mittelpreisigen Segment (z. B. japanische Ramen-Nudelbar, polnisches Restaurant)
- /// Erlebnisgastronomie, z. b. unter Einbindung des Monplaisir, saisonale Aktionen (u. a. Stadt- oder Strand-Sommer)



## Good-Practice-Beispiel:

### Weiler Strandsommer



Auffüllung eines Platzes/Areals mit Sand inkl. Beach Bar, Gastronomie und sonstigen Veranstaltungen z. B. am Stadtpark, Karthausstraße oder am Vierradener Platz

Quelle: <https://www.weil-der-stadt.de/Weiler-Strandsommer/Bilder>

- ▮ Überraschende Konzepte wie Pop-up-Restaurants und Cafés für Neueinsteiger / neue Konzepte oder auch Food-Festivals und Foodtrucks für v. a. regionale Anbieter

**Pop-Up-Restaurants** bieten die Möglichkeiten für kurzfristige Gastronomiekonzepte ohne eigene Immobilie/Fläche, verschiedenen Rahmenbedingungen, möglich (i. d. R. einige Tage bis mehrere Wochen):

- Räume, Küche und Einrichtung werden gestellt, Gesamtmiete „all inclusive“ und Kosten für Materialien / Lebensmittel
- als Zwischen- oder Nachnutzung für (geeignete) leerstehende Flächen, mietfreie Nutzung, „lediglich“ Gebühren für Einrichtung, Strom, Material etc.
- nach Ablauf der vereinbarten Zeit ggf. weitere „dauerhafte“ Nutzung möglich, wenngleich Pop-Up-Restaurants von hauptsächlich Neukunden leben, nicht lange genug am Standort für Stammkundschaft
- Pop-Up-Dinner: Dinner in besonderer Location, u. a. Dach eines Hauses, öffentlicher Platz oder Museum (Event-Dinner)

Der Reiz für die Kunden ist hier das Besondere und Andere, das nur kurze Zeit zur Verfügung steht. Oft sind Pop-up-Restaurants schon nach kurzer Zeit gut gebucht, obwohl erst wenige Informationen bekannt sind<sup>29</sup>.

Ergänzend kann auch geprüft werden, ob ggf. in umliegenden Städten erfolgreiche Gastronomen gezielt angesprochen werden, Filialen in der Innenstadt von Schwedt zu eröffnen.

<sup>29</sup> u. A. :[das unternehmerhandbuch.de/pop-up-restaurants/](https://www.unternehmerhandbuch.de/pop-up-restaurants/)

### 3.2 Verbesserung der „Wahrnehmung“ der Innenstadtgastronomie

Für die vorhandenen gastronomischen Betriebe empfiehlt sich, diese stärker in das öffentliche und mediale Interesse zu rücken. Dies kann durch gezielte Ansprachen oder Besuche der Verwaltungsspitze in der Innenstadtgastronomie mit publizistischer Begleitung erfolgen. Empfehlenswert ist auch eine gemeinsam mit dem der lokalen und regionalen Presse zu entwickelnde Serie zu den gastronomischen Angeboten in Schwedt. Schließlich kann die Innenstadtgastronomie auch bei Events (bewährte oder neu entwickelte Veranstaltungen), gemeinsam mit der Stadt Schwedt/Oder aktiv, stärker in den Fokus gerückt werden.

### 3.3 Absatzpolitik

Der **Onlineauftritt** der Stadt bietet hinsichtlich der Gastronomiesituation in Schwedt/Oder Verbesserungspotenzial. Verweise auf die Gastronomie sind auf der Homepage der Stadt Schwedt praktisch nicht zu finden bzw. hinter mehreren „Schwedt entdecken / Tourist-Informationen“-Menüs versteckt, wobei hier dann lediglich auf den Tourismusverein „Unteres Odertal“ verwiesen wird. Ein prägnanterer Auftritt der Gastronomieszene in Schwedt mit entsprechender Verlinkung auf der sonst gut gestalteten Homepage der Stadt würde sich hier anbieten.

Werden Marketinginstrumente wie Gastgeberverzeichnis, Gastronomieführer, Onlinedarstellung (Internet, Smartphone) zugrunde gelegt, zeigt sich, dass Schwedt bzw. die Gastro-Szene hier kaum bis ausbaufähig aufgestellt ist. Als klassisches Werbemittel sind hier „**Guest Guides**“ zu nennen, die ausführliche Informationen zu Gastronomie und Beherbergungsmöglichkeiten bieten. In diesem Bereich fehlt es an einer handlichen Print-Version.

Weitere mögliche Maßnahmen sind:

- /// Zielgruppenorientierte Angebote z. B. Mittagstisch und Tagesessen, die auch zusammengefasst für die entsprechende Zielgruppe kommuniziert werden
- /// Vermarktung von Angeboten gemeinsam mit der lokalen Presse
- /// Aktualisierung der Außendarstellung des Gastronomiestandortes „Innenstadt Schwedt“, gemeinsam mit Hotellerie.

### 3.4 Städtebauliches Umfeld

Die „Verzahnung“ zwischen städtebaulichem Umfeld, das weitestgehend von der Stadt gestaltet wird, und der Privatwirtschaft (mit den notwendigen Investitionen) stellt die Außengastronomie dar. Folgende Handlungsfelder sind hier zu sehen:

- /// Durchführung eines Workshops zu Außengastronomie mit den Gastronomen mit dem Ziel der Initialisierung und Verankerung einheitlicher Standards

- /// Aufzeigen von Optionen für zusätzliche Außengastronomie
- /// Verständigung auf ein einheitliches „corporate Design“ der Außengastronomie (Beispiel Zusammenschluss der Gastronomen und Entwicklung einer gemeinsamen Strategie durch gleiche Bestuhlung, Schirme aber auch Einfriedungen oder Bepflanzung).

Darüber hinaus bestehen auch generell Potenziale die Gastronomieszene in Schwedt aufzuwerten, z. B.:

- /// **Verbindung der Standortlagen** , u. a. durch optische Aspekte oder Beschilderungen; Schaffung von „wahrnehmbaren“ Verbindungen, „Spots“ oder Highlights, die sich in der gesamten Innenstadt wiederfinden
- /// Etablierung attraktiver zielgruppenentsprechender Außengastronomie (u. a. ansprechendes Mittagsangebot) am **Platz der Befreiung** und Aufwertung der Lage durch Gestaltung des öffentlichen Raumes (u. a. Möblierung und Bepflanzung)
- /// **Stadtspark** besser nutzen, u. a. Attraktivierung durch Etablierung attraktiver saisonaler Außengastronomie (u. a. Foodtruck, Kuchen-Café, Snack-Wagen) als Verbindung zum Vierradener Platz; Bepflanzung, Beleuchtung der Wege
- /// **Gestaltung** des Vierradener Platzes u. a. durch Eisstand oder Food-Stand für Mittagsangebot und um die Leute in die Innenstadt zu locken; ansprechende Sitzmöglichkeiten
- /// Etablierung der **Karthausstraße** als Gastronomieschwerpunkt mit ansprechender Gestaltung und Gastronomiemix; Nutzung der Flächen für Außengastronomie; Beleuchtungskonzept, Schaffung von Atmosphäre; Pop-Up-Konzepte als Frequenzbringer und „Überraschungselemente“
- /// Belebung der **Vierradener Straße** durch einheitliche Öffnungszeiten und z. B. Eiscafé am Platz der Kirche St. Katharinen; zusätzliche Kinderinfrastruktur, Saisonale Food-Festivals mit internationalen Angeboten
- /// Schaffung eines Magneten am **Bollwerk** um die Leute anzulocken (z. B. „Wasser-Restaurant“ auf Boot); Überbrückung der Distanz zwischen Berliner Straße und Bollwerk durch attraktive Gestaltungselemente oder Informationstafeln; attraktive Sitzmöglichkeiten und Gastronomie am Bollwerk, einheitliche Öffnungszeiten der Gastronomiebetriebe, attraktive Gestaltung der Gastronomie v. a. im Außenbereich
- /// gastronomische Ausschilderung entlang des Radweges am **Uferweg**; attraktivere Gestaltung der ansässigen Gastronomie; Nutzen des Potenzials durch Lage an der Oder; ansprechende Außengastronomie und Aufwertung Angebot

## Karte 7 : Aufwertungsmaßnahmen für die Gastronomie in der Schwedter Innenstadt



**Legende**

— Innenstadt (i. w. S.)

**Gastronomie**

- C** Café
- B** Imbiss / Bistro
- K** Kneipen / Bars
- ★ Restaurant
- ★ Systemgastronomie
- ★ Potenzialflächen / -standorte

**Hauptlagen**

- Platz der Befreiung
- Vierradener Platz, Karthausstraße und Vierradener Straße
- Bollwerk

**Aufwertungsmaßnahmen**

↔ Verbindung der Lagen, u. a. durch optische Aspekte oder Beschilderungen; Schaffung von „wahrnehmbaren“ Verbindungen, „Spots“ oder Highlights, die sich in der gesamten Innenstadt wiederfinden

© Open StreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2019

### 3.5 Gastronomische Nutzungskonzepte für Einzelimmobilien

Vor dem Hintergrund einer sich leerenden Innenstadt, nur bedingter Nachnutzung von Leerständen durch Einzelhandel, dem Ziel einer Funktionsmischung in der Innenstadt und der aktuellen Gastro-Szene in Schwedt, ist durchaus Bedarf für die Entwicklung von gastronomischen Nutzungskonzepten für Einzelimmobilien durch die Stadtverwaltung bzw. Wirtschaftsförderung gegeben. Hierzu empfiehlt es sich, im Rahmen der Prüfung der Nachnutzungen auch die Möglichkeit zur Etablierung von neuen Gastronomiekonzepten zu berücksichtigen.

Als erfolgreiches Beispiel für die Umgestaltung einer ehemaligen Handelsimmobilie kann das MARRAHAUS in der Heilbronner Innenstadt genannt werden. Hier wurden im Erdgeschoss des ehemaligen C&A-Kaufhauses auf ca. 2.500 m<sup>2</sup> mehrere gastronomische Betriebe angesiedelt, die mit ihrer Außenbewirtung auch den öffentlichen Raum bespielen. Bei der Auswahl der Mieter wurde ein guter Mix aus qualitativ hochwertigen überregionalen Konzepten sowie innovativen regionalen Anbietern gelegt. So entstand in exponierter Lage direkt am Neckar eine lebendige innenstädtische Gastronomiemeile, zugleich ein Blickfang in prägender Lage am Zugang zur Innenstadt.

Wenngleich dies kein Maßstab für Schwedt/Oder ist, so sollte dennoch angestrebt werden gute innerstädtische Lagen gezielt zu entwickeln und aufzuwerten.

### 3.6 Intensive Betreuung der „Gastronomieszene“ / regelmäßiges Monitoring

Für einen konsequenten und gezielten Ausbau der Gastronomieszene in Schwedt erscheinen mittelfristig folgende Maßnahmen sinnvoll:

- /// Erhöhte „Manpower“ für das Themenfeld Gastronomie / Hotellerie in der Wirtschaftsförderung bzw. im Stadtmarketing
- /// Einzelbetriebliche Beratung von Gastronomen oder Existenzgründern im Feld Gastronomie / Hotellerie; etwa in Zusammenarbeit mit der IHK oder der DEHOGA (z. B. in Form von Beratungsschecks)
- /// Gezielte Ansprache von attraktiven Gastronomieketten durch die Wirtschaftsförderung
- /// Beauftragung der Entwicklung von „Gastro-Apps“ zum Standort Schwedt/Oder
- /// Durchführung eines regelmäßigen Monitorings zum Gastronomiebestand in Schwedt
- /// Verbraucherbefragung der Bevölkerung in Schwedt und der potenziellen Kunden aus dem deutschen und polnischen Umland, etwa zu Stärken und Schwächen von Schwedt als Gastronomiestandort, Angebotsdefiziten und räumlichen Ergänzungspotenzialen
- /// Moderation von „runden Tischen“ zur Gastronomiesituation in bestimmten Schwerpunktgebieten (vgl. vorheriges Kapitel) und Dialog mit Eigentümern von strategisch wichtigen Immobilien innerhalb der Innenstadt.

<b>Verzeichnisse</b>	Seite
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lagekategorien in der Innenstadt Schwedt/Oder	19
Karte 2: Gastronomische und touristische Nutzungen im Kernstadtbereich der Stadt Schwedt/Oder	20
Karte 3: Lagebeziehungen in der Schwedter Innenstadt	21
Karte 4: Gastronomieschwerpunkte im Innenstadtbereich von Schwedt/Oder	25
Karte 5: Verteilung der Gastronomiebetriebe in der Innenstadt von Schwedt/Oder	27
Karte 6: Entwicklungsszenarien in der Schwedter Innenstadt	37
Karte 7: Aufwertungsmaßnahmen für die Gastronomie in der Schwedter Innenstadt	44
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Kategorisierung des Gastronomiemarktes	10
Abbildung 2: Art und Anzahl der Betriebstypen in der Innenstadt von Schwedt/Oder	24
Abbildung 3: Bewertung der Angebotssituation in der Innenstadt von Schwedt	28
Abbildung 4: Zielgruppendefinition	34
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Bestandsentwicklung im deutschen Gaststättengewerbe 2008 – 2016	11
Tabelle 2: Gastronomie- und Übernachtungsbetriebe in Schwedt/Oder 2019	21
Tabelle 3: Übernachtungsbetriebe in der Innenstadt von Schwedt	32

## Anlage 1: Beispiele Gestaltungsrichtlinien

### Sondernutzungssatzung und Gestaltungsrichtlinien – Gestaltung im öffentlichen Raum – Stadt Ludwigsburg:

#### — Außenbewirtschaftung

Qualitativ hochwertige Tische, Stühle und sonstiges Zubehör wie beispielsweise Pflanzkübel beleben grundsätzlich die Atmosphäre im Straßenraum und tragen zu einem positiven Image bei. Die Regelungen geben einen Gestaltrahmen vor, ohne die Individualität der Gestaltungsmöglichkeiten aus den Augen zu verlieren.

##### Grundsätzlich gilt in den Schutzzonen I + II:

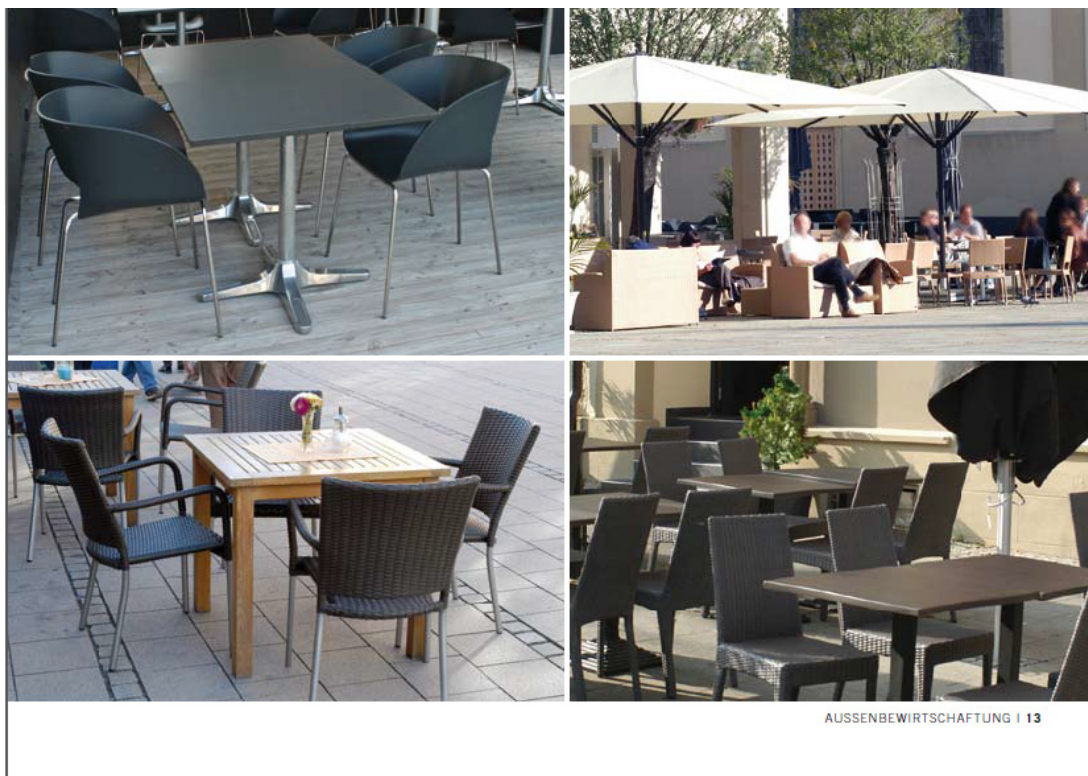
- Es sind Materialien wie Holz, Stoffe, Aluminium, Edelstahl oder Ähnliches in zurückhaltenden Farben zu wählen. Untergeordnete Teilelemente aus Kunststoff sind ausnahmsweise zulässig.
- Eine aufdringliche, grelle oder auffällige Farbgebung ist zu vermeiden.
- Zu Nachbargeschäften ist ein Abstand von 1,00 m einzuhalten.
- Sonnenschirme eines Betriebes sind einheitlich zu wählen. Zulässig ist eine textile Bespannung. Grelle Farben und andere Musterungen sind unzulässig. Eigen- sowie Produktwerbung ist ausnahmsweise auf dem Volant zulässig.
- Schmuckpflanzkübel sind einschließlich Bepflanzung bis zu einer Höhe von max. 1,50 m zulässig.

- Zäune bzw. optische Abgrenzungen sind bei extremer Verkehrsbelastung im Ausnahmefall zulässig. Hierbei ist auf eine transparente Ausführung bis zu einer Höhe von max. 1,50 m zu achten.
- Windschutzeinrichtungen sind ausnahmsweise in transparenter Ausführung bis max. 1,50 m Höhe zulässig.
- Private Skulpturen, Podeste, Zelte und zeltartige Konstruktionen sind ebenso wie Schmuckbeleuchtungselemente ausnahmsweise zulässig.
- Nicht zulässig ist Zusatzmobiliar in Form von Teppichen, Kunstrasen oder Ähnliches. Das Gleiche gilt für Pergolen, Einhausungen, Planen und Folien.
- Heizstrahler sind grundsätzlich nicht zulässig.

##### Zusätzlich gilt in der Schutzzone I:

- Es sind ausschließlich Materialien wie Holz, Stoffe, Aluminium, Edelstahl oder Ähnliches zu wählen. Empfohlen werden dezente Farben von hellen bis dunklen Beige-, Grau- oder Brauntönen (= naturfarben).
- Bierbank-/Biertischgarnituren sind nicht zulässig.
- Auf Sonnenschirmen ist Eigenwerbung ausnahmsweise auf dem Volant zulässig.
- Fremdwerbung ist auf Möblierungselementen nicht zulässig.

12 | AUSSENBEWIRTSCHAFTUNG



AUSSENBEWIRTSCHAFTUNG | 13

Quelle: [https://www.ludwigsburg.de/site/Ludwigsburg-Internet/get/params\\_E1793521143/704505/Sondernutzungssatzung\\_Broschuere.pdf](https://www.ludwigsburg.de/site/Ludwigsburg-Internet/get/params_E1793521143/704505/Sondernutzungssatzung_Broschuere.pdf) (abgerufen am 05.02.2018)