

# Wassertourismusstudie 2024

Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus  
in Berlin und Brandenburg



IHK Industrie- und Handelskammern  
in Berlin-Brandenburg





Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

während die Corona-Pandemie viele Wirtschaftszweige vor existentielle Nöte gestellt hat, erfuhr der Wassertourismus in Berlin und Brandenburg einen enormen Wachstumsschub. Einheimische wie auch Urlauber entdeckten die Vorzüge einer Gewässerlandschaft, die einzigartig in Europa ist. Auch die bereits im Jahr 2013 eingeführte Führerscheinfreiheit bis zu 15 PS hat neue Potentiale im Wassertourismus gehoben.

Dass sich die Branche so positiv entwickeln würde, war im Jahr 2014, als wir die erste Studie zu den ökonomischen Effekten im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg vorgelegt haben, ein von den Anbietern skizziertes Szenario. Jedoch schwebte noch das Damoklesschwert einer geplanten Bundeswasserstraßenreform über den Freizeitwasserstraßen in Deutschland. Es ging um nichts weniger als um die Frage der künftigen Finanzierung der sogenannten Nebenwasserstraßen, die für ein attraktives und durchgehendes Wassersportrevier essenziell sind.

Mit der damaligen Studie ist es uns gelungen, den wirtschaftlichen Stellenwert der Branche und die ökonomischen Potentiale für die Region aufzuzeigen: In ländlichen, insbesondere strukturschwachen Regionen, aber auch in der Bundeshauptstadt Berlin, trägt der Wassertourismus wesentlich zur Lebensqualität der Menschen bei. Dort wo Touristen verweilen, zum Beispiel an Sportboothäfen, an Schleusen und Wasserwanderplätzen, entwickeln sich auch landseitig Freizeitangebote. Mit dem Besucherstrom kommen also auch die Gastronomen, Hoteliere, Bootsvermieter und andere Dienstleister, die für Arbeitsplätze und wirtschaftlichen Wohlstand sorgen.

Mit der neuen Studie zu den wirtschaftlichen Effekten im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg 2024 haben wir eine aktuelle Positionsbestimmung vorgelegt. Der wassertouristische Markt in der Region hat sich beachtlich entwickelt. Die Nachfrage in den Segmenten Bootscharter, Kanuvermietung, Fahrgastschiffahrt und Sportboothäfen ist gestiegen, die Anzahl der Anbieter im Chartersegment hat sich in den letzten 10 Jahren verdoppelt, in Berlin sogar fast verdreifacht. Doch die Herausforderungen sind nicht weniger geworden: Eine Unterversorgung an Liegeplätzen zwingt so manche Hafenbetreiber, Gastlieger abzuweisen.

Bis ins Jahr 2030 zeichnet der Blick voraus ein Bild von moderaterem Wachstum. Der steigende und zugleich ungedeckte Bedarf an Arbeitskräften, der zunehmende Nutzungswettbewerb und die Erhaltung der Wasserstraßeninfrastruktur sind Herausforderungen, die wir meistern müssen, um auf Kurs zu bleiben. Das geht aber nicht allein, sondern nur im Schulterschluss. Wir möchten uns daher bei den Partnern der Studie, der Wassertourismus Initiative Nordbrandenburg (WIN), dem ADAC Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (Berlin-Brandenburg und München), dem Bundesverband Wassersportwirtschaft e.V., dem Wirtschaftsverband Wassersport e.V. und der Messe BOOT & FUN in Berlin bedanken.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre und allzeit eine Handbreit Wasser unterm Kiel.

Sebastian Stietzel  
Präsident der IHK Berlin

Ina Hänsel  
Vorsitzende der Landesarbeitsgemeinschaft  
der IHKs des Landes Brandenburg





# Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“

Endbericht

13.12.2024

**Geschäftsführer:**

Dipl.-Ing. Peter C. Kowalsky

Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

**Wissenschaftliche Leitung:**

Prof. Dr. Heinz -Dieter Quack

**Büro Hamburg**

Steinhöft 9

20459 Hamburg

Tel. 040.4 19 23 96 0

hamburg@projectm.de

**Büro München**

August-Everding-Straße 25

81671 München

Tel. 089.614 66 08 0

muenchen@projectm.de

**Kontakt:**

Matthias Wedepohl

Berlin/Brandenburg

Tel. 0175 59 57 603

matthias.wedepohl@projectm.de

www.projectm.de

Tourismuskontor

Heike Helmers

Franz-Ziegler-Str. 28

14776 Brandenburg an der Havel

Tel. 0177 25 00 368

www.tourismus-kontor.de

PROJECT M ist Urheber dieses Werkes. Bei jeglicher Art der Veröffentlichung und des Zitierens dieses Werkes ist gemäß § 13 UrhG PROJECT M als Urheber zu benennen.



# Inhaltsverzeichnis

<b>Abstract .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Anlass und Zielstellung der Studie .....</b>	<b>9</b>
1.1 Bedeutung des Wassertourismus .....	10
1.2 Bedarf für eine Aktualisierung der Studie von 2014.....	11
1.3 Bearbeitungsansatz der Studie .....	13
1.3.1 Räumliche Abgrenzung.....	13
1.3.2 Inhaltliche Abgrenzung .....	15
1.3.3 Methodischer Bearbeitungsansatz.....	17
<b>2. Branchenstrukturen – Sekundäranalyse .....</b>	<b>19</b>
2.1 Gesamtmarkt .....	20
2.2 Charter/Motorbootvermietung .....	22
2.3 Kanuvermietung.....	24
2.4 Fahrgastschiffahrt .....	25
2.5 Häfen .....	26
<b>3. Marktentwicklung seit 2014 und aktuelle Positionsbestimmung .....</b>	<b>28</b>
3.1 Chartersport .....	30
3.2 Kanutourismus .....	35
3.3 Fahrgastschiffahrt .....	37
3.4 Häfen .....	39
3.5 Bewertung Infrastrukturausstattung .....	41



3.6	Bewertung der Rahmenbedingungen .....	43
3.7	Schlüsselerkenntnisse zur Entwicklung und Positionsbestimmung der Branche .....	44
<b>4.</b>	<b>Marktperspektiven bis 2030 .....</b>	<b>48</b>
4.1	Marktausblick Chartersport .....	49
4.2	Marktausblick Kanutourismus .....	50
4.3	Marktausblick Fahrgastschiffahrt .....	51
4.4	Marktausblick Häfen .....	52
4.5	Exkurs: Elektromobilität .....	53
4.6	Exkurs: Auswirkungen des Klimawandels .....	55
4.7	Schlüsselerkenntnisse zu den Marktperspektiven bis 2030 .....	57
<b>5.</b>	<b>Wirtschaftliche Effekte des Bootstourismus für Berlin und Brandenburg .....</b>	<b>61</b>
5.1	Wirtschaftsfaktor Wassertourismus .....	62
5.1.1	Wirtschaftsfaktor Bootstourismus .....	63
5.2	Direkte Umsätze aus dem Bootstourismus .....	65
5.2.1	Umsätze aus dem Charterboottourismus .....	66
5.2.2	Umsätze aus dem Kanutourismus .....	70
5.2.3	Umsätze aus der Fahrgastschiffahrt .....	71
5.2.4	Umsätze aus der Hafenbetriebe .....	72
5.3	Regionalwirtschaftliche Umsätze aus der Betriebe .....	73
5.4	Regionalwirtschaftliche Umsätze aus Investitionen .....	74
5.5	Gesamtumsätze aus Bootstourismus und Fahrgastschiffahrt .....	76
5.6	Beschäftigungseffekte .....	79



## **6. Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen für die Zukunftssicherung des Wassertourismus in Berlin und Brandenburg 80**

**Ausblick ..... 86**

**Abbildungsverzeichnis ..... 88**

**Tabellenverzeichnis ..... 90**

**Impressum ..... 91**

Hinweis: Die Werte in der Auswertung werden gerundet, Rundungs-  
differenzen schriftlich oder in Diagrammen sind möglich.



**Abstract**

Bild: Julia Nimke (TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH)





Die einzigartige Gewässerlandschaft spielt für Brandenburg und Berlin eine herausragende Rolle als imageprägendes touristisches Profilierungsmerkmal und als regionaler Wirtschaftsfaktor. Dem Erhalt und Ausbau der Gewässerpotenziale sowie ihrer (wasser-)touristischen Inwertsetzung kommt vor diesem Hintergrund eine zentrale Bedeutung zu. Die wirtschaftlichen Effekte aus dem kommerziellen Bootstourismus und der Fahrgastschiffahrt bzw. wie diese angesichts veränderter Markt- und Rahmenbedingungen erhalten oder sogar künftig noch gesteigert werden können, war Untersuchungsaufgabe dieser Studie. Im Fokus standen folgende Fragestellungen:

- Wie hat sich der Markt seit der Vorgängerstudie von 2014 entwickelt bzw. verändert? (Positionsbestimmung)
- Welche Marktentwicklung ist künftig bis 2030 zu erwarten? (Marktpotenziale)
- Wie hoch sind die wirtschaftlichen Effekte aus dem kommerziellen Bootstourismus (Wirtschaftlichkeitsberechnung)?
- Was sind die zukünftigen Herausforderungen für die Branche? (Handlungsbedarf)
- Welche Schlussfolgerungen und strategischen Stoßrichtungen ergeben sich für die zukünftige Ausrichtung und Entwicklung des Wassertourismus in Brandenburg und Berlin? (Handlungsempfehlungen)

Die Ergebnisse der Studie basieren auf einer Erfassung der Branchenstruktur mittels einer umfassenden Marktsekundäranalyse, einer breit angelegten Primärbefragung aller in der Sekundäranalyse ermittelten Anbieter der vier Segmente Bootscharter, Kanuvermietung, Fahrgastschiffahrt und Sportboothäfen sowie auf zahlreichen Expertengesprächen. Dies ermöglicht aussagekräftige Erkenntnisse zum Entwicklungsstand und zu den Zukunftsaussichten der Branche, zu ihrer wirtschaftlicher Bedeutung und den aktuellen Herausforderungen.

Im Folgenden die Schlüsselerkenntnisse der Studie im Kurzüberblick:

### **Positionsbestimmung**

- Die Erfolgsgeschichte des Wassertourismus in Brandenburg und Berlin hat sich auch in den letzten zehn Jahren weiter fortgesetzt. Die Marktnachfrage ist seit 2014 in allen vier Segmenten weiter gestiegen. Der Jahresbruttoumsatz beläuft sich inzwischen auf rund 250 Mio. Euro und hat sich damit um ein Viertel erhöht. 2014 betrug er noch rund 200 Mio. Euro. Unter Einberechnung der in der 2014er Studie nicht enthaltenden Umsätze aus der Tagesbootsvermietung und der Hafenumsätze aus Winterlagervermietung beträgt der Jahresbruttoumsatz 2024 sogar rund 300 Mio. Euro. Es besteht überdies eine hohe Ortsgebundenheit und starke Vernetzung mit anderen/nachgelagerten Branchen (hohe Regionalisierungsquote).
- Die Angebotsstruktur im Chartermarkt hat sich seit 2014 stark verändert. Mehr als jedes dritte motorisierte Boot in der Vermietung ist mittlerweile ein Zweirumpfboot. Dies bedeutet im Vergleich zu 2014 in etwa eine Versechsfachung der Anzahl an Zweirumpfbooten.



- Es besteht eine gravierende Unterversorgung bei Sportbootliegeplätzen/Anlegemöglichkeiten, sowohl bei Dauerliegeplätzen als auch bei Gastliegeplätzen. Viele Häfen können die gestiegene Nachfrage deshalb nicht mehr ausreichend bedienen.
- Die Branche leidet unter einem massiven Arbeitskräftemangel sowie unter einer starken Bürokratielast und komplizierten Genehmigungsverfahren.

Der Wassertourismus in Brandenburg und Berlin befindet sich sowohl angebots- als auch nachfrageseitig auf einem hohen Niveau. Die Branche steht vor der Herausforderung, dieses bemerkenswerte Niveau zu halten und weiter anzuheben. Zwingend erforderlich ist hierfür vor dem Hintergrund des großen Sanierungsbedarfs die Qualifizierung der Wasserstraßeninfrastruktur (Schleusen, Wehre) mit dem Ziel, die durchgängige Befahrbarkeit der Wasserstraßen zu erhalten.

### Marktperspektiven bis 2030

- Die Zukunftsaussichten des Wassertourismus in Brandenburg und Berlin werden branchenübergreifend und unabhängig von den einzelnen Unternehmenserwartungen weiter positiv eingeschätzt.
- Ihre eigenen Geschäftserwartungen bewerten die Betriebe überwiegend eher zurückhaltend. Die hohen Wachstumszahlen der vergangenen Dekaden sind zwar bis 2030 nicht mehr zu erwarten, gleichwohl wird weiterhin mit einer Wachstumsdynamik allerdings in abgeschwächter Form gerechnet.
- Angesichts der überproportional zur Nachfrage gestiegenen Angebotskapazitäten im Charterbootsegment ist im Vergleich zu den vergangenen zehn Jahren eine deutlich geringere Bereitschaft zur Flottenerweiterung festzustellen. Vor dem Hintergrund des sich verschärfenden Wettbewerbs sind auch neue Marktteilnehmer kaum zu erwarten. Die Obergrenze bei der Anzahl an Vermietbooten dürfte daher weitgehend erreicht sein.
- In der Branche besteht große Bereitschaft für einen verstärkten Einsatz von E-Mobilität. Die hohe Akzeptanz bei den Charterbetrieben, Hafenbetreibern und Reedern für einen Einstieg in die Elektromobilität ist ein wichtiges Signal für das Einleiten einer Verkehrswende auf dem Wasser.

Die Zeichen stehen künftig stärker auf Konsolidierung sowie Qualitätssicherung und weniger auf quantitativem Wachstum. Der Fokus ist in den nächsten Jahren entsprechend stärker auf ein nachhaltiges, qualitatives Wachstum zu legen. Zur Bewältigung der häufig räumlich und inhaltlich zusammenhängenden Herausforderungen bedarf es dazu eines optimalen Zusammenspiels der vielen wassertourismusrelevanten Akteure und Akteursgruppen, der kommunalen Gebietskörperschaften sowie von Land und Bund.

### **Haupt Herausforderungen**

- Dringender Sanierungsbedarf der Infrastruktur (insbesondere der Schleusen) an touristisch genutzten Wasserstraßen bei gleichzeitiger Sicherstellung einer weitgehend unbeeinträchtigten Befahrbarkeit während der Saison
- Defizit an Liegeplätzen und Serviceinfrastruktur (z.B. Anlegemöglichkeiten, Wassertankstellen, Fäkalien-/Grauwasserentsorgung)
- Personalmangel (Fach -und Arbeitskräfte) sowohl bei den wassertouristischen Betrieben als auch auf der Ebene der Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung
- Einleiten einer Mobilitätswende auf dem Wasser
- Auswirkungen des Klimawandels
- Nutzungskonkurrenzen zwischen Bootsurlaubern und anderen Nutzergruppen/Gewässeranrainern
- Betriebliche Qualitätssicherung und Qualitätsoptimierung in der gesamten Servicekette

### **Strategische Zielstellungen und grundlegende Handlungsempfehlungen**

- Durchgängige Befahrbarkeit touristisch genutzter Bundes- und Landeswasserstraßen dauerhaft sicherstellen.
- Belange der Freizeitschifffahrt im Bundesverkehrsministerium angemessen zur Wirtschaftskraft der Branche berücksichtigen. Masterplan Freizeitschifffahrt zügig und konsequent umsetzen.
- Liegeplatzknappheit und Defizite bei weiteren Serviceangeboten überwinden, u.a. durch Digitalisierung und gezieltem Ausbau von Liegeplatzkapazitäten.
- Personalmangel im Wassertourismus auf allen Ebenen entgegenwirken.
- Datengrundlage zum Wassertourismus weiter qualifizieren.
- Mobilitätswende auf dem Wasser einleiten und vorantreiben.
- Nutzungskonkurrenzen abmildern, Wassertourismusakzeptanz fördern und Servicequalität erhöhen.



1.

# Anlass und Zielstellung der Studie



visitBerlin, Foto: Günter Steffen





## 1.1 Bedeutung des Wassertourismus

Die Gewässerlandschaft in Berlin und Brandenburg ist mit ihren ca. 34.800 km Fließgewässern und 3.200 Seen Teil des größten Wassersport- und Wassertourismusreviers im europäischen Binnenland. Die Berliner und Brandenburger Gewässer bilden zusammen mit Mecklenburg-Vorpommern eine bedeutende wassertouristische Destination. Künftig sollen sie unter der Marke „Deutschlands Seenland“ verstärkt international bekannt gemacht werden. In der nationalen Einordnung ist es die mit Abstand bedeutendste Binnenwassertourismusregion Deutschlands. Nirgendwo sonst in Deutschland hat der Wassertourismus eine derart hohe regionalwirtschaftliche Bedeutung. Wie in dieser Studie aktuell berechnet wurde, bewirken allein Bootstourismus und Fahrgastschiffahrt einen Bruttojahresumsatz in Höhe von rund 300 Mio. Euro (siehe Gliederungspunkt 5.5).

Aufgrund der geografischen Lage Berlins und der damit verbundenen Drehscheibenfunktion für den motorisierten Bootstourismus sind Brandenburg und Berlin in wassertouristischer Hinsicht als gemeinsamer Raum mit vernetzter Angebotsgestaltung zu betrachten. Für beide Länder ist die Gewässerlage mehr als nur ein nachfragewirksames Angebotssegment, sondern auch ein zentraler Imagefaktor. Dies spiegelt sich auch in der Gästewahrnehmung wider, wie die Marktforschungsergebnisse aus DestinationBrand<sup>1</sup> zu Spontan-Assoziationen zu Brandenburg zeigen. „Viele schöne Seen“ liegt hinter „Landschaften, Natur, Grün“ mit 9,1 % an zweiter Stelle der genannten Assoziationsmerkmale. Für 34 % der bundesweit Befragten haben die Wassersportmöglichkeiten eine hohe Relevanz für ihre Urlaubsentscheidung. „Baden/Schwimmen“ sogar für 59 %. Laut GfK Destination Monitor<sup>2</sup> steht bei 13 % der nach Brandenburg führenden Urlaubsreisen der Aufenthalt am und auf dem Wasser im Fokus und liegt damit nach „Urlaub auf dem Land“ an zweiter Stelle. Und für 30 % der Brandenburg-Urlauber spielen lt. GfK Destination Monitor „Aktivitäten auf, im und am Wasser“ die wichtigste Rolle in ihrem Urlaub. Dies macht deutlich, dass die Gewässer für Brandenburg nicht nur zentraler Imagefaktor sind, sondern eine herausragende Rolle als Aktivitätsraum für Urlauber haben. Die besondere Bedeutung der Wasserstraßeninfrastruktur findet ihre politische Bestätigung auch in der Tourismusstrategie Brandenburg und mehreren Landtagsbeschlüssen zur Tourismusedwicklung des Landes, in denen auf die herausgehobene Bedeutung der Wasserstraßeninfrastruktur im Land Brandenburg für den Wirtschaftsfaktor Wassertourismus hingewiesen wird.

.....

<sup>1</sup> Destination Brand Imagestudie 2021 und 2024 Inspektour GmbH, bundesweite Befragung

<sup>2</sup> Consumer Panel Services GfK Destination Monitor 2024



Auch für Berlin nehmen die Gewässer in der Gästewahrnehmung eine wichtige Bedeutung ein. Bei der offenen Frage im Rahmen von Destination Brand „Was fällt Ihnen spontan zum Reiseziel Berlin ein?“, wird das Thema „Seen-Flüsse-Landschaft“ von 10 % der Befragten mit Berlin assoziiert. Die Inwertsetzung der Gewässerpotenziale spielt eine strategische Rolle im Berliner Tourismuskonzept 2018. Ziel ist es, die touristische Nachfrage zu entzerren und verstärkt in die Außenbezirke zu lenken. Die hohen Attraktionspotenziale der Berliner Gewässerlandschaft und die damit verbundenen positiven Effekte für den Freizeitwert der Stadt sowie für den Berlin-Städtetourismus werden im Tourismuskonzept Berlin 2018+ hervorgehoben. Das gilt in besonderem Maße für die Fahrgastschifffahrt, die zu den beliebtesten Aktivitäten der Berlinurlauber zählt und für Berlin ein bedeutender tourismuswirtschaftlicher Faktor ist. Ausflugsfahrten mit dem Schiff unternehmen 11 % der internationalen Gäste und 9 % der nationalen Berlin-Besucher. Das bedeutet Rang 11 in der Aktivitätsliste von Berlinbesuchern (Rangfolge 1 bis 21)<sup>3</sup>. Die Stärkung des Wassertourismus ist im Tourismuskonzept explizit als Zielstellung benannt. Der Wassertourismus soll deshalb in allen Facetten – auch der nachhaltige, muskelbetriebene Wassertourismus – gestärkt sowie die Vernetzung der Reviere aus der Mitte in die Außenbezirke bis ins Nachbarland Brandenburg weiter vorangetrieben werden. Um der strategischen Bedeutung der Gewässer für den Berlintourismus gerecht zu werden, hat die Stadt in 2024 ein Wassertourismuskonzept erarbeitet, welches am 5. November vom Berliner Senat beschlossen wurde.

**Fazit:** Die Gewässer spielen eine zentrale Rolle als Profilierungsmerkmal für den Tourismus in Berlin und Brandenburg und insbesondere für Brandenburg auch als Besuchsanlass für einen Urlaub am und auf dem Wasser. Dem Erhalt der Gewässerpotenziale und deren konsequente (wasser-)touristische Inwertsetzung kommen vor diesem Hintergrund eine zentrale Bedeutung zu.

## 1.2 Bedarf für eine Aktualisierung der Studie von 2014

Mit der 2014 veröffentlichten Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“<sup>4</sup> wurde erstmalig in Deutschland die wirtschaftliche Bedeutung des Wassertourismus aufgezeigt und darüber hinaus wichtige strategische Erkenntnisse zur Struktur und Weiterentwicklung des Wassertourismus gewonnen. Seitdem sind wesentliche Veränderungen im Markt und bei den Rahmenbedingungen erfolgt:

---

<sup>3</sup> Gästebefragung Berlin Qualitätsmonitor Deutschlandtourismus 2023/2024

<sup>4</sup> Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin + Brandenburg, 2014, im Auftrag der IHKs Brandenburg und Berlin, dem Wirtschaftsverband Wassersport e.V., der Messe Boot & FUN, MWAE Brandenburg



- Das Bundesministerium für Digitales und Verkehr hat 2016 (seinerzeit BMVI)<sup>5</sup> erstmals die Freizeitschiffahrt als wichtigen Bestandteil seiner Wasserstraßenbetriebs anerkannt. Es bekennt sich darin ausdrücklich zu seiner Verantwortung für den Erhalt und die Verbesserung der Infrastruktur auch auf den Wasserstraßen, die ausschließlich Freizeitwecken dienen sowie für ein Zusammenwirken von Region, Bund und Land zur nachhaltigen Sicherung der touristischen Attraktivitätspotenziale der Gewässer.
- Die Anhebung der Führerscheinfreiheit für Boote bis 15 PS zur Saison 2013 hat in den Folgejahren stark den Markt beeinflusst und das Angebot führerscheinfreier Boote erheblich erweitert, insbesondere im Angebotssegment Zweirumpfboote/Katamaranboote (Flöße/Bungalowboote).
- Neue Antriebe/Elektroboote spielten 2014 noch so gut wie keine Rolle. Angesichts der Auswirkungen des Klimawandels hat das Thema emissionsreduzierter Antriebe im Bootstourismus aktuell deutlich an Bedeutung gewonnen und damit auch die Frage der künftigen Entwicklung der E-Mobilität auf dem Wasser.
- Die Auswirkungen des Klimawandels in Form u. a. einer Zunahme der Hitzetage und Starkregenereignisse tangieren auch den Wassertourismus.
- Die Corona-Pandemie hat nachfrageseitig dem Wassertourismus einen weiteren Schub mit hohen Wachstumsraten verliehen und zu einem Anstieg bei den Eigener- und Charterbooten geführt.
- Die starke Zunahme des Bootsverkehrs hat in Gewässerräumen mit hoher Bootsfrequenz zu erhöhten Nutzungskonkurrenzen geführt.

---

<sup>5</sup> BMVI, Wassertourismuskonzept. Schaffung der organisatorischen, personellen und finanziellen Voraussetzungen zur Verbesserung der wassertouristischen Infrastruktur. Berlin, 2016.





Für die Zukunftssicherung der Branche ist es zentral, die 2014er Studie zu aktualisieren und fortzuschreiben. Untersucht werden die folgenden fünf Schlüsselfragen:

1. Wie hat sich der Markt seitdem entwickelt bzw. verändert? (Standortbestimmung)
2. Wie hoch sind die wirtschaftlichen Effekte aus dem Bootstourismus (Wirtschaftlichkeitsberechnung)?
3. Welche Marktentwicklung ist künftig bis 2030 zu erwarten? (Marktpotenziale)
4. Was sind die zukünftigen Herausforderungen für die Branche? (Handlungsbedarf)
5. Welche Schlussfolgerungen und Strategien ergeben sich für die zukünftige Ausrichtung und Entwicklung des Wassertourismus in Brandenburg und Berlin? (Handlungsempfehlungen)

Von besonderem Interesse ist dabei der Vergleich zu den Ergebnissen der 2014er Studie. Im Ergebnis soll die neue Studie die aktuelle wirtschaftliche Bedeutung des Bootstourismus ermitteln, sowie der Branche, den Ländern und dem Bund wertvolle Hinweise zur weiteren erfolgreichen Ausrichtung des Wassertourismus geben.

Die Erkenntnisse dieser Studie basieren auf einer umfassenden Sekundäranalyse, einer Breiten- und einer Tiefenbefragung wassertouristischer Anbieter und ergänzenden Expertengesprächen (mehr siehe Gliederungspunkt 1.3.3). Einbezogen in die Betrachtung wurden auch aktuelle Entwicklungen auf den Wasserstraßen mit grundsätzlicher Bedeutung für den Wassertourismus.

Wir möchten uns bei allen Akteuren, die uns im Projekt unterstützt haben, ausdrücklich bedanken. Unser besonderer Dank gilt allen Anbietern, die an den Befragungen teilgenommen haben, den Wasserstraßen- und Schifffahrtsämtern Spree-Havel, Brandenburg und Oder-Havel für die Unterstützung hinsichtlich der Datengrundlagen sowie bei allen Experten für ihre Gesprächsbereitschaft.

## 1.3 Bearbeitungsansatz der Studie

### 1.3.1 Räumliche Abgrenzung

Die Studie umfasst räumlich wie bereits 2014 das gesamte vernetzte Gewässersystem Brandenburg und Berlin sowie den im Süden Brandenburgs neu entstehenden Gewässerverbund Lausitzer Seenland. Solitärgewässer (Seen und Fließgewässer) ohne Anbindung an das Wasserstraßennetz wurden erneut nicht mitbetrachtet.

Die in der Studie untersuchten Gewässer wurden räumlich wie folgt abgegrenzt:

- Berliner Gewässer: Spree, Havel, Dahme und Teltowkanal
- Brandenburg Wassersportregion West: Untere Havel-Wasserstraße und Nachbargewässer zwischen Potsdam und Hansestadt Havelberg
- Brandenburg Wassersportregion Nord: Elbe, Obere Havel-Wasserstraße und Nebengewässer, Oder-Havel-Wasserstraße, Oder und Friedrichthaler Wasserstraße ab Hohensaaten
- Brandenburg Wassersportregion Süd und Ost: Mittlere Oder, Oder-Spreekanal, Spree, Dahme, Spreewald, Neiße, Lausitzer Seenland, Schwarze Elster

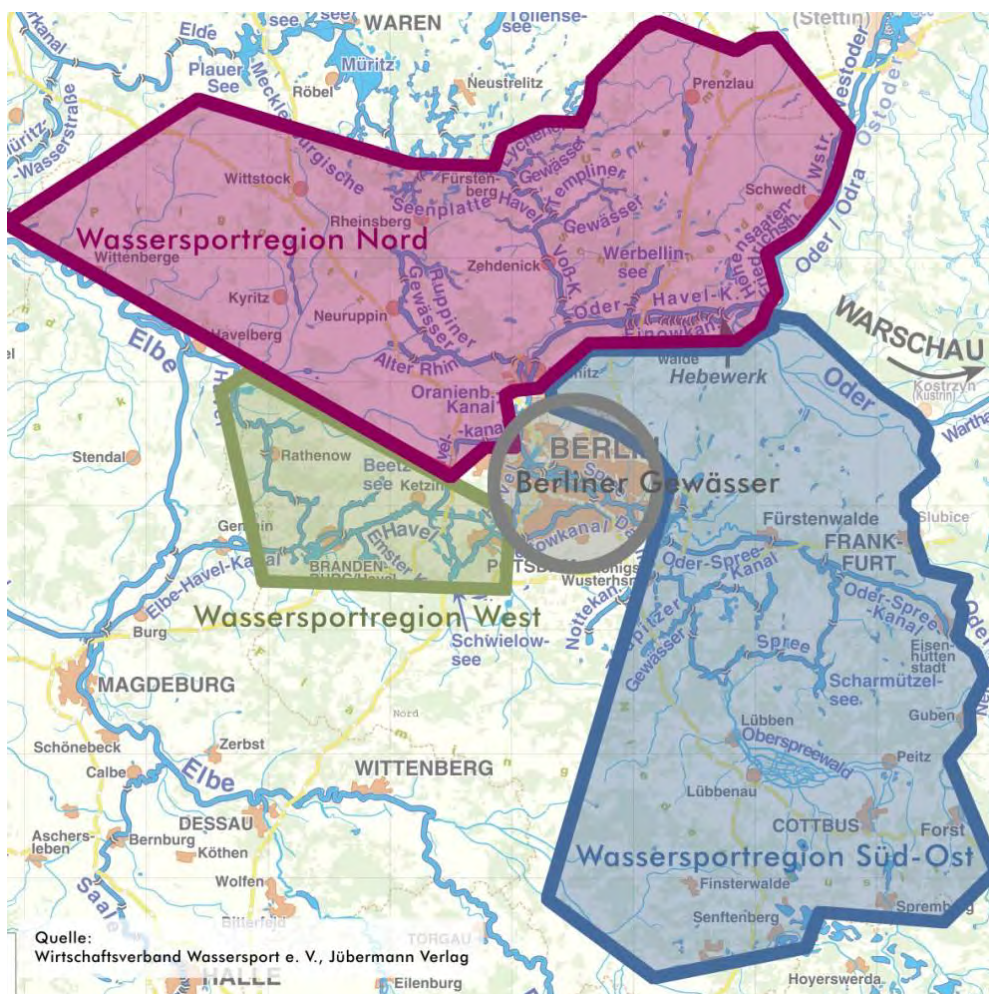


Abbildung 1-1: Wirtschaftsverband Wassersport e. V., Jübermann Verlag, Darstellung: PROJECT M

### 1.3.2 Inhaltliche Abgrenzung

Wassertourismus umfasst, wie die folgende Grafik verdeutlicht, neben dem Wassertourismus im engeren Sinne auch die Schifffahrt, mit dem Wassertourismus verbundene Segmente und im weiteren Verständnis auch Urlaub am Wasser.

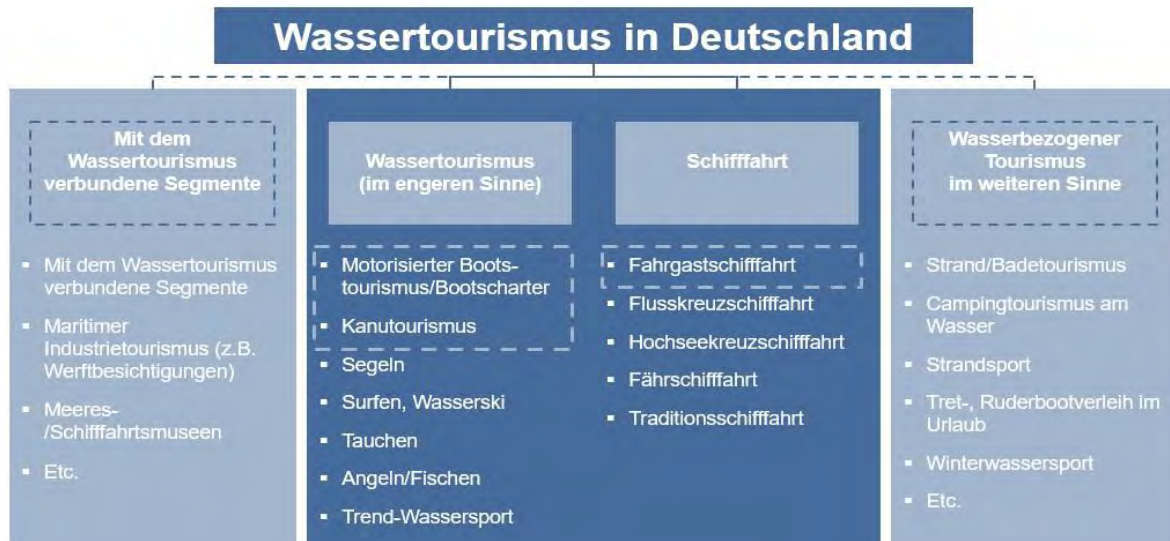


Abbildung 1-2: Angebotssegmente des Wassertourismus in Deutschland in Anlehnung an die „Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland“, 2003, Deutscher Tourismusverband

Aufgrund der hohen Relevanz für das untersuchte Gewässergebiet konzentriert sich die Studie auf den Bootstourismus mit motorisierten und muskelbetriebenen Sportbooten sowie auf die Fahrgastschifffahrt und den daraus resultierenden gewerblich ausgerichteten Angebotssegmenten:

1. **Charterboottourismus:** Bootstouren mit gemieteten motorisierten Booten (Motoryachten, Hausboote, Flöße, Bungalowboote, offene Motorboote/Daycruiser)
2. **Kanutourismus:** Bootstouren mit gemieteten Kanadiern und Kajaks
3. **Fahrgastschifffahrt:** Ausflugsschifffahrt mit Skipper eingeschlossen
4. **Sportboothäfen:** sofern wassertouristische Ausrichtung erkennbar

Zum Bootstourismus gehören auch Bootstouren mit Eignerbooten. Da nur unzureichendes Datenmaterial vorliegt, kann das wassertouristische Marktvolumen durch Eignerboote (motorisierte Boote und Kanus/SUPs) nicht zuverlässig bestimmt werden. Weder ist bekannt, wie viele

Eignerboote auf den Berliner und Brandenburger Gewässern unterwegs sind<sup>6</sup>, noch wie häufig Eigner mit ihren Booten mehrtägige Bootstouren<sup>7</sup> unternehmen. Es sei deshalb schon an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass die wirtschaftlichen Effekte aus dem Bootstourismus noch einmal deutlich größer ausfallen als die in dieser Studie berechneten Umsätze aus der kommerziellen Bootsvermietung. Hinzu kommen zudem noch die wirtschaftlichen Effekte aus den in dieser Studie nicht erfassten Angebotssegmenten wie Tauchtourismus, Angeltourismus, Flusskreuzfahrten sowie aus gewässerbezogenem Urlaub am Wasser (Strand- Badetourismus, Stand-Up-Paddling).

Seit der 2014er Studie haben sich im Bootscharter neue Bootstypen am Markt etabliert. Angesichts häufig unterschiedlich verwendeter Begrifflichkeiten am Markt werden in der Studie durchgängig folgende Begrifflichkeiten/Definitionen verwendet:

### Übernachtungsboote

- Einrumpfboote: Motoryachten und traditionelle Hausboote mit einem Innenbordmotor
- Zweirumpfboote (Katamaran): Übernachtungsflöße und Bungalowboote mit Außenbordantrieb

### Tagesboote

- Tagesflöße: kleinere Flöße in der Tagesvermietung (am Markt häufig benannt als Eventboote, Grillboote, Pontonboote)
- Offene Motorboote: klassische kleinere Motorboote ohne Kajüte mit Außenborder
- Daycruiser: höherwertige, sportlicher ausgerichtete Motorboote



<sup>6</sup> Es gibt kein bundesweit zentrales Bootsregister. Eigner von motorisierten Booten können ihre Boote beim WSA, den Wassersportverbänden oder dem ADAC anmelden. Selbst wenn diese bei einem der Brandenburger und Berliner WSA gemeldet sind, heißt das nicht, dass die Boote auch in Berlin und Brandenburg einen Liegeplatz haben. Umgekehrt sind viele Eignerboote mit Liegeplatz in Berlin und Brandenburg außerhalb von Berlin und Brandenburg gemeldet.

<sup>7</sup> Tagestouristische oder mehrtägige Touren außerhalb des direkten Gewässerumfeldes vom Heimathafen





### 1.3.3 Methodischer Bearbeitungsansatz

Anders als für den landgebundenen Urlaub ist die offizielle Datenlage für den Wassertourismus recht lückenhaft. Weder gibt es ein zentrales Bootsregister, in dem alle Boote in Deutschland erfasst sind, noch offizielle Daten zu den Übernachtungszahlen auf dem Wasser. Um dennoch ein aussagekräftiges Bild für den Bootstourismus und die Fahrgastschiffahrt erhalten zu können, wurden im Rahmen der Studie folgenden Untersuchungsschritte durchgeführt:



**Strukturanalyse/Sekundärdatenerfassung:** Das Ergebnis bildet die sogenannte Grundgesamtheit ab, also die gesamte Anbieterstruktur im untersuchten Raum. Im Rahmen einer umfassenden Marktrecherche wurden im Herbst 2023 alle Betriebe mit einem sichtbaren Online-Marktauftritt erfasst. Grundlagen hierfür bildeten die Daten der 2014er Studie, die Internetseiten von „Reiseland Brandenburg“, Berlin und den relevanten Reisegebieten sowie Google Maps. Hinzugezogen wurden darüber hinaus alle für einen Bootsurlaub wichtigen Portale sowie speziell für Berlin die Bestandserhebung zur wassertouristischen Infrastruktur von 2021/22 sowie für Brandenburg der Wassersportentwicklungsplan (WEP). Bei den Häfen wurden alle gewerblichen Hafenbetriebe und alle Vereinshäfen einbezogen, bei denen entweder auf der Website ein klarer Hinweis auf Gastliegeplätze oder eine Listung in einem der Portale vorlag. Steganlagen an Gastbetrieben, v. a. an Campingplätzen, wurden nur erfasst, wenn ein Hafencharakter mit Vermietung von Liegeplätzen zutraf. Als Plausibilitätscheck wurden bei den für den Untersuchungsraum zuständigen Wasserstraßen- und Schifffahrtsämtern (WSA), die dort angemeldeten motorisierten und muskelbetriebenen Mietboote abgefragt. Dies bedeutet allerdings nicht zwangsläufig, dass die Boote auch auf den Berliner und Brandenburger Gewässern vermietet werden, da die Anmeldestelle unabhängig vom Einsatzort ist. Die Kapazitätsangaben wurden, soweit möglich, von den Marktauftritten der Anbieter entnommen und ansonsten per E-Mail abgefragt. Sofern auf diesen Wegen keine Zahlen ermittelt werden konnten, wurden die Durchschnittswerte aus der Breitenbefragung angesetzt. Die ermittelten Anbieter- und Angebotszahlen bilden vor diesem Hintergrund valide die Größenordnung der Grundgesamtheit ab.



**Breitenbefragung:** Für die im Januar 2024 durchgeführte Online-Befragung wurden alle in der Strukturanalyse ermittelten Anbieterbetriebe per E-Mail angeschrieben. Die Beantwortung der Fragen benötigte je nach Angebotspalette 15 bis 20 Minuten und konnte ohne zusätzliche Unterlagen durchgeführt werden. Die Fragen bezogen sich auf Geschäftsfelder und Geschäftsbetrieb (Personal, Saison usw.), das spezifische wassertouristische Angebot, Nachfrage und Umsatz, bisherige und künftige Investitionen sowie Revierbewertung. Insgesamt haben 171 Betriebe an der Befragung teilgenommen. Bei einer Grundgesamtheit von ca. 800 wassertouristischen Akteuren entspricht dies einer Rücklaufquote von über 20 %. Diese hohe Rücklaufquote lässt fundierte Aussagen zur Situation des Wassertourismus in Berlin-Brandenburg zu und unterstreicht zudem das hohe Interesse der Branche an der Studie respektive an der künftigen Ausgestaltung des Wassertourismus. Die Befragungsergebnisse sind im engeren wissenschaftlichen Verständnis nicht repräsentativ. Die Antwortverteilung nach Regionen und Unterkategorien stimmt weitgehend mit den in der Sekundäranalyse ermittelten Ergebnissen überein. Die Befragung lässt daher allgemeingültige Erkenntnisse und Rückschlüsse zum wassertouristischen Markt in Berlin und Brandenburg zu und vermittelt ein aussagekräftige aktuelles (Stimmungs-)Bild der Branche.

**Tiefenbefragung:** Für die im Februar und März per E-Mail durchgeführte Online-Tiefenbefragung wurden erneut alle erfassten Betriebe angeschrieben. Die Betriebe wurden vertiefend zu ihrem Angebotsportfolio, ihren Kunden und ihrer betriebswirtschaftlichen Situation gefragt. Die Beantwortung erforderte, anders als die Breitenbefragung, einen höheren Zeitaufwand, so dass, wie auch bereits in der 2014er Studie, die Rücklaufquote im Vergleich zur Breitenbefragung geringer ausgefallen ist. Durch die Beteiligung von 75 Betrieben ist dennoch zu den meisten Fragen eine belastbare Auswertung möglich.

**Experteninterviews:** Zur Plausibilisierung und Vertiefung der Erkenntnisse aus den vorherigen Arbeitsschritten wurden im Sommer 2024 zahlreiche Experten- und Anbietergespräche zu den Themen Marktentwicklung, Elektromobilität, Klimawandel, Digitalisierung und Infrastruktur geführt.

Ereignisse der jüngeren Vergangenheit mit einschneidenden Auswirkungen auf den Bootstourismus wie u. a. Schleusensperrungen oder die Reduzierung von Schleusenöffnungszeiten fließen in die Gesamtbetrachtung mit ein.

**Fazit:** In der Summe der beschriebenen Untersuchungsmodule ist eine aussagekräftige Einschätzung zur Standortbestimmung des gewerblich betriebenen Bootstourismus und der Fahrgastschiffahrt sowie der künftig zu erwartenden Entwicklung und den anstehenden Herausforderungen in Berlin und Brandenburg möglich. Die ermittelten Zahlen sind als eine **valide Größenordnung** zu verstehen.



# 2.

## Branchenstrukturen - Sekundäranalyse



Bild: Steffen Lehmann



## 2.1 Gesamtmarkt

Erfasst wurden insgesamt 789 Betriebe, die sich jeweils mit ihrem Hauptgeschäftsfeld wie folgt auf die vier untersuchten Angebotssegmente/Hauptgeschäftsfelder verteilen (gerundete Zahlen):

- 251 Charterbetriebe mit insgesamt etwa 2.700 Vermietbooten
- 141 Anbieter mit Hauptgeschäft Kanuverleih mit etwa 4.400 Booten<sup>8</sup>
- 72 Fahrgast- und Ausflugsschiffahrtsbetriebe<sup>9</sup> mit insgesamt etwa 160 Schiffen
- 322 Gewerbliche Sportboothäfen und Vereinsanlagen mit touristischer Ausrichtung mit etwa 21.000 Liegeplätzen

**Regionsverteilung:** Insgesamt wurden in der Sekundäranalyse 789 Anbieter erfasst (sog. Grundgesamtheit). Diese verteilen sich auf die vier Regionen wie folgt:

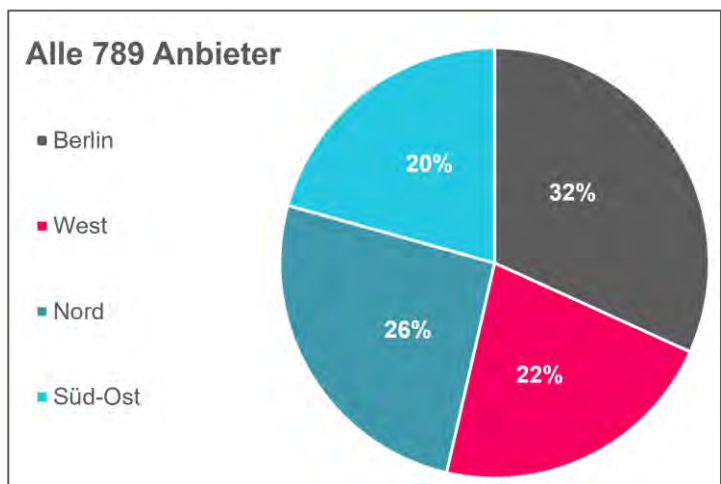


Abbildung 2-1: Anzahl und Verteilung der Anbieter auf die vier Regionen

Die große Mehrheit der Betriebe ist nur mit einer Betriebsstätte in einer der vier Regionen vertreten. Nur im Chartersegment gibt es auch einige wenige Betriebe mit mehreren Basen/Charterstationen im Untersuchungsraum.

<sup>8</sup> Weitere ca. 600 Kanus durch Vermieter mit Hauptvermietungsgeschäft motorisierte Boote.

<sup>9</sup> Bis 2033 gilt eine Sonderregelung in der Binnenschiffsuntersuchungsordnung, dass mit einem Sportboot bis 20 Meter unter Gestellung eines Sportbootführers die Beförderung von höchstens 35 Fahrgästen Ausflugsschiffahrt betrieben werden darf. <https://www.elwis.de/DE/Untersuchung-Eichung/Untersuchung/BinSchUO/Kapitel-05/34/34-node.html>



### Veränderungen zu 2014:

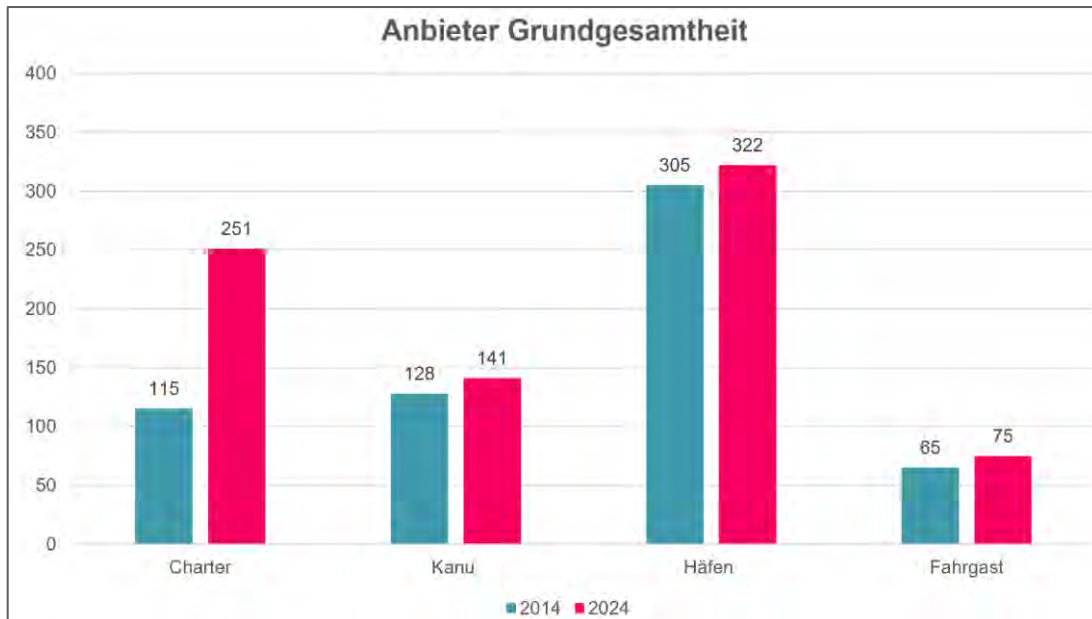


Abbildung 2-2: Anbieterentwicklung 2014 zu 2024

Im Jahr 2014 wurden in der Summe aller vier Angebotssegmente in der Sekundäranalyse 613 Betriebe erfasst. Die aktuelle Zahl von 789 Anbietern bedeutet einen Anstieg um 29 %. Dieser Zuwachs ist in allererster Linie auf das Chartersegment zurückzuführen. Dort hat sich die Anzahl der Anbieter über alle vier Regionen von 115 Betrieben in 2014 auf 251 in 2024 mehr als verdoppelt, in Berlin sogar fast verdreifacht.

Der leichte Anstieg bei der Fahrgastschiffahrt von 65 Betrieben in 2014 auf 72 Anbieter 2024 ist in erster Linie auf mehr Betriebe in der sogenannten Ausflugsschiffahrt nach Binnenschiffsuntersuchungsordnung (BinSchUO) zurückzuführen, die es erst seit 2016 gibt.

Der ebenfalls nur leichte Zuwachs bei den Kanuanbietern von 128 in 2014 auf aktuell 141 Betriebe resultiert in erster Linie aus dem 2014 noch kaum entwickelten SUP-Geschäft. So gut wie alle SUP-Anbieter, die seit 2014 neu hinzugekommen sind, vermieten zusätzlich zu ihrem Kerngeschäft SUP auch Kanus.

Bei den Häfen ist so gut wie keine Veränderung festzustellen. In der aktuellen Sekundäranalyse wurden 322 Häfen erfasst. Die leichte Differenz zur 2014er Sekundärerfassung begründet sich in der zusätzlichen Erfassung von touristischen Betrieben mit Liegeplatzvermietung (v. a. Campingplätze) und nicht in der Eröffnung neuer Häfen.

**Fazit:** Die Branche ist anbieterseitig vor allem im Chartersegment weitergewachsen sowohl im Hinblick auf die Anzahl der Anbieter als auch die Größe der Bootsflotten. Das Wachstum ist fast ausschließlich auf das 2014 noch kaum entwickelte Angebotssegment Zweirumpfboote (Flöße, Bungalowboote) zurückzuführen.

## 2.2 Charter/Motorbootvermietung

Die seit 2014 erfolgte Ausdifferenzierung der Bootstypen im Charterbootsegment erfordert eine entsprechende Betrachtung in der Studie. Angesichts der sehr dynamischen Entwicklung bei den Tagesflößen wurde anders als 2014 in der aktuellen Studie das Segment Tagesvermietung erfasst. Bei den Übernachtungsbooten wurde eine Trennung zwischen den Einrumpfbooten „Motoryachten/Hausboote“ und den Zweirumpfbooten „Übernachtungsflöße/Bungalowboote“ vorgenommen.

### Verteilung nach Bootstypen

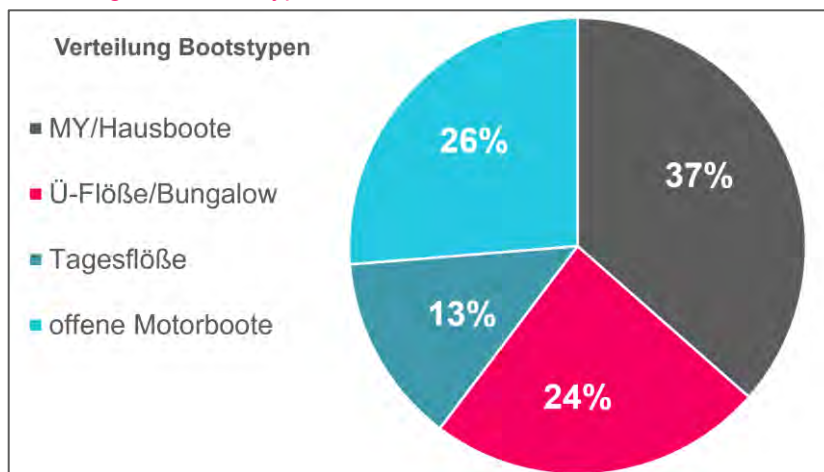


Abbildung 2-3: Verteilung der Charter- und Vermietkapazitäten nach Bootstypen

- Die etwa 2.700 erfassten Vermietboote verteilen sich auf 37 % Motoryachten/Hausboote (Einrumpfboote), 24 % Übernachtungsflöße/Bungalowboote (Zweirumpfboote), 26 % offene Motorboote/Daycruiser und 13 % Tagesflöße (Zweirumpfboote).
- Differenziert nach Übernachtungsbooten und Tagesbooten zeigt sich eine Verteilung von 61 % Übernachtungsboote zu 39 % Tagesboote.
- Ähnlich wie 2014 dominieren bei den Motoryachten und Hausbooten mit einem Anteil von 58 % mittelgroße Boote mit Schlafplätzen für 5 bis 8 Personen, gefolgt von kleineren Booten für bis zu 4 Personen mit einem Anteil von 31 %. Boote für 9 und mehr Personen machen nur einen kleinen Anteil von 11 % aus. Bei den Flößen entfällt mit 55 % der etwas größere Anteil auf die Größenklasse bis 4 Personen und entsprechend 45 % auf Bungalowboote für 5 und mehr Personen.

## Regionale Verteilung und Besonderheiten

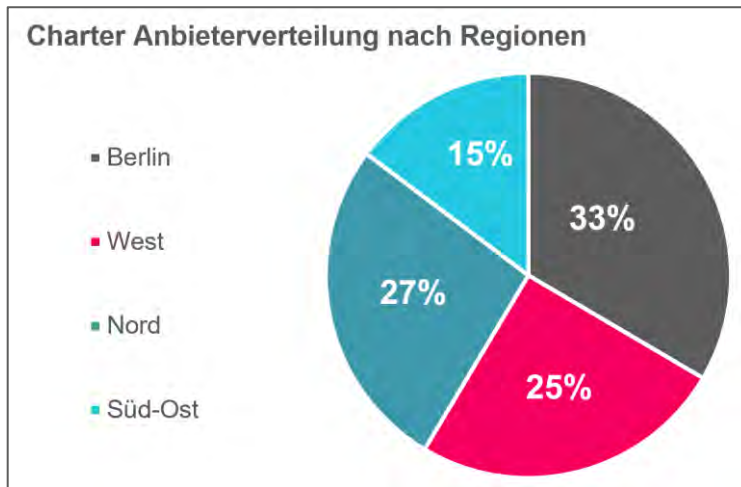


Abbildung 2-4: Verteilung der Anbieter auf die vier Regionen

- Bis auf die Region Süd-Ost mit einem wie bereits 2014 festgestellten unterdurchschnittlichen Anteil von 15 % ist eine in etwa gleichmäßige regionale Verteilung der Charteranbieter festzustellen. Mit einem Anteil von einem Drittel weist Berlin die meisten Charterbetriebe auf, gefolgt von Nord mit 27 % und West mit 25 %. Im Vergleich zu 2014 sind in Berlin deutlich mehr Betriebe hinzugekommen. Dies begründet sich ausschließlich durch Anbieter mit Tagesvermietung, respektive der Vermietung von Zweirumpfloßen (Tagesflößen), die es 2014 in dieser Form so kaum gab.
- Beim klassischen Mehrtagescharter sind in Berlin hingegen die Vermietkapazitäten deutlich zurückgegangen. So hat beispielsweise der 2014 größte Chartervermieter seine Flotte drastisch reduziert. Etwa zwei Drittel der Tagesflöße entfallen auf Berliner Anbieter, aber nur 6 % der Vermietkapazitäten bei Übernachtungsfloßen/Bungalowbooten. Der Großteil der Übernachtungsfloße/Bungalowboote verteilt sich auf die zwei Regionen West mit 40 % und Nord mit 38 %.
- Bei dem klassischen Chartergeschäft mit Motoryachten/Hausbooten befindet sich wie auch 2014 mit 57 % mehr als die Hälfte aller Boote in der Region Nord.

**Fazit:** Der Anteil aller Zweirumpfloße am Vermietungsgeschäft liegt bei 37 %, d.h. mehr als jedes dritte Boot in der Vermietung ist mittlerweile ein Floß oder Bungalowboot. Zum Vergleich: In der 2014er Sekundäranalyse wurden gerade einmal 16 Betriebe mit der Vermietung von 156 Zweirumpfloßen erfasst. Aktuell sind es 102 Betriebe mit 995 Zweirumpfloßen, was mehr als eine Versechsfachung der Vermietkapazitäten bedeutet. Auf der anderen Seite ist bei den Motoryachten/Hausbooten ein leichter Rückgang von 1.124 in 2014 auf aktuell 975 Boote festzustellen.

## 2.3 Kanuvermietung

- Es wurden 141 Anbieter mit dem Kerngeschäft Kanuvermietung mit etwa 4.400 Booten erfasst. Das entspricht im Vergleich zu der 2014 ermittelten Zahl von 3.526 Booten einer Steigerung um 24 %. Darüber hinaus haben 69 Charterbetriebe in Ergänzung zu ihrem Kerngeschäft auch zusätzlich Kanus im Verleih. Die genaue Zahl dieser Kanus ist aus den Marktaufritten nicht ermittelbar. Auf Grundlage der Angaben aus der Breitenbefragung lässt sich eine Gesamtzahl von ungefähr 690 Kanus<sup>10</sup> ableiten, so dass in der Summe für Berlin und Brandenburg von einer ungefähren Anzahl von 5.000 Kanus in der Vermietung ausgegangen werden kann. Hinzu kommen weitere, nicht ermittelbare Mietkanus von zahlreichen Übernachtungseinrichtungen.
- Mit 58 Anbietern und einer Gesamtzahl von gut 2.700 Booten (Hauptgeschäft Kanuvermietung) dominiert bei der Kanuvermietung, analog zu 2014, die Region Süd-Ost mit einem Anteil von gut 40 %. Zurückzuführen ist das in erster Linie auf den Spreewald, wo gut 60 % der kommerziellen Anbieter angesiedelt sind. Da die Betriebe im Spreewald überdurchschnittlich große Bootsflotten<sup>11</sup> besitzen, liegt bei den Bootskapazitäten der Anteil des Spreewalds in der Region Süd-Ost sogar bei etwa 75 %. Genau ein Drittel der Kanuvermieter entfällt auf die Region Nord, wo der Kanutourismus traditionell ebenfalls eine hohe Bedeutung einnimmt. In der Region West und in Berlin spielt die Kanuvermietung hingegen weiterhin eine untergeordnete Rolle. Wenn auch vergleichsweise auf eher niedrigem Niveau, so hat sich gleichwohl in Berlin im Vergleich zu 2014 die Anzahl der Anbieter von 8 auf aktuell 18 Anbieter mehr als verdoppelt, was in erster Linie im Zusammenhang mit der deutlich gewachsenen SUP-Anbieterzahl steht.

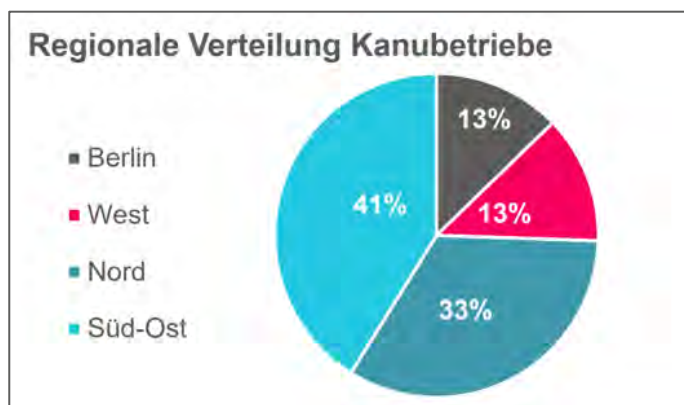


Abbildung 2-5: Verteilung der Kanuanbieter auf die vier Regionen

<sup>10</sup> Zahl wurde in der 2014er Studie nicht erfasst.

<sup>11</sup> Genaue Zahl der Anbieter und Kapazitäten im Spreewald ist nicht ermittelbar, da viele Übernachtungsbetriebe und sonstige Kleinstanbieter die Kanuvermietung im Nebengeschäft betreiben.

**Fazit:** Im gewerblichen Kanutourismus ist seit 2014 ein leichtes Wachstum sowohl bei der Anbieterzahl als auch den Vermietkapazitäten festzustellen. Im Zusammenhang mit dem in den letzten zehn Jahren sehr dynamisch gewachsenen SUP-Geschäft (Stand-Up-Paddling) hat in Berlin die Kanuvermietung relativ an Bedeutung gewonnen.

## 2.4 Fahrgastschifffahrt

- In Berlin und Brandenburg wurden in der Summe 72 Fahrgast- und Ausflugsschifffahrtbetriebe mit insgesamt 161 Schiffen erfasst. Der leichte Anstieg von den in der 2014er Studie erfassten 65 Anbietern erklärt sich in erster Linie durch eine gewachsene Zahl an Anbietern, die mit einem noch als Sportboot zugelassenen Schiff/Boot Ausflugsschifffahrt betreiben. Von allen erfassten Betrieben betreiben 22 Anbieter ausschließlich Ausflugsschifffahrt.

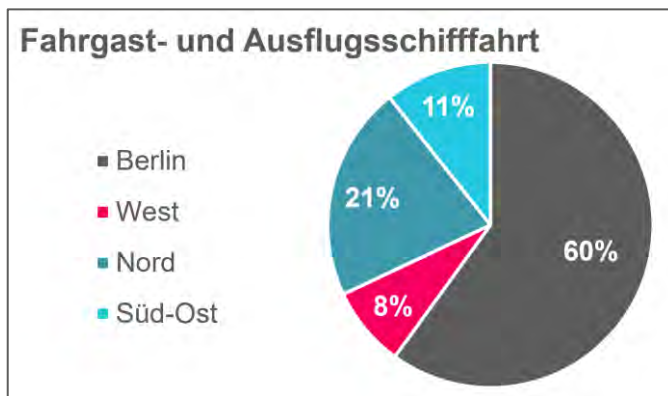


Abbildung 2-6: Anbieterverteilung Fahrgastschifffahrt auf vier Regionen

- Im Vergleich zu 2014 hat es keine nennenswerten regionalen Verschiebungen gegeben. Mit einem Anteil von 60 % sind, exakt wie 2014, die meisten Betriebe in Berlin angesiedelt. Da die durchschnittliche Schiffsflotte in Berlin größer ist als in Brandenburg, vereinen die Berliner Anbieter 70 % der Schiffe auf sich.

**Fazit:** In der Fahrgastschifffahrt ist seit 2014 ein leichtes Wachstum zu verzeichnen, das in erster Linie auf einen Anstieg der sogenannten Ausflugsschifffahrt zurückzuführen ist. Dieser ist vor allem in Berlin von größerer Relevanz und spielt in Brandenburg eine eher untergeordnete Rolle. Die Fahrgastschifffahrt insgesamt ist vor allem in Berlin eine tragende Säule für die touristische Inwertsetzung der Gewässerpotenziale, sowohl im Innenstadtbereich als auch in den Außenbezirken.

## 2.5 Häfen

- Insgesamt wurden 322 Häfen mit etwa 21.400 Liegeplätzen erfasst, davon sind 203 gewerbliche Häfen mit 14.600 Liegeplätzen und 119 touristisch ausgerichtete Vereinshäfen<sup>12</sup> mit rund 6.800 Liegeplätzen. Im Vergleich zu 2014 bedeutet dies bei den Liegeplatzkapazitäten einen Anstieg um etwa 9 %. Wie schon unter Gliederungspunkt 1.3.3 dargestellt, erklärt sich die gestiegene Anzahl der Anbieter durch die erweiterte Erfassung um touristische Betriebe mit angeschlossenen Hafeneinrichtungen, die 2014 nicht erfasst wurden.

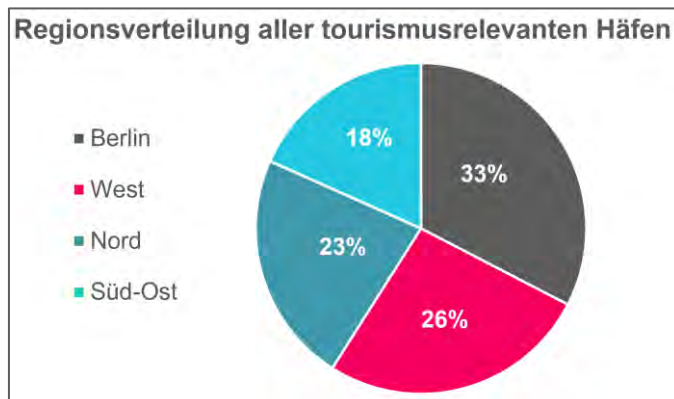


Abbildung 2-7: Verteilung tourismusrelevanter Häfen auf die vier Regionen

- Hinsichtlich der räumlichen Verteilung sind im Vergleich zu 2014 keine größeren Verschiebungen festzustellen (gilt auch für die gewerblichen Sportboothäfen). Ein Drittel der Liegeplatzkapazitäten entfällt auf Berlin. Die Region Süd-Ost weist mit 18 % wie auch 2014 den geringsten Anteil an Liegeplatzkapazitäten auf.
- Bezüglich der Größenklassen sind zu 2014 ebenfalls keine größeren Veränderungen zu beobachten. 70 % der Liegeplatzkapazitäten entfallen auf Häfen mit 20 und 99 Liegeplätzen. Häfen zwischen 50 und 99 Liegeplätzen machen dabei mit 38 % den etwas größeren Anteil aus, Häfen zwischen 20 und 49 Liegeplätzen folgen mit 35 %. Im Mittel aller Häfen liegen die Liegeplatzkapazitäten bei 66 Liegeplätzen, bei den gewerblichen Häfen mit 72 Liegeplätzen etwas höher. Mit 92 Liegeplätzen sind die Häfen in Berlin im Vergleich zu Brandenburg überdurchschnittlich groß.

---

<sup>12</sup> Aufgrund der geringen Beteiligung an der Tiefenbefragung unzureichende Datengrundlage für die Wirtschaftlichkeitsberechnung



**Fazit:** Seit 2014 sind keine größeren Sportboothäfen hinzugekommen. Bei den Kapazitäten ist allerdings ein leichter Zuwachs festzustellen, d.h. die Sportboothäfen sind bezüglich der Liegeplatzkapazitäten im Durchschnitt etwas größer geworden.

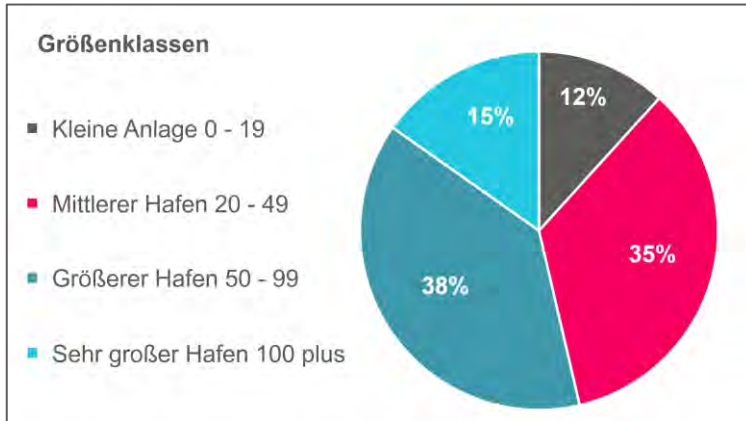


Abbildung 2-8: Verteilung der tourismusrelevanten Häfen nach Größenklassen







# 3.

## Marktentwicklung seit 2014 und aktuelle Positionsbestimmung





Wie hat sich der Wassertourismusmarkt seit 2014 entwickelt (auch im Vergleich zum Zeitraum vor 2014), gibt es inhaltliche und/oder räumliche Auffälligkeiten, wie ist das Stimmungsbild in der Branche? Antworten hierauf ermöglichen die beiden Online-Befragungen, insbesondere die Breitenbefragung sowie in Ergänzung dazu die Expertengespräche. Die 171 Unternehmen, die an der Breitenbefragung teilgenommen haben, verteilen sich in ausreichend verwertbarer Anzahl auf die vier Regionen wie folgt:

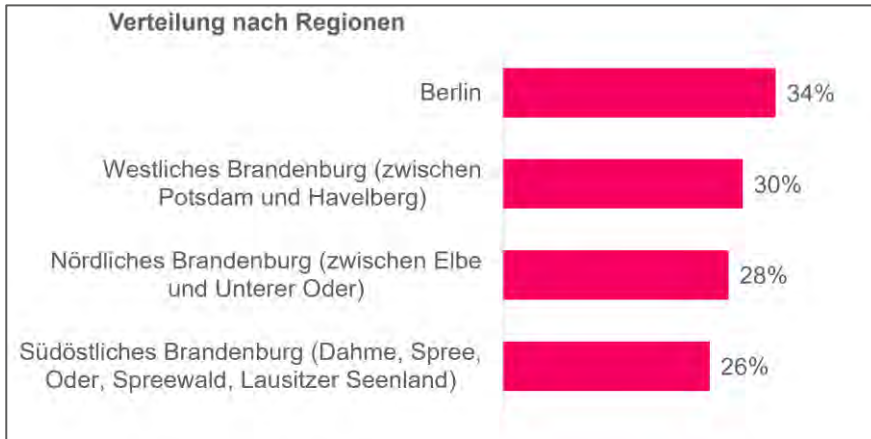


Abbildung 3-1: Regionale Verteilung hinsichtlich der Beteiligung an der Breitenbefragung

Die räumliche Verteilung entspricht in etwa der in der Sekundäranalyse ermittelten Grundgesamtheit und ermöglicht damit belastbare regionsübergreifende Aussagen zum Wassertourismus in Berlin und Brandenburg. Die ermittelten Zahlen bestätigen und untersetzen in vielfacher Hinsicht die Erkenntnisse aus der Sekundäranalyse. Eine vertiefende, nach Untergruppen differenzierte Auswertung ist allerdings aufgrund teilweise zu geringer Fallzahlen nicht bei allen Fragen möglich, insbesondere bei den Kanubetrieben. Regionale Unterschiede werden deshalb in den folgenden textlichen Ausführungen nur bei signifikanten Abweichungen dargestellt und sind als Tendenzaussage zu verstehen. Wenn im Text nicht explizit darauf hingewiesen wird, sind zwischen den vier Regionen und den vier Angebotssegmenten keine Unterschiede festzustellen oder nicht valide darstellbar. Segmentübergreifend sind folgende Erkenntnisse von Relevanz:

- Analog zur Sekundäranalyse, spiegelt die Breitenbefragung den Anstieg bei der Anbieterzahlen wider. Jeder fünfte Betrieb ist nach 2014 neu am Markt hinzugekommen. Bei den Charterbetrieben sind sogar 44 % nach 2014 gegründet; dabei handelt es sich durchweg um Anbieter mit Zweirumpfböten.
- Neun von zehn Betrieben haben ihren Hauptsitz in Brandenburg oder Berlin und weisen damit auch unter ökonomisch-fiskalischen Gesichtspunkten einen engen regionalen Bezug auf.
- Wie bereits in der Studie 2014 ermittelt wurde, ist die Branche durch einen hohen angebotssegmentübergreifenden Vernetzungsgrad gekennzeichnet. Segmentübergreifend sind



71 % der Anbieter neben ihrem jeweiligen Hauptgeschäftsfeld auch in anderen Angebotssegmenten aktiv. Der Anteil von Betrieben mit nur einem Geschäftsfeld liegt im Charter bei 38 %, bei der Kanuvermietung bei 26 %, bei der Fahrgastschiffahrt bei 25 %, bei den Häfen bei 22 %. Die häufigsten Angebotskombinationen sind:

- Von den Kanuanbietern hat jeder zweite Betrieb auch eine SUP-Vermietung im Angebot.
- 41 % der Charteranbieter betreiben auch Liegeplätze, 34 % vermieten auch Kanus.
- Bei den Reedern ist jeder zweite Betrieb auch in der Gastronomie tätig.
- Von den Hafenbetreibern hat jeder zweite Betrieb auch Bootscharter am Standort, 45 % eine Unterkunft und 42 % einen Werftservice.

### 3.1 Chartersporttourismus

**Vorbemerkungen:** Wie schon unter Gliederungspunkt 1.3.2 dargestellt, wurde in der Befragung bei den Bootstypen zwischen Motoryachten/Hausbooten, Übernachtungsflößen/Bungalowbooten, offenen Motorbooten/Daycruisern sowie Tagesflößen/Pontonbooten unterschieden. Daraus ergibt sich auch eine Differenzierung hinsichtlich der Zielgruppen und des Tourenverhaltens.

Zum besseren Marktverständnis: Motoryachten/Hausboote sind Einrumpfboote mit Kajüte und Innenbordantrieb und eignen sich deswegen sehr gut für längere Streckenfahrten. Übernachtungsflöße/Bungalowboote besitzen zwar auch mehr oder weniger komfortable Schlafgelegenheiten, sind als Zweirumpfboote mit Außenborder, in der Regel unter 15 PS, für längere Streckenfahrten aber weniger geeignet. Die Bandbreite in diesem Teilsegment ist sehr groß, angefangen von einfachen Holzflößen mit wenig Ausstattungsmerkmalen bis hin zu luxuriösen „schwimmenden Ferienhäusern“. Die Bootsurlauberbefragung von 2017<sup>13</sup> hat hinsichtlich der Zielgruppen zwischen beiden Bootstypen größere Unterschiede festgestellt. Bootsurlauber mit Übernachtungsfloß/Bungalowboot sind viel häufiger Einsteiger ohne oder mit nur wenig Bootserfahrung und legen aufgrund der geringeren und auch lautereren Motorisierung durch den Außenborder tatsächlich deutlich weniger Strecke zurück. Durch die Führerscheinfreiheit bis 15 PS ist zudem die Einstiegshürde deutlich geringer, was die Marktpotenziale im Bootstourismus erheblich erweitert hat. Mit der Entwicklung der Zweirumpfboote haben sich für den Wassertourismus neue Zielgruppen respektive neue Märkte aufgetan. Der Bootstourismus hat sich stark ausdifferenziert. Verallgemeinernd lässt sich sagen: Motoryachten und Hausboote bilden das traditionelle Segment Boots- bzw. Yachtcharter ab. Das Teilsegment Bungalowboote

.....  
<sup>13</sup> Bootsurlauberbefragung in den Regionen Nord und West, 2017, Project M und tourismuskontor im Auftrag der Wassertourismusinitiativen WIN und WIR

ist mobiler Urlaub im Ferienhaus auf dem Wasser. Der Bootsurlaub mit einfachen Holzflößen lässt sich auch als Campingurlaub auf dem Wasser beschreiben.

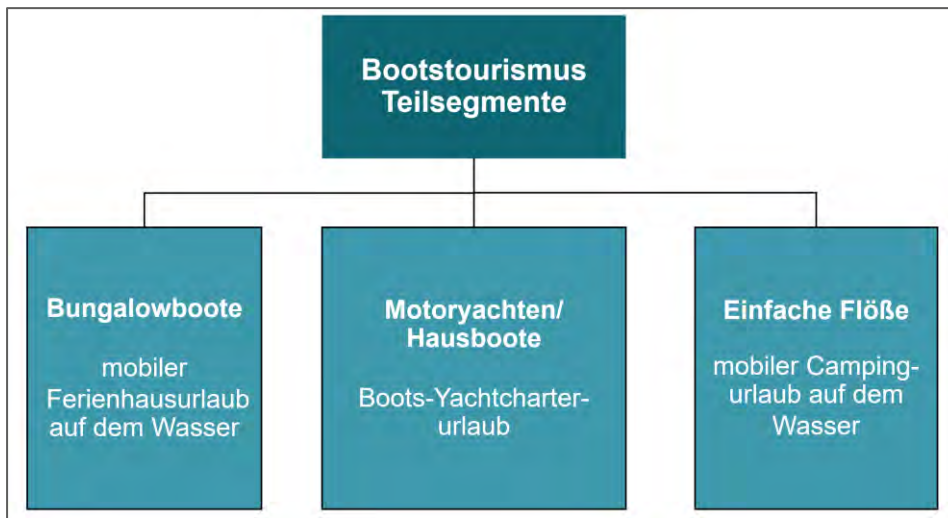


Abbildung 3-2: Teilsegmente im Bootsurlaub, eigene Grafik PROJECT M

### Angebotsituation

- Jeder zweite an der Breitenbefragung teilnehmende Betrieb hat Übernachtungsflöße/Bungalowboote in der Vermietung. 46 % der Betriebe haben Motoryachten/Hausboote in ihrem Angebotsportfolio.
- Die durchschnittliche Flottengröße liegt gemäß der Breitenbefragung bei 17 Booten je Betrieb. Die Branche ist wie auch 2014 weiterhin durch viele Kleinstbetriebe gekennzeichnet. Gut die Hälfte der Betriebe mit Übernachtungsbooten hat nur bis zu fünf Boote im Angebot. Auf der anderen Seite sind aber bei den Übernachtungsbooten (v. a. mit Motoryachten/Hausbooten) Betriebe mit über 20 und teilweise sogar über 50 Booten zu verzeichnen. Bei den offenen Motorbooten haben 41 % der Anbieter bis zu 5 Boote in der Vermietung, bei den Tagesflößen 43 % bis zu max. 5 Boote. Tendenziell sind die Charterflotten im Vergleich der vier Regionen untereinander in der Region Nord etwas größer.
- 62 % aller Charterbetriebe haben neben ihrem Vermietungsschwerpunkt weitere Bootstypen in der Vermietung. Wie auch schon die Sekundäranalyse hervorgebracht hat, dominiert in Berlin die Vermietung von Tagesflößen. Einzig in Berlin gibt es Vermieter, die ausschließlich die Tagesvermietung mit Tagesflößen/Pontonbooten betreiben. Ansonsten ist dieser Bootstyp für viele Anbieter ein Ergänzungsangebot.

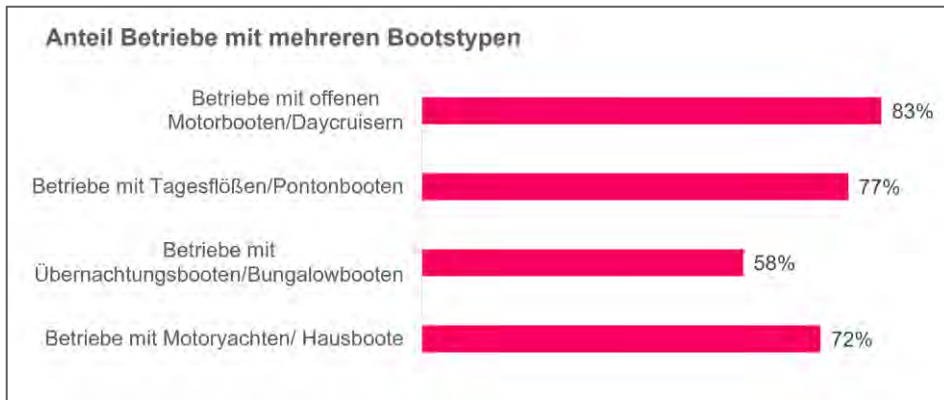


Abbildung 3-4: Anteil Betriebe mit mehreren Bootstypen in der Vermietung

- Etwa die Hälfte der Betriebe hat nur Übernachtungsboote in der Vermietung, davon fast drei Viertel auch Zweirumpfboote. In Berlin gibt es eine starke Dominanz von Tagesbooten. In den beiden Regionen Nord und West ist der Übernachtungstourismus überdurchschnittlich stark.

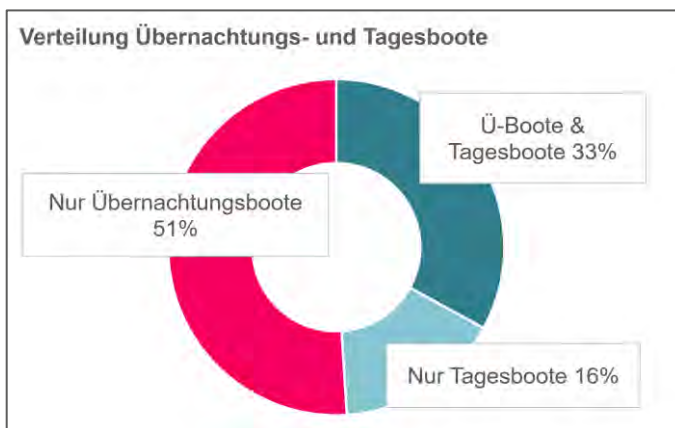


Abbildung 3-3: Verteilung Übernachtungsboote und Tagesboote

- Etwa drei Viertel der Vercharterer haben ihre Bootsflotte seit 2014 vergrößert, und zwar mehrheitlich im Bereich Übernachtungsflöße/Bungalowboote.
- Der Anteil führerscheinfreier Boote liegt über alle vier Bootstypen verteilt durchschnittlich bei 70 %: bei den Tagesflößen überdurchschnittlich bei 91 %, bei den Übernachtungsflößen/Bungalowbooten bei 79 %. Der Charterschein hat vor diesem Hintergrund an Relevanz verloren. Buchungen mit Charterschein machen über alle Bootstypen verteilt lediglich einen Anteil von 8 % aus.
- Verleihboote mit Elektroantrieb sind bislang nur eine Angebotsnische und weder in Brandenburg noch in Berlin nennenswert verbreitet. Im Mittel aller Bootstypen liegt deren Anteil bei lediglich 6 %. Mit 13 % ist ihr Anteil am höchsten bei offenen Motorbooten, gefolgt von 6 %



bei Übernachtungsflößen. Bei den Motoryachten/Hausbooten beträgt der E-Anteil nur 4 %, bei Tageflößen sogar nur 1 %.

### Personalsituation

- Die Personalstruktur ist in der Branche aufgrund der Saisonalität durch einen hohen Anteil saisonaler Arbeitskräfte geprägt. Durchschnittlich beschäftigt ein Charterbetrieb ganzjährig drei festangestellte Mitarbeiter sowie zusätzlich in der Saison weitere vier Arbeitskräfte.
- Auf dieser Grundlage ergibt sich hochgerechnet auf alle 251 Betriebe eine Beschäftigungswirkung von 753 ganzjährig beschäftigten Mitarbeitern sowie etwa 1.000 Saisonkräften.
- Mehr als jeder zweite Betrieb klagt über Schwierigkeiten bei der Personalsuche. Bei der offenen Frage zu den Hemmnissen und Risiken wurden mehrfach die gestiegenen Personalkosten als Problem benannt.

### Marktnachfrage

- Die Nachfrage hat sich überwiegend positiv entwickelt. Jeder zweite der befragten Anbieter konnte in den vergangenen zehn Jahren eine Nachfragesteigerung erzielen.

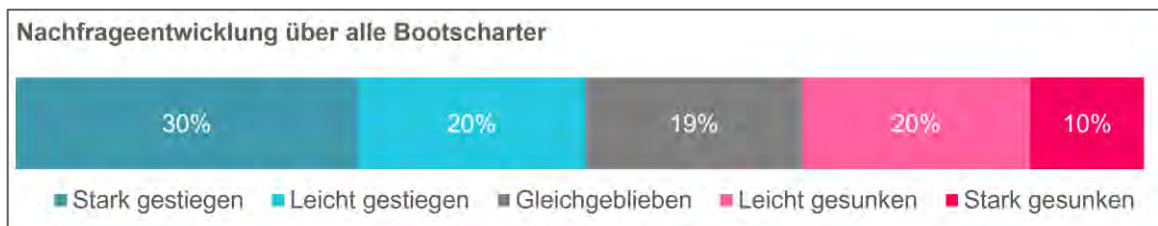


Abbildung 3-5: Nachfrageentwicklung im Bootscharter seit 2014

- Differenziert nach Bootstypen zeigt sich folgendes Bild:

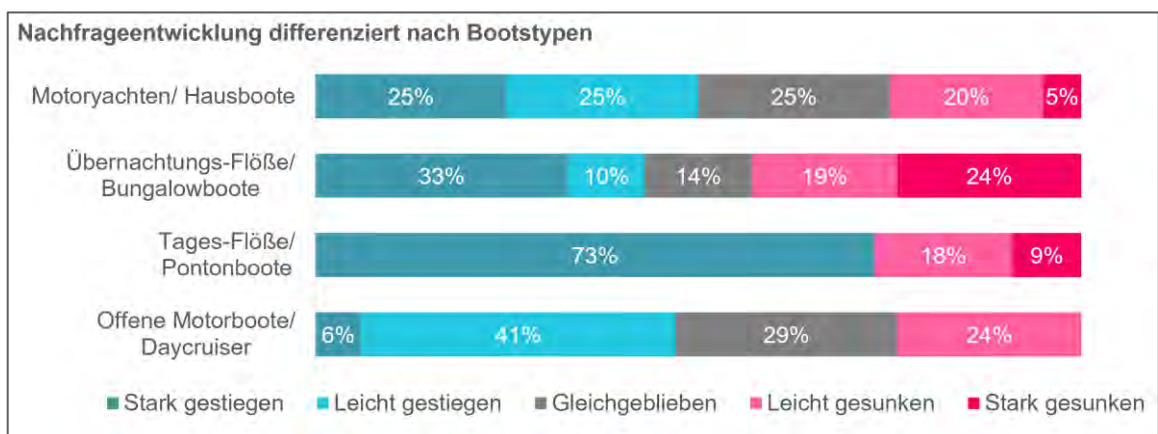


Abbildung 3-6: Nachfrageentwicklung seit 2014 differenziert nach Bootstypen

- Mit 73 % ist die Nachfrageentwicklung bei Tagesflößen am höchsten ausgefallen. Die Situation ist allerdings etwas ambivalent, denn gut jedes vierte Unternehmen weist in diesem Teilsegment auch eine rückläufige Nachfrageentwicklung auf. Ähnliches gilt auch für das Segment

Übernachtungsflöße/Bungalowboote. Auf der einen Seite geben für dieses Teilsegment 43 % der Anbieter eine gestiegene Nachfrage an, genauso viele aber auch einen Rückgang. Festzustellen ist, dass die Nachfragerückgänge bei Zweirumpfbooten im Vergleich zu Einrumpfbooten etwas höher ausfallen, was in erster Linie auf die überdurchschnittlich angestiegenen Verleihkapazitäten bei Zweirumpfbooten zurückzuführen sein dürfte.

- Im regionalen Vergleich wurden v. a. von Betrieben aus der Region Nord und aus Berlin Nachfragerückgänge angegeben, sowie in abgeschwächter Form in der Region West. In der Region Nord betrifft das in erster Linie Zweirumpfboote, in Berlin offene Motorboote/Daycruiser.

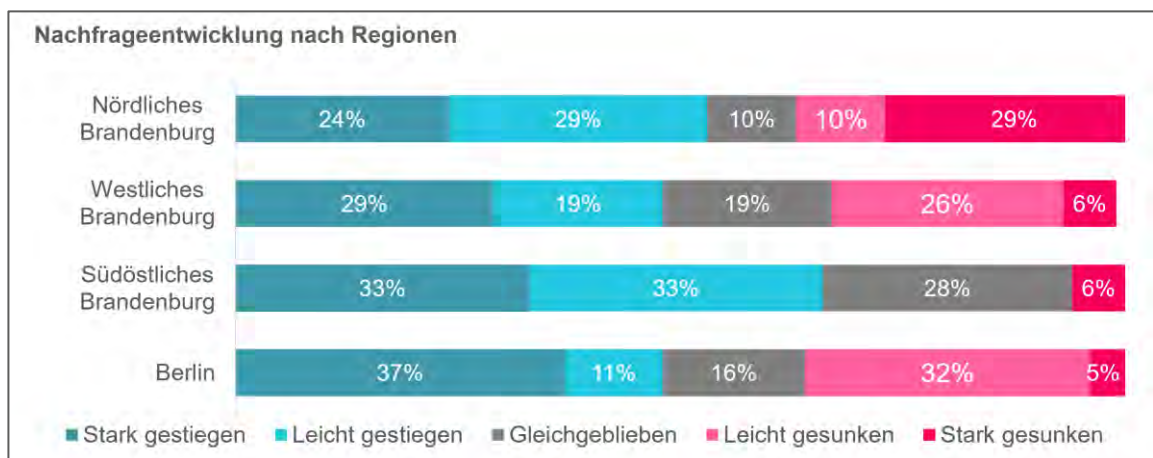


Abbildung 3-7: Nachfrageentwicklung seit 2014 differenziert nach Regionen

- Gut die Hälfte der Buchungen bei mehrtägigen Touren entfallen auf einwöchige Fahrten. Bei den Motoryachten/Hausbooten liegt die durchschnittliche Vermietdauer bei etwa 7 Tagen. Übernachtungsflöße/Bungalowboote sind mit einer durchschnittlichen Vermietdauer von 3,8 Tagen deutlich kürzer auf Tour.
- Fast zwei Drittel der Buchungsnachfrage entfällt auf die Hauptsaison Juni bis August. Das restliche Drittel verteilt sich gleichmäßig auf die Vor- und Nachsaison.
- Die Auslastung liegt durchschnittlich über alle vier Bootstypen verteilt in der Hauptsaison bei 55 %, in der Nebensaison nur bei 32 %. Zwischen den vier Bootstypen sind keine signifikanten Unterschiede festzustellen. Die Auslastung ist etwas unterdurchschnittlich bei offenen Motorbooten und etwas überdurchschnittlich bei Tagesflößen.

### Marktvolumen

- Auf Basis der in den Befragungen erfassten Auslastungszahlen (Vermietwochen je Boot und durchschnittliche Belegung) wurde die durchschnittliche Anzahl an Personentagen pro Boot ermittelt (bei Übernachtungsbooten vergleichbar mit Übernachtungszahlen im „Landtourismus“). Multipliziert man die durchschnittlichen Personentage je Boot mit den in der





Sekundäranalyse ermittelten Bootszahlen, ergibt sich eine Gesamtzahl von 688.000 (2014 = 729.000) Personentagen, die sich zu 72 % auf Motoryachten/Hausboote und zu 28 % auf Zweirumpfboote verteilt. Im zeitlichen Vergleich zu 2014 zeigt sich die Verschiebung der Nachfrage von Einrumpf- nach Zweirumpfbooten. Während bei Motoryachten/Hausbooten ein Rückgang der Gesamtzahl an Personentagen um 25 % festzustellen ist (weniger Boote und kürzere Reisedauer), hat sich die Anzahl der Personentage bei Zweirumpfbooten um 496 % fast verfünffacht.

- Auf Grundlage der differenziert für die verschiedenen Bootstypen ermittelten durchschnittlichen Aufenthaltsdauer ergibt sich für alle Übernachtungsboote (Summe Einrumpf- und Zweirumpfboote) eine Zahl von 122.425 Bootsurlaubern, die mit einem gecharterten Boot einen Mehrtagesurlaub unternehmen.

**Fazit:** Die Nachfrageentwicklung in den vergangenen zehn Jahren zeigt sich überwiegend positiv. Einen wesentlichen Beitrag hat hierfür die Erweiterung der Führerscheinfreiheit für Boote bis 15 PS geleistet. Das damit verfolgte Ziel, den Einstieg für Bootstouren auf dem Wasser zu erleichtern respektive neue Marktpotenziale zu erschließen, wurde erreicht, wie der Boom mit Zweirumpfbooten eindrucksvoll zeigt. Das Befragungsergebnis macht auch eine leichte Eintrübung deutlich. Der durch die Corona-Pandemie ausgelöste Nachfrageboom war nicht nachhaltig, wie übereinstimmend Gespräche mit Charterbetrieben ergeben haben. Wie lassen sich die von fast jedem vierten Betrieb geäußerten leichten Nachfragerückgänge v. a. bei den Zweirumpfbooten begründen? Wie aus der Anbieterbefragung erkennbar, sind bei den Zweirumpfbooten die Verleihkapazitäten überproportional zur Nachfrage gestiegen, was insgesamt die Wettbewerbssituation verschärft hat. Das haben auch die Anbietergespräche bestätigt. Mögliche weitere Gründe für die Nachfrageeintrübung sind die schwache Konjunktur und der verstärkte Wunsch, nach den Reiserestriktionen der Corona-Zeit wieder ins Ausland zu reisen. Auch die deutlich gestiegenen Preise (siehe Gliederungspunkt 5.2.1) haben vermutlich negativen Einfluss auf das Buchungsverhalten.

## 3.2 Kanutourismus

**Vorbemerkung:** Aus der Befragung lassen sich keine regionaldifferenzierten Aussagen treffen, da die Fallzahl hierfür zu gering ist.

### Angebotssituation

- Die Hälfte der Kanuvermieter hat zwischen 11 und 30 Boote in der Vermietung, 23 % bis zu 10 Boote und 27 % mehr als 30 Boote. Die durchschnittliche Flottengröße liegt bei 29 Booten.
- Jeder zweite Kanuanbieter hat seit 2014 seine Bootszahl erweitert, durchschnittlich um 11 Boote.

### Personalsituation

- Die Dominanz der Hauptsaison spiegelt sich auch bei den Beschäftigungsverhältnissen wider. Im Schnitt beschäftigt ein Kanubetrieb ganzjährig zwei feste Mitarbeiter und zusätzlich fast vier Saisonkräfte.
- Auf dieser Grundlage ergibt sich für die 141 erfassten Kanuanbieter hochgerechnet für Berlin und Brandenburg eine Beschäftigungswirkung von 282 festangestellten Arbeitskräften sowie 564 saisonalen Mitarbeitern.
- 8 von 10 Betreibern haben Schwierigkeiten bei der Personalsuche.

### Nachfragesituation

- Kanuanbieter verzeichnen mehrheitlich einen Anstieg der Buchungsnachfrage. Wie auch beim Chartertourismus zeigt sich eine gewisse Ambivalenz, denn etwa jeder vierte Betrieb gibt eine rückläufige Entwicklung an. Zum Vergleich: 2014 hatten noch 70 % der Betriebe eine steigende Nachfrage erwartet und kein Betrieb einen Nachfragerückgang. Diese sehr optimistischen Markterwartungen haben sich demzufolge nicht im vollen Umfang erfüllt.



Abbildung 3-8: Nachfrageentwicklung im Kanusegment seit 2014

- Fast zwei Drittel des Geschäfts findet in der Hauptsaison statt. Die Auslastung ist daher erwartungsgemäß in der Hauptsaison mit 56 % gut doppelt so hoch wie in der Nebensaison mit 24 %.
- Kanutourismus ist, wie auch die 2014er Studie erfasst hat, in erster Linie Tagestourismus. Das Verhältnis Tagesbuchungen zu Mehrtagesbuchungen liegt bei 87 % zu 13 %. Bei der Tagesvermietung überwiegt der Ausleihzeitraum bis 4 Stunden. Bei der Mehrtagesvermietung dominiert mit einem Anteil von 63 % eine Mietdauer bis zu drei Tagen.

### Marktvolumen

- Wie auch im Chartertourismus erfolgte die Berechnung auf Grundlage der durchschnittlich vermieteten Tage je Boot/Jahr. Da 36 % der Vermietungen vier Stunden und weniger betragen, werden viele Kanus ein weiteres Mal am Tag vermietet. Insgesamt ist ein Kanu damit an durchschnittlich 74 Tagen im Jahr ganztägig und an durchschnittlich 13 weiteren Tagen mindestens zweimal vermietet.
- Im Mittel ist ein Mietkanu mit 2,1 Personen besetzt. Die durchschnittlichen Personentage pro Kanu liegen demzufolge bei 210 Tagen. In der Summe aller in der Sekundäranalyse erfassten



Kanus ergibt dies für Berlin und Brandenburg eine Zahl von 1,04 Mio. Personentagen. Bei einer durchschnittlich ermittelten Mietdauer von 1,63 Tagen kann insgesamt als Orientierungsgröße von 636.000 Mietkanuten ausgegangen werden. Es sei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass das Marktvolumen insgesamt deutlich höher ausfällt, da alle Kanuten, die mit eigenem oder privat geliehenem Boot unterwegs sind, noch hinzukommen. Für diese Gruppe eine belastbare Personentagezahl zu ermitteln, ist nicht möglich, da weder bekannt ist, wie viele Berliner und Brandenburger sowie Kanuten aus anderen Bundesländern ein eigenes Boot besitzen noch wie häufig sie damit unterwegs sind.

**Fazit:** Die Entwicklung des gewerblichen Kanutourismus ist in den vergangenen zehn Jahren überwiegend positiv verlaufen. Veränderungen hinsichtlich der Mietdauer und der saisonalen Verteilung sind nicht festzustellen. Wie Gespräche mit Kanuanbietern bestätigen, ist der Kanutourismus aufgrund des überwiegend kurzfristigen Buchungshorizontes viel stärker vom Wetter abhängig als die Vermietung von motorisierten Übernachtungsbooten. Sowohl die tages- und touristische Ausrichtung in der Vermietung als auch die Dominanz der Hauptsaison ist daher nur sehr bedingt zu beeinflussen.

### 3.3 Fahrgastschiffahrt

#### Angebotsituation

- Bei jedem zweiten Betrieb handelt es sich um einen Kleinbetrieb mit ein oder zwei Schiffen. Mehr als jedes zweite befragte Unternehmen ist in Berlin ansässig. Der Rücklauf entspricht in etwa der in der Sekundäranalyse erfassten Grundgesamtheit, so dass die Antworten damit im hohen Maße aussagekräftig sind. Lediglich für das Teilstück Ausflugschiffahrt sind aufgrund des geringen Rücklaufs keine expliziten Aussagen möglich.
- Bezogen auf alle Fahrten verteilen sich 41 % auf den Linienverkehr, 39 % auf Charterfahrten und 21 % auf Eventfahrten.
- Die Schiffsflotten wurden deutlich modernisiert. Gut jeder zweite Betrieb hat angegeben, ein neues Schiff gekauft zu haben (nicht zur Erweiterung der Flotte, sondern als Ersatzinvestition). Fast 70 % der Betriebe haben grundlegende Sanierungsmaßnahmen (keine Schönheitsreparaturen) an den Schiffen durchgeführt.

#### Personalsituation

- Betriebe der Fahrgastschiffahrt verfügen im Vergleich zu den anderen Segmenten über mehr Personal. Im Durchschnitt beschäftigt ein Betrieb fünf feste Mitarbeiter und zusätzlich 10 Saisonkräfte.
- Auf dieser Grundlage ergibt sich hochgerechnet auf die ermittelten 72 Anbieter für Berlin und Brandenburg eine Beschäftigungswirkung von 360 festangestellten Mitarbeitern und 720 Saisonkräften.

- So gut wie jeder Betrieb (94 %) gibt an, dass er ein Problem bei der Besetzung offener Stellen hat. Im Vergleich aller vier Segmente stellt sich damit die Personalproblematik in der Fahrgastschifffahrt am gravierendsten dar.

### Nachfrageentwicklung

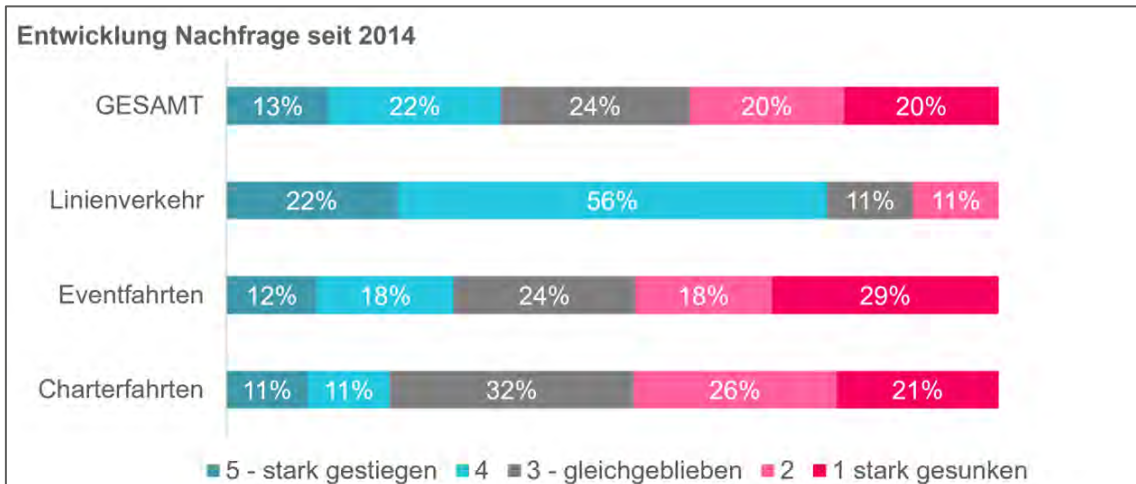


Abbildung 3-9: Nachfrageentwicklung in der Fahrgastschifffahrt seit 2014 differenziert nach Geschäftsfeldern

- Die Nachfrageentwicklung seit 2014 zeigt sich sehr uneinheitlich. Nur bei gut einem Drittel der Befragten hat sich die Nachfrage positiv entwickelt (in 2014 bei 90 % der Anbieter). Differenziert betrachtet, ist die Nachfrageentwicklung im Linienverkehr deutlich positiver als in den beiden Geschäftsfeldern Charterfahrten und Eventfahrten und dies überdurchschnittlich in Berlin, wo alle Anbieter einen Anstieg im Linienverkehr verzeichnen konnten. Dem gegenüber stehen 40 % der Anbieter, die seit 2014 eine rückläufige Nachfrage verzeichneten, am stärksten in den beiden Geschäftsfeldern Charterverkehr und Eventfahrten und überdurchschnittlich in der Region West.

**Fazit:** Im Vergleich der vier in dieser Studie untersuchten Angebotssegmente ist in der Fahrgastschifffahrt die geringste Nachfragesteigerung zu verzeichnen. Anders als im Bootstourismus bedeuteten die Corona-Maßnahmen für die Fahrgastschifffahrt einen Einschnitt in der Nachfrage, da der für die Fahrgastschifffahrt sehr bedeutende Sekundärmarkt (Urlauber) Pandemiebedingt eingebrochen ist. Insbesondere für Berlin gilt, dass die Fahrgastschifffahrt stark mit dem Städtetourismus korreliert. Wenn die Nachfrage als städtetouristisches Ziel steigt, findet das seinen Ausdruck in gestiegenen Passagierzahlen und umgekehrt. Wie Anbietergespräche ergeben haben, ist der Rückgang bei Charter- und Eventfahrten wesentlich auch auf die Personalknappheit bei Schiffsführern und Servicekräften zurückzuführen. Das hat dazu geführt, dass die Marktnachfrage nicht immer bedient werden konnte. Das für alle vier untersuchten Angebotssegmente geltende Arbeitskräfteproblem ist in der Fahrgastschifffahrt am signifikantesten ausgeprägt und betrifft nicht nur Schiffsführer, sondern den gesamten Servicebereich.

Erfreulich ist die vorhandene Umrüstungsbereitschaft in der Fahrgastschifffahrt auf alternative Antriebe. Das zeigt sich auch am Beispiel der größten Berliner Reederei, die mittlerweile sechs E-Schiffe betreibt. Darüber hinaus gibt es weitere E-Schiffe in Berlin und Potsdam. Förderlich hierfür war der vom Bund ab 2021 geförderte Umbau von Binnenschiffen mit E-Antrieb (Richtlinie nachhaltige Modernisierung Binnenschiffe des BMDV).

## 3.4 Häfen

### Angebotssituation

- Beim Großteil der teilnehmenden 41 Häfen handelt es sich um touristische Häfen oder Marinas mit einem Fullserviceangebot. Bezüglich der Liegeplatzkapazitäten entspricht die Teilnehmerstruktur in etwa den Ergebnissen der Sekundäranalyse. Jeweils 30 % der Häfen liegen in der Größenklasse 26 bis 50 Liegeplätze und 51 bis 100 Liegeplätze. In der Befragung im Vergleich zur Sekundäranalyse etwas überrepräsentiert sind größere Häfen mit mehr als 100 Liegeplätzen. Wie auch aus der Sekundärerfassung deutlich wird, sind im Vergleich der vier Regionen die Häfen in Berlin am größten.
- Etwa jeder vierte Hafen gibt an, dass er seit 2014 seine Liegekapazitäten erhöht hat. Von den Häfen, die nicht erweitert haben, wollte dies fast jeder zweite Hafen tun (44 %), hat dafür aber keine Genehmigung erhalten.
- Fast alle Häfen bieten Gastliegeplätze an, im Mittel 15 Liegeplätze. Etwa drei Viertel der Häfen verfügt über eigene Winterliegeplätze. Das Verhältnis Dauerliegeplätze zu Gastliegeplätzen hat sich seit 2014 mehr in Richtung Dauerliegeplätze entwickelt. Fast jeder zweite Hafen gibt an, dass bei ihm der Anteil an Dauerliegeplätzen gestiegen ist.

### Personalsituation

- Ein Sportboothafen beschäftigt im Mittel ganzjährig fast sechs Mitarbeiter und zusätzlich 1,6 Saisonkräfte. Die Häfen sind das einzige der vier untersuchten Segmente, in dem mehr Festangestellte als Saisonkräfte arbeiten. Das erklärt sich durch die geringere Saisonabhängigkeit, da der Hafenbetrieb auch in den Wintermonaten Personal benötigt.
- Auf dieser Grundlage ergibt sich hochgerechnet auf alle 322 tourismusrelevanten Häfen ein Beschäftigungseffekt von 1.932 ganzjährig Beschäftigten und 515 Saisonkräften.
- Auch in den Häfen herrscht Personalknappheit, wenngleich vermutlich aufgrund des höheren Anteils an ganzjährig Beschäftigten etwas weniger ausgeprägt als in drei anderen Angebotssegmenten. 60 % der Häfen geben an, dass sie Schwierigkeiten haben, Personal zu finden.

## Nachfrageentwicklung

- Die Nachfrage v. a. nach Dauerliegeplätzen ist, nochmals verstärkt durch die Marktauswirkungen der Corona-Pandemie deutlich gestiegen. Das hat dazu geführt, dass die Dauerliegeplätze in nahezu allen Häfen fast komplett ausgelastet sind (im Durchschnitt 88 %), und 87 % der Häfen die Nachfrage nach Dauerliegeplätzen nicht mehr ausreichend bedienen können. 62 % der Häfen nehmen derzeit nicht einmal mehr Anfragen entgegen. Dies zeigt, dass die Nachfrage überproportional zur Erweiterung der Liegeplatzkapazitäten gestiegen ist. Die Nachfrage kommt nicht nur aus dem regionalen Umfeld. Im Durchschnitt sind 29 % der Dauerliegeplätze an Bootseigner mit Wohnsitz außerhalb von Berlin und Brandenburg vergeben. Mit 28 % hat die Besucherbefragung auf der Berliner Wassersportmesse Boot & Fun 2023 eine ähnliche Zahl ermittelt. In den Regionen West und Ost ist der Anteil von Dauerliegern mit Wohnort außerhalb von Berlin und Brandenburg mit 43 % respektive 38 % überdurchschnittlich hoch.
- Auch bei den Gastliegeplätzen ist eindeutig eine Unterversorgung festzustellen.

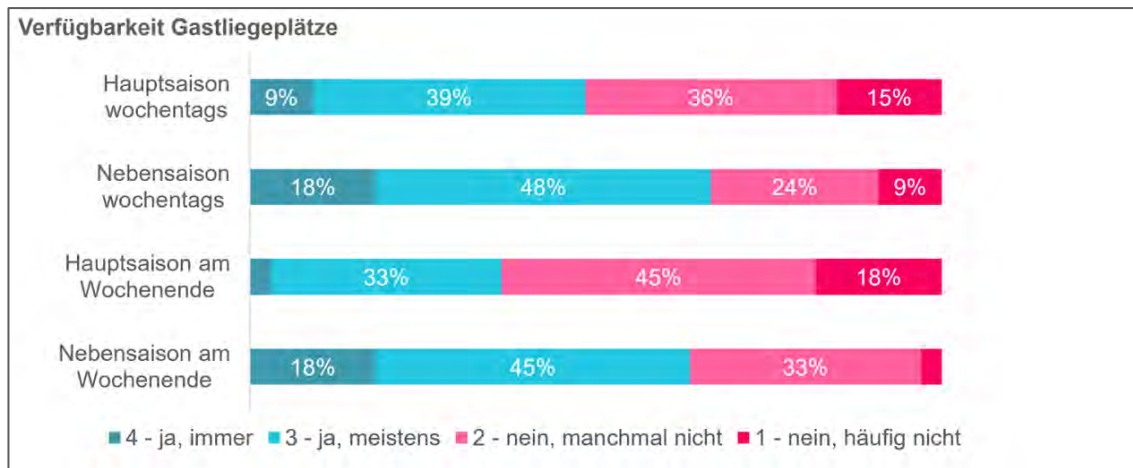


Abbildung 3-10: Gastliegeplatzverfügbarkeit

- 63 % der Anbieter geben an, dass sie Bootsurlauber an den Wochenenden in der Hauptsaison abweisen müssen (18 % häufig, 45 % manchmal). Dies gilt mit 51 % in etwas abgeschwächter Form auch für die Wochentage. In der Nebensaison ist die Situation zwar entspannter, aber auch hier kommt es zu Versorgungsengpässen v. a. an den Wochenenden (33 % manchmal, 4 % häufig). Besonders signifikant ist in der Hauptsaison die Gastliegeknappheit in der Region Nord sowohl an den Wochenenden als auch unter der Woche. Alle dortigen Hafentreiber geben an, dass sie die Gastliegenachfrage nicht immer bedienen können, 40 % häufig, 60 % manchmal. Grundsätzlich ist festzustellen, je größer die Boote, desto größer auch die Anlegeproblematik, da es offensichtlich für größere Boote deutlich weniger Liegeplätze gibt. Das gilt insbesondere für Bungalowboote, da viele Liegeplatzboxen nicht auf deren Maße, v. a. deren Breite, ausgerichtet sind.



**Fazit:** Die Zahlen machen deutlich, dass es bei den Liegeplatzkapazitäten eine Unterversorgung gibt, was in besonderem Maße für das nördliche Brandenburg gilt. Sollte diese Entwicklung anhalten und aufgrund fehlender Genehmigungen kaum neue Gastliegeplätze hinzukommen, dürfte sich die Anlege- und Versorgungssituation für Bootsurlauber weiter verschärfen. Eine solche Entwicklung stellt für den Bootstourismus eine große Gefahr dar, da landbezogene Aktivitäten, wie in der Bootsurlauberbefragung von 2017 deutlich zum Ausdruck gekommen ist, für die große Mehrheit der motorisierten Bootsurlauber einen elementaren Bestandteil eines Bootsurlaubs darstellen. Und auch mit Blick auf die Wertschöpfungseffekte in Anrainerorten sind Landgänge von zentraler Bedeutung.

### 3.5 Bewertung Infrastrukturausstattung

Angebotssegmentübergreifend sind fast 90 % der Anbieter der Meinung, dass es noch Bedarf für den Ausbau der Infrastruktur entlang der Gewässerwege gibt. Dies gilt für alle vier Regionen.

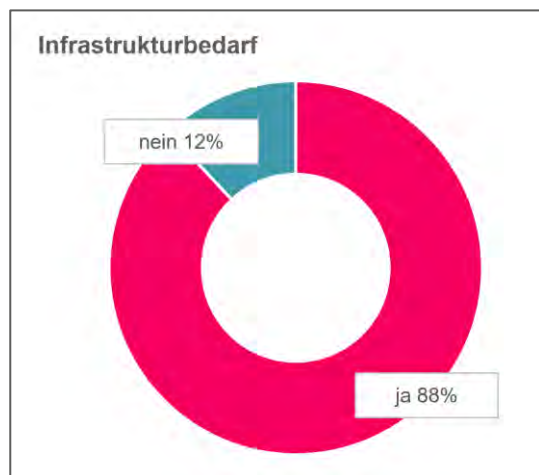


Abbildung 3-11: Bedarf für einen Ausbau der Infrastruktur

Aus der vertiefenden Befragung mit differenzierter Antwortvorgabe für motorisierte Boote, Kanus und Fahrgastschiffe lässt sich folgender Handlungsbedarf feststellen:

- **Motorisierte Boote:** 57 % der Anbieter sehen einen Bedarf für mehr öffentliche Anleger in den Ortschaften (mit 63 % überdurchschnittlich für Berlin) und zwei Drittel für mehr Anleger außerhalb von Ortschaften (mit 77 % überdurchschnittlich in der Region West). Qualifizierungsbedarf wird auch von fast 60 % der Anbieter für die Anlegesituation an Gastronomiebetrieben gesehen (mit 74 % überdurchschnittlich in Berlin). Lediglich die Versorgung mit Gastliegeplätzen in den Häfen wird nur von einem Drittel der Anbieter kritisch gesehen (mit 45 % überdurchschnittlich in Berlin). Auf fehlende Gastliegeplätze insbesondere für größere Sportboote und Bungalowboote wurde bereits hingewiesen.



- **Kanus:** Auch die Kanu-Infrastrukturausstattung wird überwiegend kritisch bewertet. Am schlechtesten fällt die Bewertung für Kanurastplätze aus. Gut 70 % der Anbieter bewerten diese als schlecht, gefolgt von Biwakplätzen, mit 59 %. Mit 45 % fällt die Bewertung der Ausstattung mit öffentlichen Kanueinstiegsstellen etwas weniger schlecht aus. Die Ausstattung mit Campingplätzen wird als ausreichend bewertet. Eine regional differenzierte Auswertung ist aufgrund der geringen Fallzahl nicht darstellbar. Tendenziell wird die kanutouristische Infrastrukturausstattung in Berlin schlechter bewertet als in Brandenburg.
- Hinsichtlich der Anlegerausstattung für Fahrgastschiffe sieht jeder zweite Anbieter noch Ausbaubedarf in Ortschaften. In der Region Nord haben dies alle befragten Anbieter angegeben, in Berlin mit 55 % mehr als jeder zweite Betrieb (unkritische Bewertung in Region West und Region Süd-Ost). Die Anlegesituation für Fahrgastschiffe an Gastronomie- und Unternehmensebetrieben am Wasser wird von 65 % bzw. 72 % der Anbieter als schlecht bewertet. Dies gilt durchweg für alle vier Regionen.

Bei den offen gestellten Fragen nach den Unternehmensrisiken und den Infrastrukturdefiziten kamen aus allen vier Segmenten mehrfach Hinweise zu Infrastrukturdefiziten bei der Wasserstraßeninfrastruktur, insbesondere hinsichtlich der Baufähigkeit der Schleusen und daraus resultierender Gefahren für den Erhalt der Durchgängigkeit der Wasserstraßen. Welche negativen Auswirkungen auf das gesamte regionale Gewässernetz die Sperrung einer Schleuse in der Wassertourismussaison haben kann, hat leidvoll die 2019 weit in die Saison hineinreichende Sperrung der Schleuse Zaaren an der Oberen Havel-Wasserstraße gezeigt<sup>14</sup>. Infrastrukturprobleme bei den Schleusen bestehen aber nicht nur im hohen Sanierungsbedarf, sondern auch in der Personalknappheit beim Schleusenpersonal. Die Betriebszeiten einiger Schleusen an der Mecklenburgischen Seenplatte und der Oberen Havel-Wasserstraße sollten angesichts des Personal Mangels in der Hochsaison 2024 verkürzt werden, was die teilweise ohnehin schon bestehende Wartezeitproblematik vor den Schleusen noch weiter verschärft hätte. Durch das Engagement eines privaten Charteranbieters konnten durch den Einsatz von Hilfskräften die üblichen Schleusenöffnungszeiten aufrechterhalten bleiben. Die mit einer Einschränkung der Öffnungszeiten ansonsten zu erwartenden negativen Auswirkungen auf den Wassertourismus konnten so vermieden werden. Bereits 2013 wurden die Schleusenbetriebszeiten an den Storkower Gewässern reduziert und entsprechen seitdem nicht mehr den wassertouristischen Anforderungen. Insgesamt stellt die beschriebene Situation an den Schleusen einen Bedrohungsfaktor für die wassertouristischen Attraktionspotenziale dar. Ebenfalls mehrfach benannt wurde die ungenügende Ausstattung mit Fäkalienabsauganlagen und Wassertankstellen.

---

<sup>14</sup> Studie von Project M im Auftrag der IHKs des Landes Brandenburg und der WIN zu den Auswirkungen einer Schleusensperre wie in Zaaren auf den Wassertourismus, 2019.



**Fazit:** Die Wasserstraßen sind das Kapital des Wassertourismus. Der Erhalt der durchgängigen Befahrbarkeit ist für die wassertouristischen Marktpotenziale von essenzieller Bedeutung. Für die Inwertsetzung der Wasserstraßen ist die Vernetzung Wasser/Land ein bedeutendes Attraktionsmerkmal des Bootstourismus in Berlin und Brandenburg. Die Bereitstellung ausreichender (öffentlicher) Anlegemöglichkeiten in den Anrainerorten und an Points of Interest mit Gewässerlage ist vor diesem Hintergrund ein zentraler Erfolgsfaktor für den Wassertourismus. Gerade angesichts der Kapazitätsengpässe bei Gastliegeplätzen in den Sportboothäfen steigt der Handlungsbedarf für öffentliche Anleger in den Anrainerorten. Dies gilt auch mit Blick auf den großen Markt der Zweirumpfboote, die aufgrund ihrer Maße häufig keine geeignete Anlegesituation in den Sportboothäfen vorfinden. Die Befragung zeigt auch einen Ausbaubedarf für die kanutouristische Infrastrukturausstattung, insbesondere im Hinblick auf Rastplätze und Biwakplätze, sowie für bessere Anlegesituationen an Unterkunfts- und Gastronomiestandorten für Fahrgastschiffe.

### 3.6 Bewertung der Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen für das eigene Geschäft werden von den Betrieben insgesamt sehr kritisch gesehen. Auf einer Skala von 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut werden Genehmigungsverfahren mit einem gewichteten Mittelwert von 1,86, die Förderpolitik mit 2,12 und die Unterstützung durch die örtliche und regionale Politik 2,23 als sehr kritisch bewertet. Die Akzeptanz des Geschäftsbetriebs vor Ort und seitens der Gäste wird nach Ansicht der Anbieter regionsübergreifend überwiegend unkritisch bewertet. Die Marketingaktivitäten durch die Tourismusorganisationen werden mit einem Mittelwert von 3,25 als positiv eingeschätzt.

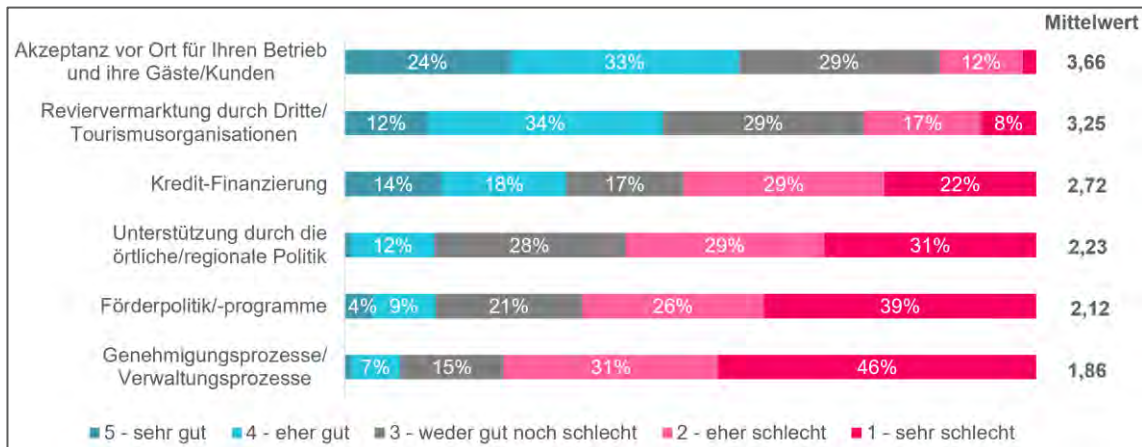


Abbildung 3-12: Bewertung der Rahmenbedingungen

**Fazit:** Anbieter bewerten die Rahmenbedingungen für ihr Geschäft teilweise sehr kritisch. Vor allem die aufwendigen Genehmigungs- und Verwaltungsprozesse erschweren das unternehmerische Engagement auch im Hinblick auf die Investitionsbereitschaft. Das gilt in besonderem Maße für die Hafenerbetreiber, die für Erweiterungen und selbst mitunter für Modernisierungen



häufig keine Genehmigungen erhalten. Eine unzureichende Unterstützung durch öffentliche Förderung und die Politik auf lokaler, wie auch auf regionaler Ebene wird ebenfalls beklagt. Gespräche mit mehreren Bootsverleihern sowie mit Tourismusorganisationen zeigen insgesamt ein zunehmend kritisches Stimmungsbild gegenüber Bootsfahrern, die mit einem Mietboot (v. a. Zweirumpfboot) unterwegs sind. Erfahrungen mehrerer größerer Bootsvermieter zeigen einen gewissen Trend, dass deren Kunden immer häufiger von anderen Gewässernutzern, Hafenbetreibern und Anwohnern nicht mit der eigentlich gebührenden Gastfreundlichkeit begegnet wird. Vor dem Hintergrund teilweise unzureichender Kenntnisse bei der Bootsführung und einer mitunter geringen Rücksichtnahme bei einigen Mietern von Tagesflößen gegenüber anderen Gewässernutzern, steht der Bootstourismus vor der Herausforderung, Nutzungs- und Interessenskonkurrenzen durch mehr Qualität bei Anbietern hinsichtlich der Einführung zu minimieren und damit die Akzeptanz bei anderen Nutzergruppen gegenüber dem Bootstourismus zu fördern.

### 3.7 Schlüsselerkenntnisse zur Entwicklung und Positionsbestimmung der Branche

1. Die Erfolgsgeschichte des Wassertourismus in Brandenburg und Berlin hat sich auch in den letzten zehn Jahren weiter fortgesetzt. Die Marktnachfrage ist seit 2014 in allen vier Segmenten überwiegend gestiegen.

Der Wassertourismus ist sowohl angebotsseitig als auch nachfrageseitig in allen vier untersuchten Segmenten weiter gewachsen. Angebotsseitig gilt das vor allem für das Chartersegment. In diesem Segment hat sich die Anzahl der Anbieter mehr als verdoppelt, was fast ausschließlich auf das noch junge Teilsegment Zweirumpfboote zurückzuführen ist.

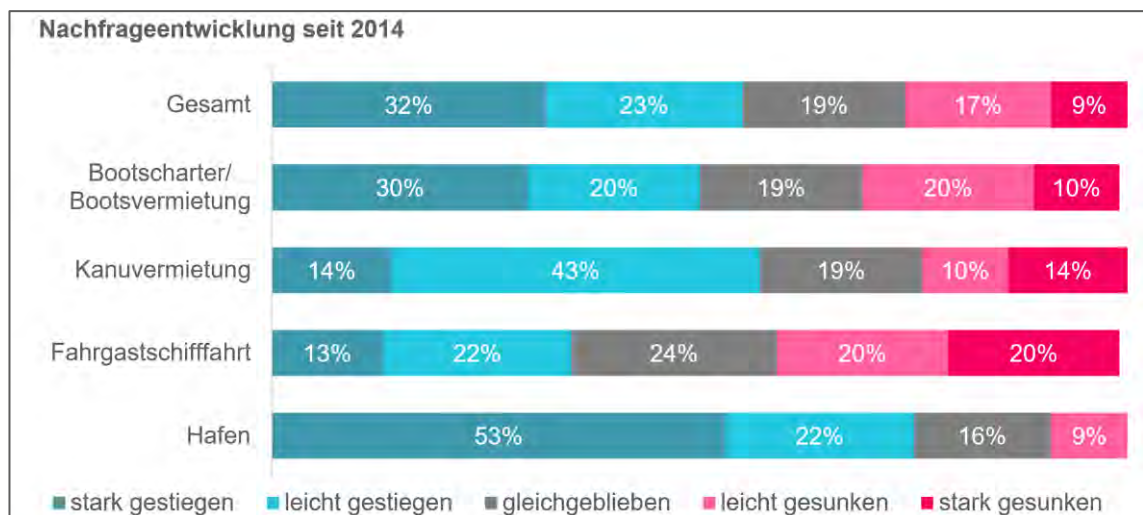


Abbildung 3-13: Nachfrageentwicklung der vier Angebotssegmente im Vergleich





- Dreiviertel der Hafentreiber haben eine gestiegene Nachfrage zu verzeichnen. Das ist im Vergleich der vier Segmente untereinander die mit Abstand stärkste Nachfrageentwicklung. Danach folgen die Kanuvermieter und die Charteranbieter mit 57 % bzw. 50 %. Im Bootscharter ist im Vergleich der Bootstypen die Vermietung von Tagesflößen am stärksten gestiegen. Die Fahrgastschiffahrt fällt bei der Nachfrageentwicklung seit 2014 im Vergleich zu den drei anderen Segmenten etwas ab. Nur bei gut einem Drittel hat sich diese positiv entwickelt. In Berlin mit 53 % ist die Entwicklung deutlich besser als in Brandenburg, wo nur 22 % der Anbieter eine positive Nachfrageentwicklung verzeichnen konnten, 45 % hingegen eine rückläufige Nachfrage. Sowohl für Berlin wie auch Brandenburg gilt, dass die Nachfrage in erster Linie bei Linienfahrten gestiegen ist, während bei Charterfahrten und Eventfahrten eine rückläufige Entwicklung überwiegt.
- Die in der 2014er Studie geäußerte durchweg positive Nachfrageerwartung ist allerdings nicht in vollem Maße eingetreten. In allen vier Segmenten haben deutlich mehr Anbieter eine rückläufige Marktnachfrage zu verzeichnen als 2014 erwartet; im Bootscharter und bei den Kanuanbietern fast jedes vierte Unternehmen. Die Ursache hierfür dürfte in dem im Verhältnis zur Marktnachfrage überproportionalen Anstieg der Angebotskapazitäten liegen. Dies gilt in besonderem Maße für Mehrumpfboote. Im Vergleich aller vier Angebotssegmente fällt mit 40 % der Anteil der Betriebe mit rückläufiger Entwicklung in der Fahrgastschiffahrt mit Abstand am höchsten aus, in Brandenburg deutlich stärker als in Berlin.

## **2. Die Angebotsstruktur im Chartermarkt hat sich seit 2014 massiv verändert.**

Mehr als jedes dritte Vermietboot ist mittlerweile ein Zweirumpfboot. Deren Anzahl hat sich seit 2014 in etwa versechsfacht, während bei den Motoryachten und klassischen Hausbooten sogar ein leichter Rückgang festzustellen ist. Bei den Mehrumpfbooten hat zudem eine erhebliche Ausdifferenzierung des Angebots zwischen Tages- und Übernachtungsflößen sowie einfachen Flößen und großen Bungalowbooten stattgefunden, wie es sie so 2014 noch nicht gab. Während sich in Berlin die Vermietung von Tagesflößen zum bedeutendsten Verleihgeschäft entwickelt hat, kommen in Brandenburg in erster Linie Übernachtungsflöße/Bungalowboote zum Einsatz. Das rasante Wachstum bei Zweirumpfbooten erklärt sich durch die deutlich niedrigere Einstiegshürde sowohl für Kunden als auch Anbieter. Die Zweirumpfboote sind in ihrer großen Mehrheit führerscheinfrei und in der Herstellung deutlich günstiger als klassische Motoryachten/Hausboote. Die mit der Einführung der Führerscheinfreiheit bis 15 PS angestrebte Marktstimulierung und -erweiterung ist damit aufgegangen.

### 3. Es besteht eine Unterversorgung bei Sportbootliegeplätzen/Anlegemöglichkeiten.

Die Corona-Pandemie hat zu einem deutlichen Wachstumsschub bei Eignerbooten geführt und damit die Nachfrage nach Dauerliegeplätzen beträchtlich erhöht. Diese kann von vielen Häfen nicht in ausreichendem Maße bedient werden. Für den Wassertourismus noch viel problematischer aber ist die Situation bei den Gastliegeplätzen. Vor allem in der Hauptsaison haben Bootstouristen häufig ein Problem, einen Gastliegeplatz zu finden. Das gilt in noch höherem Maße für Bungalowboote, die aufgrund ihrer Größe und Form kaum passende Liegeplätze vorfinden. Damit werden Landgänge immer schwieriger, was die Wertschöpfungspotenziale durch Landgänge beeinträchtigt, und zu Frustrationen bei den Bootsurlaubern führt. Auch abseits der Häfen entspricht das Liegeplatzangebot nach Ansicht fast aller befragten Anbieter nicht den Kundenanforderungen. Für motorisierte Boote gibt es zu wenige öffentliche Anleger in den Anrainerkommunen und an den Gastronomiebetrieben sowie so gut wie keine Wasserwanderrastplätze außerhalb von Ortschaften, wie das in anderen europäischen Wettbewerbsregionen, beispielsweise in den Niederlanden und Irland, weit verbreitet ist. Sollte diese Entwicklung anhalten oder sich sogar verstärken, besteht die Gefahr, dass sich Bootsurlauber gegen einen (weiteren) Bootsurlaub auf dem Berliner und Brandenburger Gewässersystem entscheiden. Abgesehen von Imageverlusten wären damit erhebliche negative Folgewirkungen für die regionale Wertschöpfung durch den Bootstourismus verbunden.

### 4. Die Branche leidet unter einem massiven Arbeitskräftemangel sowie unter einer Bürokratielast und komplizierten Genehmigungsverfahren.

Personalmangel gilt segmentübergreifend für gut drei Viertel aller Anbieter. Besonders die Fahrgastschiffahrt leidet unter Personalknappheit. Die unzureichenden Personalressourcen stellen für die gesamte Wassertourismusbranche ein erhebliches Risiko dar, wie auch der gestiegene bürokratische Aufwand und restriktive Genehmigungsprozesse, insbesondere im Hinblick auf die Erweiterung von Liegeplätzen. Nicht nur die Erweiterung, selbst die Sanierung von Steganalagen erfordert häufig aufwendige Genehmigungsverfahren.

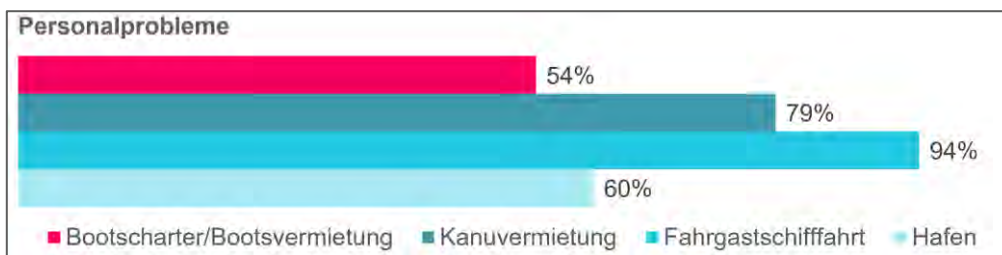


Abbildung 3-14: Prozentualer Anteil von Betrieben mit Personalproblemen für alle 4 Angebotssegmente



## 5. Nutzungskonflikte am und auf dem Wasser haben zugenommen.

Der Wassertourismus in Berlin und Brandenburg befindet sich zunehmend in einem Spannungsfeld zwischen den verschiedenen Akteuren auf und am Wasser. Durch die steigende Zahl der Anbieter und Boote in den letzten Jahren sind mehr Menschen auf den Gewässern unterwegs. Besonders in den stark frequentierten Bereichen in Berlin und Brandenburg führt dies vermehrt zu Nutzungskonflikten. Um die unterschiedlichen Interessen, wie Erholung, Umweltschutz und regionale Wirtschaftsförderung, in Einklang zu bringen, ist es notwendig, das gegenseitige Verständnis und den Respekt zwischen den Nutzern zu fördern. Besonders auf den stark frequentierten Gewässern, die vor allem bei Tagesausflüglern beliebt sind, bietet sich die Möglichkeit, durch gezielte Schulungsmaßnahmen zur richtigen Bootsführung die Sicherheit und das Erlebnis für alle Nutzer zu verbessern.

**Fazit Positionsbestimmung:** Der Wassertourismus in Berlin und Brandenburg befindet sich sowohl angebots- als auch nachfrageseitig auf einem sehr hohen Niveau. Auch mit Blick auf die europäischen Hauptwettbewerber im Bootstourismus zeigt sich die Branche angebotsseitig sehr gut aufgestellt und wettbewerbsfähig. In infrastruktureller Hinsicht gibt es insbesondere bei der Ausstattung mit öffentlichen Anlegern in den Anrainerkommunen im internationalen Vergleich mit den Niederlanden sowie Irland aber noch Nachholbedarf. Diese sind für die Realisierung von Wertschöpfungseffekten von zentraler Bedeutung. Die Branche steht angesichts des schwieriger gewordenen Marktumfelds vor der Herausforderung, dieses Niveau zu halten und weiter zu qualifizieren. Zwingend erforderlich ist hierfür vor dem Hintergrund des schwieriger gewordenen Marktumfelds die Sicherung bzw. Herstellung einer funktionsfähigen Wasserstraßeninfrastruktur (Schleusen, Wehre) unter Berücksichtigung des Erhalts einer durchgängigen Befahrbarkeit der Wasserstraßen.



# Marktperspektiven bis 2030

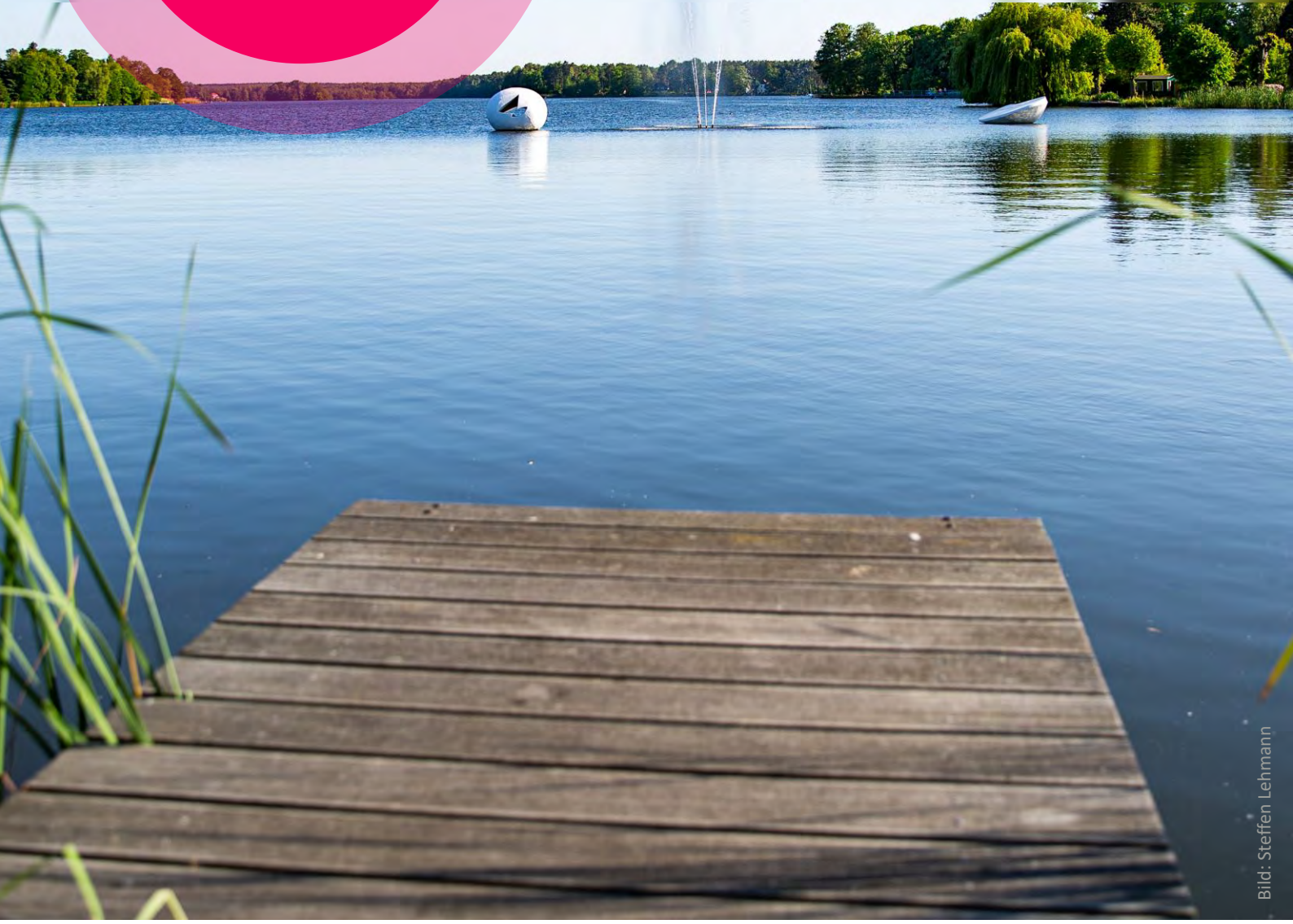


Bild: Steffen Lehmann



## 4.1 Marktausblick Chartertourismus

In der Breitenbefragung wurden für den Zeitraum bis 2030 die Erwartungspotenziale in der Branche im Hinblick auf Nachfrageerwartungen und Erweiterungsabsichten abgefragt.

- Fast jedes zweite Unternehmen geht davon aus, dass die Nachfrage bis 2030 stabil auf dem jetzigen Niveau bleibt. Ein Drittel erwartet einen Nachfrageanstieg, auf der anderen Seite jedes fünfte Unternehmen auch einen leichten Rückgang. Im Vergleich zur 2014er Befragung, bei der 58 % der Charterbetriebe von einem Nachfragezuwachs ausgegangen sind, fällt die aktuelle Einschätzung damit deutlich weniger optimistisch aus. Die Nachfrageerwartungen sind für Zweirumpfboote etwas höher als für Einrumpfboote.

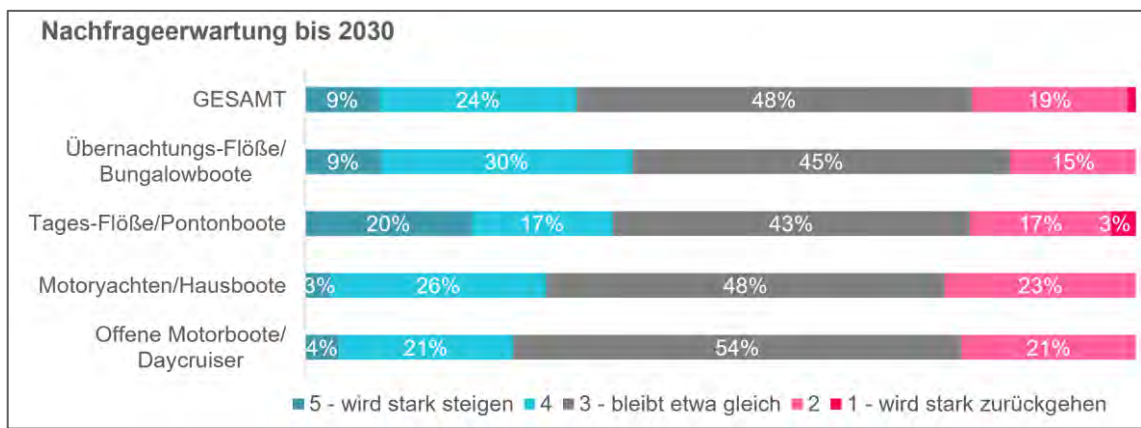


Abbildung 4-1: Nachfrageerwartungen motorisierter Bootstourismus

- Entsprechend zurückhaltender werden auch die eigenen Unternehmensperspektiven beurteilt. Bei der Frage nach den Geschäftsaussichten zeigt sich ein ambivalentes Meinungsbild. 61 % der Betriebe schätzen diese überwiegend positiv ein. Auf der anderen Seite äußern sich aber 39 % der Betriebe leicht pessimistisch, überdurchschnittlich in der Region Nord. Am positivsten bewerten die Berliner Betriebe ihre Zukunft. Eine Erklärung für die im Vergleich zu 2014 deutlich zurückhaltendere Zukunftseinschätzung ist die kritische Bewertung der Risiken und Hemmnisse. 80 % der Anbieter sehen ihre Unternehmensperspektive durch hohe bürokratische Auflagen, eine unzureichende Liegeplatzausstattung, eine schlechtere wirtschaftliche Situation bei den Kunden und den hohen Sanierungsbedarf bei der Wasserstraßeninfrastruktur bedroht. Hinzu kommt ein zunehmender Wettbewerbsdruck durch die deutlich gestiegene Anzahl an Anbietern und Bootskapazitäten.

- Die im Vergleich zu 2014 weniger optimistische Nachfrageentwicklung findet ihren Niederschlag auch auf der Angebotsseite in Form eher zurückhaltender Investitionsabsichten. Die meisten Betriebe wollen ihre derzeitigen Kapazitäten erhalten. Wollten 2014 noch drei Viertel aller Anbieter ihre Bootsflotten erweitern, sind es aktuell mit 37 % deutlich weniger. Die Investitionsbereitschaft für Übernachtungsflöße/Bungalowboote ist im Vergleich zu den anderen Bootstypen leicht überdurchschnittlich. 62 % der geplanten Flottenerweiterungen betreffen Boote mit einer Motorisierung von max. 15 PS. Das größte Erweiterungspotenzial gibt es demnach bei führerscheinfreien Booten. Da auf der anderen Seite vor dem Hintergrund der zurückhaltenden Nachfrageerwartungen mehr als jedes fünfte Unternehmen seine Kapazitäten reduzieren will, kann davon ausgegangen werden, dass die Bootszahl insgesamt nur noch geringfügig zunehmen wird.

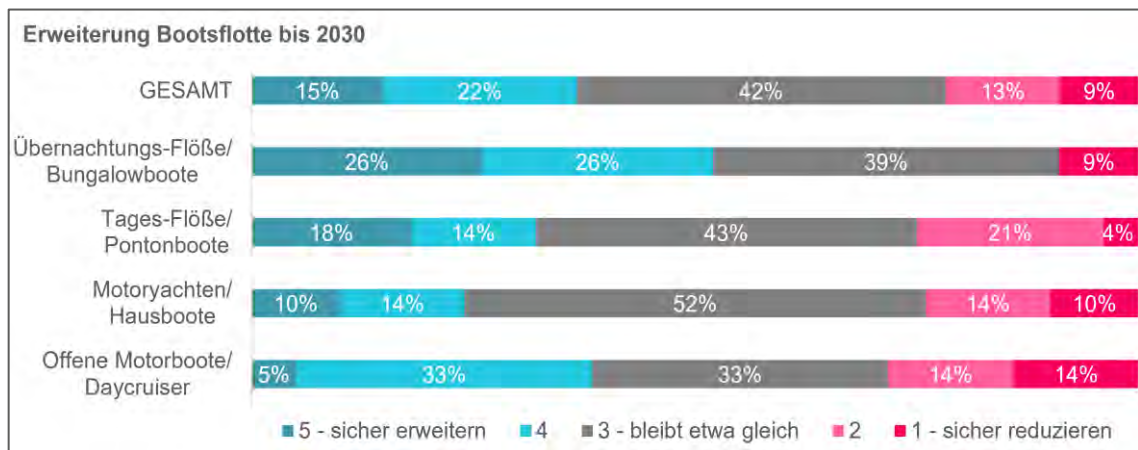


Abbildung 4-2: Erweiterungsabsichten der Bootsflotten

## 4.2 Marktausblick Kanutourismus

- Mit einem Anteil von 45 % geht die Mehrheit der Kanuvermieter von einer konstant bleibenden Nachfrage aus. Immerhin 40 % der Anbieter erwarten aber eine Steigerung der Marktnachfrage, tendenziell eher bei Tagesvermietungen als bei Mehrtagesvermietungen. Im Vergleich zum Charter mit 33 % fällt die Markterwartung im Kanutourismus damit leicht positiver aus. Vergleicht man die Nachfrageerwartungen allerdings mit dem Ergebnis der 2014er Befragung, so ist die Zukunftserwartung bis 2030 ebenfalls deutlich pessimistischer. Seinerzeit gingen 70 % der Anbieter von einem Marktwachstum aus und eine rückläufige Entwicklungserwartung hatte kein Unternehmen geäußert.



Abbildung 4-3: Nachfrageerwartung bei der Kanuvermietung

- Ein größerer Anstieg bei den Bootskapazitäten ist nicht zu erwarten. Sicher erweitern wollen nur 15 % der Anbieter. Die große Mehrheit will wie auch im Chartersegment ihre aktuellen Kapazitäten konstant halten.

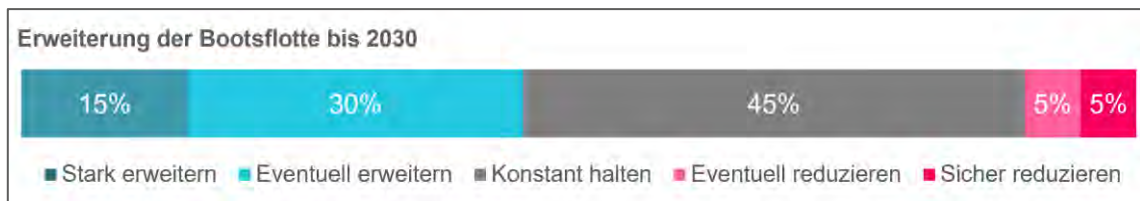


Abbildung 4-4: Erweiterung der Kanu-Vermietkapazitäten

- Die positiven Einschätzungen zur Unternehmensperspektive überwiegen deutlich. Gut jeder vierte Betrieb blickt auch etwas pessimistisch in seine Zukunft.

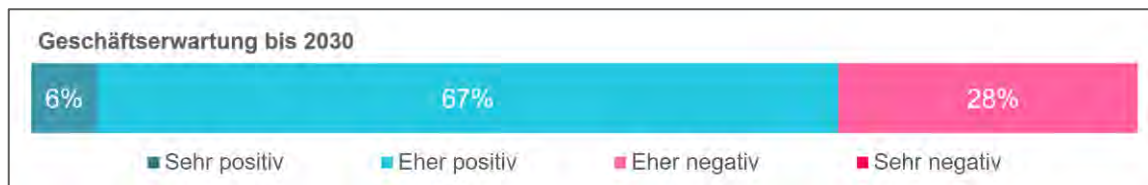


Abbildung 4-5: Bewertung der Geschäftsaussichten durch Kanuanbieter

- Fast alle Kanuanbieter (89 %) sehen Risiken und Hemmnisse für ihr Geschäft. Dies betrifft v. a. die Zunahme des motorisierten Bootsverkehrs, Befahrungseinschränkungen und sinkende Wasserstände.

### 4.3 Marktausblick Fahrgastschifffahrt

- Die Markterwartungen stellen sich sehr uneinheitlich dar. Gut jeder zweite Betrieb erwartet eine etwa gleichbleibende Nachfrage und 28 % eine steigende Nachfrage, im Vergleich der drei Geschäftsfelder überdurchschnittlich bei Eventfahrten. Im zeitlichen Vergleich zur 2014er Befragung, in der 63 % die Erwartung einer steigenden Marktnachfrage angegeben haben, fallen die Markterwartungen damit bis 2030 deutlich reservierter aus. Etwa jeder fünfte Betrieb schätzt die künftige Nachfrageentwicklung eher rückläufig ein, insbesondere im Geschäftsfeld Charterfahrten.

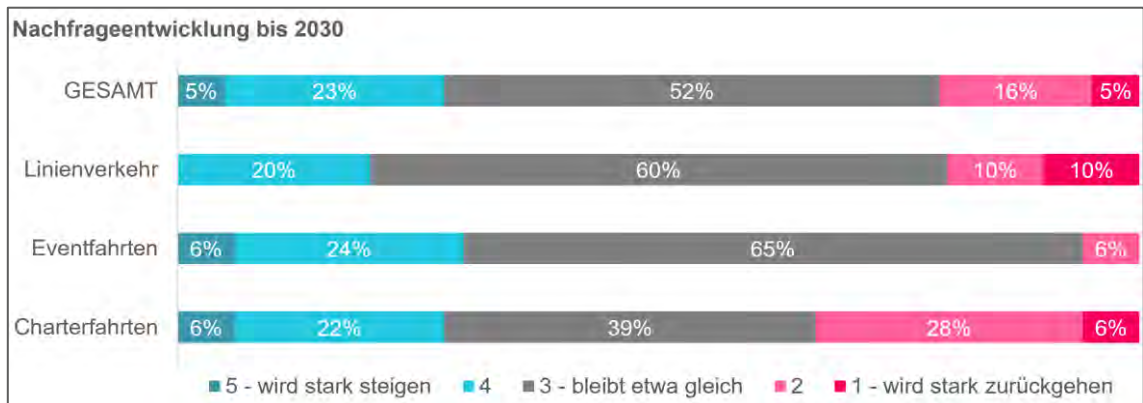


Abbildung 4-6: Nachfrageerwartung Fahrgastschifffahrt

- Die verhaltene Nachfrageentwicklung wirkt sich auf die Einschätzung der eigenen Unternehmensperspektive aus. Hier überwiegt leicht eine eher negative Geschäftserwartung. Mit 83 % sieht die große Mehrheit Risiken für ihr Geschäft. Dies betrifft allen voran die Punkte Auflagen/Bürokratie, Konjunktur, Personalknappheit und den hohen Sanierungsbedarf der Wasserstraßeninfrastruktur.



Abbildung 4-7: Geschäftsaussichten Fahrgastschifffahrt

- Trotz der eher reservierten Nachfrage- und Geschäftserwartungen ist weiterhin eine hohe Investitionsbereitschaft festzustellen. Etwas mehr als ein Drittel plant den Kauf neuer Schiffe/Boote (Ersatzkauf ohne Erweiterung der Flotte), ein knappes Drittel „vielleicht“. Und mit einem Anteil von 53 % möchte mehr als die Hälfte der Anbieter ihre Schiffsflotte weiter modernisieren, 27 % möchten dies vielleicht tun.

## 4.4 Marktausblick Häfen

- Gut die Hälfte der Hafentreiber geht von einem weiteren Anstieg bei der Gastliegenachfrage aus. Nur gut jeder zehnte Hafentreiber geht von einem leichten Rückgang aus. Auf die Frage nach Erweiterung haben 38 % geantwortet, dass sie ihre Gastliegeplatzkapazitäten gerne erweitern möchten.



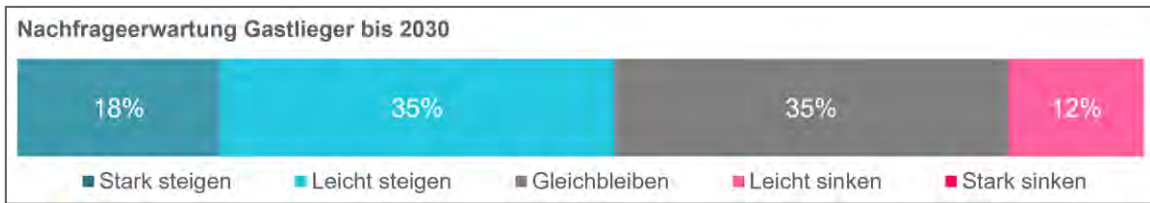


Abbildung 4-8: Erwartete Gastliegenachfrage in den Häfen

- Auch hinsichtlich des künftigen Bedarfs an Dauerliegeplätzen gehen die Betreiber mehrheitlich von einem leichten oder starken Anstieg der Nachfrage aus. 60 % der Hafengebtreiber möchten deshalb die Dauerliegeplatzkapazitäten noch erhöhen.
- Insgesamt ist weiterhin eine große Investitionsbereitschaft zu erwarten. 43 % der Hafengebtreiber wollen auf jeden Fall weitere Investitionen in ihrem Hafen vornehmen. Ganz oben auf der „To-do-Liste“ steht die Modernisierung der Steganlagen, gefolgt von deren Erweiterung.

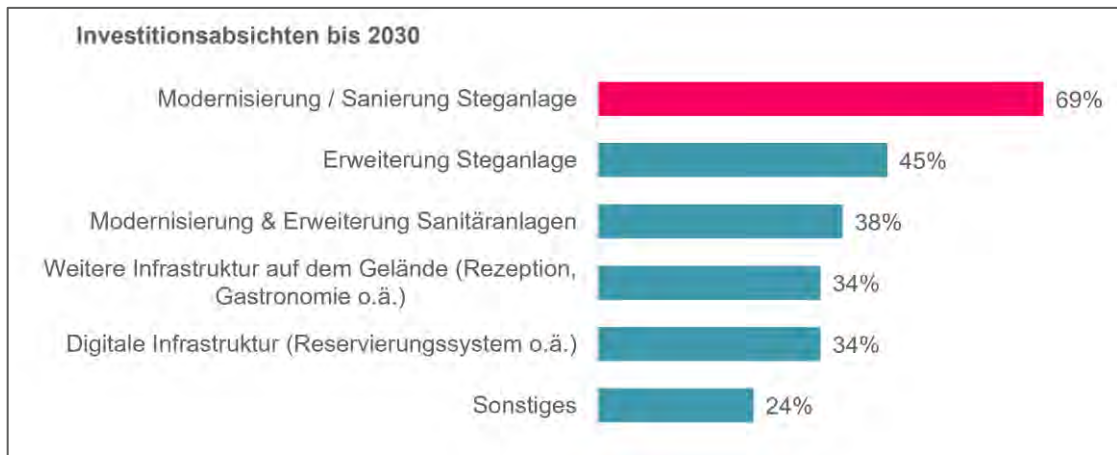


Abbildung 4-9: Investitionstätigkeiten durch die Hafengebtreiber

- Die große Mehrheit der Hafengebtreiber schätzt ihre Unternehmensperspektive positiv ein. Im Vergleich der vier untersuchten Angebotssegmente ist damit das Stimmungsbild bei den Hafengebtreibern am positivsten. Trotzdem sehen 68 % der Hafengebtreiber Risiken und Hemmnisse für ihre Geschäftsaussichten. Das betrifft in erster Linie die Punkte Genehmigungen/Auflagen/Bürokratie, sinkende Wasserstände und Verschlammung.

## 4.5 Exkurs: Elektromobilität

Eine Zielstellung der Studie betrifft die Einschätzung der E-Mobilitätspotenziale, respektive die Bereitschaft der Branche für einen stärkeren Einstieg in alternative Antriebsformen, insbesondere für E-Antriebe. Zunächst hat die Anbieterbefragung den Eindruck aus der Sekundäranalyse bestätigt, dass die E-Mobilität im Bootstourismus aktuell noch eine

untergeordnete Rolle einnimmt. Das korrespondiert in etwa mit dem Ergebnis der Besucherbefragung im November 2023 auf der Berliner Wassersportmesse Boot & Fun. Gut 4 % der Befragten gaben dort den Besitz eines E-Boots an. Durchschnittlich 6 % der Besucher planen in den nächsten zehn Jahren den Kauf eines E-Boots.

Der Blick in die Zukunft zeigt aber eine hohe grundsätzliche Bereitschaft für Investitionen in die Elektromobilität in der Branche. Fast zwei Drittel der Vercharterer (63 %) erwägen bis 2030 den Neukauf von Elektrobooten (Neueinstieg oder Erweiterung), davon 26 %, also gut jeder vierte Anbieter, sogar sicher. Dies trifft insbesondere auf die Bootskategorien „offene Motorboote“ und „Übernachtungsflöße/Bungalowboote“ (jeweils 42 %) zu, gefolgt von Tagesflößen mit 34 %. Der Einstieg in die Elektromobilität umfasst nicht nur den Neuerwerb von Elektrobooten. 69 % der Vermieter mit einer Bereitschaft, in die Elektromobilität zu investieren, können sich eine Umrüstung vorstellen. Das zeigt, dass das Thema Verkehrswende auf dem Wasser insbesondere hinsichtlich der Elektromobilität in den Köpfen vieler Anbieter angekommen ist, und damit eine grundsätzliche Bereitschaft für künftige Investitionen in E-Mobilität besteht. Dies wird auch durch die Hafенbetreiber bekräftigt, von denen 20 % sicher in Ladeinfrastruktur investieren wollen und 57 % vielleicht (überdurchschnittlich in der Region Nord, unterdurchschnittlich in Süd-Ost).

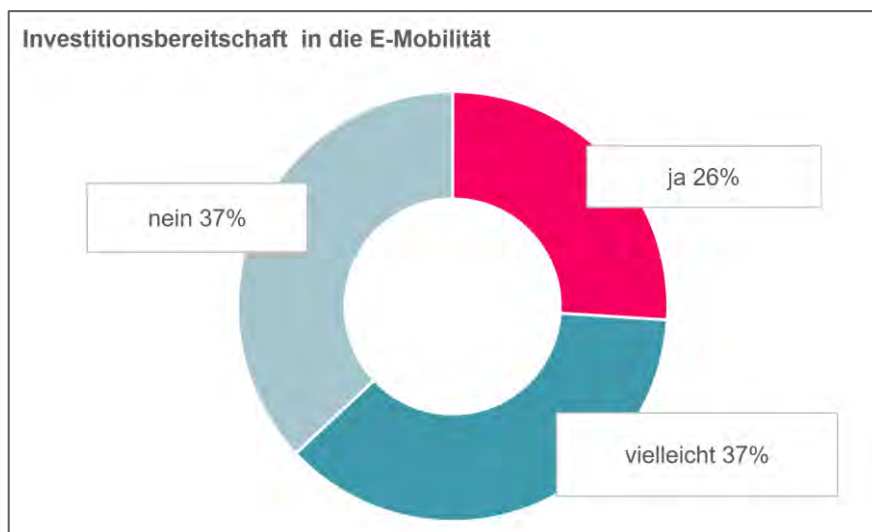


Abbildung 4-10: Investitionsbereitschaft in die E-Mobilität

Wie viele Anbieter ihre Investitionsbereitschaft in die E-Mobilität tatsächlich in die Tat umsetzen, dürfte im hohen Maße von den künftigen Rahmenbedingungen abhängen (Ladeinfrastruktur, Anreize für Kauf von E-Booten). Die aktuell sehr geringe Verbreitung der E-Mobilität ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass auf der einen Seite der Ausbau der Ladestruktur für die Häfen angesichts der geringen E-Bootzahlen wirtschaftlich kaum darstellbar ist. Auf der anderen Seite sind Vermieter ohne eine ausreichende Versorgung mit Ladesäulen ebenfalls verständlicherweise zurückhaltend bei ihren Investitionen in die E-Mobilität. Hinzu kommt auf der

Kundenseite eine aktuell noch eher gering ausgeprägte Bereitschaft, für E-Boote höhere Ausleihkosten zu bezahlen. Eine stärkere öffentliche Unterstützung für mehr E-Mobilität auf den Gewässern ist notwendig, um die aktuelle Blockadesituation zwischen Häfen und Charterbetrieben aufzulösen.

Als zentrale Erkenntnis aus der Befragung kann festgehalten werden, dass grundsätzlich eine hohe Akzeptanz für den Einstieg in die Elektromobilität vorhanden ist. Ein Ausbau der Ladeinfrastruktur sowie Anreize bei der Anschaffung von Elektrobooten dürfte vor diesem Hintergrund perspektivisch zu einem deutlich höheren Anteil an Elektrobooten auf den Gewässern führen, zumal durch die zu erwartende weitere technologische Entwicklung bei der Ladetechnik die Mehrkosten für E-Antriebe auch sinken dürften. Die Unterhaltungskosten für E-Boote sind bereits jetzt niedriger als bei Booten mit Verbrennermotoren.

Eine hohe grundsätzliche Akzeptanz für Elektroschiffe gibt es auch in der Fahrgastschifffahrt. Etwa jeder dritte Betrieb kann sich die Umrüstung auf klimafreundlichen Antrieb vorstellen, davon ein Drittel sogar ziemlich sicher. Das betrifft im gleichen Maße die Umrüstung auf reinen Elektroantrieb wie Hybridantrieb, während das Interesse für Investitionen in Wasserstoffantrieb lt. Befragung noch sehr wenig ausgeprägt ist. Im Vergleich Berlin mit Brandenburg zeigt sich aus der Befragung bei den Berliner Reedereien im Vergleich mit den Brandenburger Betrieben eine deutlich höhere Bereitschaft für die Umrüstung auf klimafreundliche Schiffe.

## 4.6 Exkurs: Auswirkungen des Klimawandels

Die Wassertourismusbranche ist aufgrund ihrer Abhängigkeit besonders stark von stabilen Wetterbedingungen und intakten Gewässern betroffen. Im Expertengespräch mit dem Gutachter des parallellaufenden Klimafolgengutachtens im Auftrag der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH in Partnerschaft mit der Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern des Landes Brandenburg wurden die folgenden zentralen Entwicklungstendenzen, die besonders die Wassertourismusbranche betreffen, für den Zeitraum bis 2060 skizziert:

- Zunahme der Anzahl der Sommertage als auch der Hitzetage, wobei im Süden Brandenburgs eine größere Häufung von Hitzetagen im Vergleich zum Norden wahrscheinlich ist
- Anstieg der Jahresmittellufttemperatur um durchschnittlich 1,9 Grad
- Gleichbleibend niedriger Jahresniederschlag, jedoch in Bezug auf die unterjährige Verteilung mit Zunahme der Niederschlagsmenge im Winter und Frühling und Abnahme im Sommer
- Zunahme sowohl von Dürren als auch von Starkregenereignissen

Bei den Befragten haben 40 % gesunkene Wasserstände beobachtet, überdurchschnittlich in der Region Nord und von Kanuanbietern. Am wenigsten wahrgenommen wurden geringere

Wasserstände in der Region West (nur 21 %). Segmentübergreifend sieht etwa jeder zweite Anbieter Gefahren durch den Klimawandel für die weitere Wassertourismusentwicklung in der Region.

- Der Klimawandel und die daraus resultierenden Auswirkungen sind gleichermaßen Chancen und Risiken für den Wassertourismus in Berlin und Brandenburg. Chancen liegen in der Erhöhung der Vermietwochen, da mit höheren Temperaturen im Frühjahr und Herbst saisonale Verlängerungspotenziale einhergehen. Auf der anderen Seite können in den Sommermonaten dauerhafte hohe Temperaturen mit über 30 Grad eine starke körperliche Belastung für Bootsurlauber darstellen.

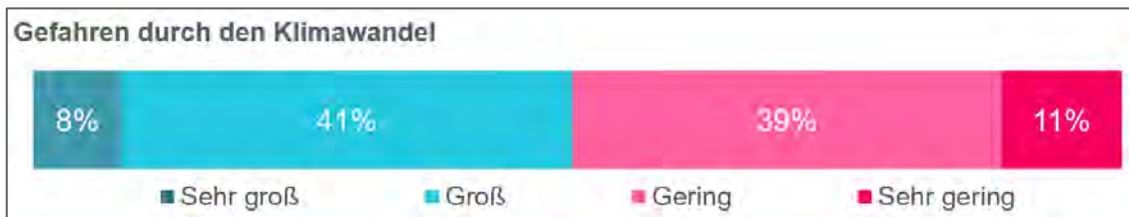


Abbildung 4-11: Gefahren durch den Klimawandel

Risiken bestehen durch Starkregenereignisse, die beispielsweise zu Schäden an der Infrastruktur und zu kurzfristigen Sperrungen von Gewässerabschnitten führen können. Gleichmaßen steigt die Gefahr niedriger Wasserstände durch ausbleibende Niederschläge und anhaltende Dürren. Dies kann ebenso Gewässer- und Schleusensperrungen, eine Verschlechterung der Wasser- und Badequalität sowie eine eingeschränkte Beweglichkeit auf dem Wasser, aber auch an Land (z. B. bei Waldbränden) zur Folge haben. Gäste würden kurzfristige Stornierungen von Buchungen vornehmen, was wiederum zu Umsatzeinbußen bei den Unternehmen führen könnte, da Alternativangebote fehlen. Gleichzeitig kann es zur Überfüllung der Gewässer an Schönwettertagen und vermehrten Konfliktsituationen unterschiedlicher Nutzergruppen kommen. Imageschäden werden meist für die gesamte Region Berlin-Brandenburg gesehen, auch wenn nur Teilregionen von z. B. Extremereignissen (Fischsterben, Hochwasser) betroffen sind. Aufgrund seiner Charakteristik sind Anbieter und Gäste im Wassertourismus direkt und unmittelbar von den Folgen betroffen. Um den sinkenden Wasserständen zu begegnen, sind perspektivisch Boote mit einem geringen Tiefgang, z. B. Zweirumpfboote von Vorteil. Viele Anbieter wollen mit angepassten Angeboten und weitreichenden Informationen für ihre Gäste reagieren. Weitere Maßnahmen sind im Klimafolgengutachten detailliert für die Wassertourismusbranche beschrieben.



## 4.7 Schlüsselerkenntnisse zu den Marktperspektiven bis 2030

- Die allgemeinen Zukunftsaussichten des Wassertourismus in Berlin und Brandenburg, branchenübergreifend und unabhängig von den einzelnen Unternehmenserwartungen, werden überwiegend weiter positiv eingeschätzt.**

Nur 12 % aller segmentübergreifend befragten Anbieter beurteilen die Perspektiven des Wassertourismus schlecht, während mit 46 % fast jeder zweite Anbieter eine optimistische Einschätzung vertritt.

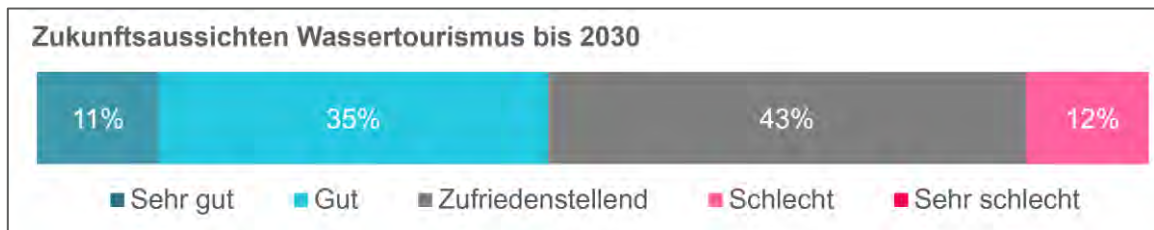


Abbildung 4-12: Ausblick: Marktperspektiven bis 2030

- Die Markt- und Geschäftserwartungen sind im Vergleich zu 2014 deutlich zurückhaltender.**

Angesichts des schwierigeren Marktumfelds sind Wachstumszahlen wie in der Vergangenheit bis 2030 nicht mehr zu erwarten, sondern nur noch moderat und mit deutlich abgeschwächter Wachstumsdynamik. Fast jeder fünfte Betrieb erwartet eine rückläufige Nachfrage. Das betrifft mehr oder weniger alle vier untersuchten Angebotssegmente, überdurchschnittlich die Fahrgastschiffahrt.

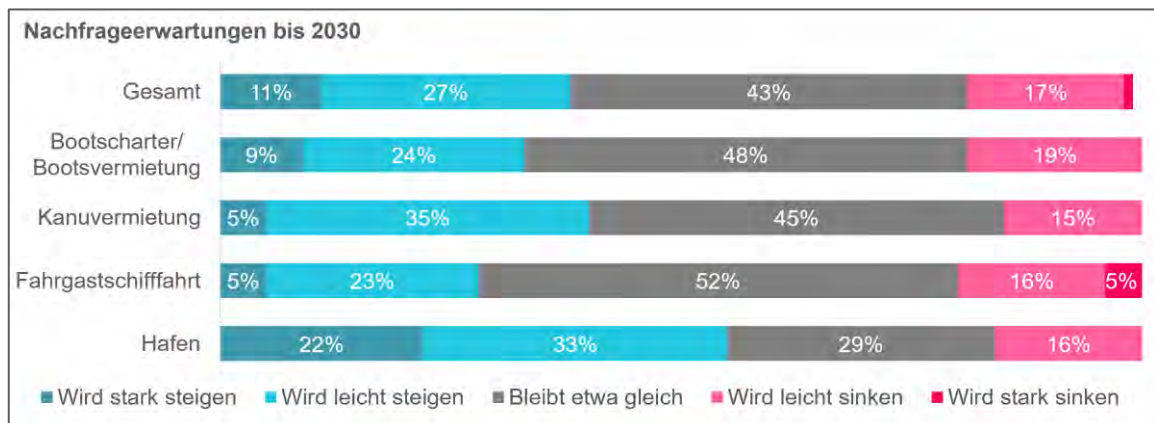


Abbildung 4-13: Nachfrageerwartung bis 2030 über alle vier Angebotsprofile



**3. Die Grenze bei der Anzahl an Vermietbooten dürfte weitestgehend erreicht sein. Zu erwarten ist nur ein geringer Anstieg der Vermietbootzahlen.**

Vor dem Hintergrund der seit 2014 erfolgten signifikanten Zunahme an Vermietbooten, insbesondere bei Zweirumpfbooten, und der daraus resultierenden schlechteren Auslastung sind weder größere Flottenerweiterungen noch Neugründungen zu erwarten. Für einen Großteil der Anbieter dürfte künftig die Priorität in der Steigerung der im Vergleich zu 2014 geringeren Auslastungsquote liegen. Immerhin jeder fünfte Charterbetrieb will deshalb seine Kapazitäten sogar verkleinern.

**4. Die Branche steht insgesamt vor herausfordernden Zeiten. Das gilt für alle vier untersuchten Angebotssegmente.**

Die Geschäftsperspektiven sind im Vergleich zu 2014 deutlich eingetrübter. Angesichts von Überkapazitäten und schwierigeren Rahmenbedingungen sind v. a. bei den Vercharterern vereinzelte Betriebsschließungen durchaus nicht ausgeschlossen. Insgesamt haben die Herausforderungen für die Branche deutlich zugenommen: Personalmangel, Auswirkungen des Klimawandels, schwächelnde Konjunktur bei deutlich gestiegenen Kosten für die Anbieter und höheren Mietpreisen, viel Bürokratie und schwierige Genehmigungsverfahren sowie die drohende weitere Verknappung von Gastliege- und Dauerliegeplätzen sind Risikofaktoren für die Zukunftsaussichten. Hinzu kommt vor dem Hintergrund der vielerorts sanierungsbedürftigen Wasserstraßeninfrastruktur und der Personalproblematik bei den Wasserstraßen- und Schifffahrtsämtern ein Bedrohungspotenzial hinsichtlich der Gewährleistung einer durchgängigen Befahrbarkeit der Wasserstraßen und nutzergerechter Schleusenöffnungszeiten.

**5. Hohe Bereitschaft in der Branche für den Ausbau der E-Mobilität**

Die Potenziale für einen Ausbau alternativer Antriebstechniken, insbesondere von E-Motoren stellen sich positiv dar. Die in dieser Höhe überraschend hohe Akzeptanz bei den Charterbetrieben, Hafenbetreibern und Reedern für einen Einstieg in die Elektromobilität ist ein wichtiges Signal für das Einleiten einer E-Mobilitätswende auf dem Wasser. Mit einer Verbesserung der Rahmenbedingungen für die hierfür erforderlichen Investitionen sind gute Perspektiven für einen höheren Anteil an Elektrobooten in der Vermietung zu erkennen. Auch wenn kurz- bis mittelfristig durch die sich konkretisierenden Umsetzungschancen der Fokus auf E-Antrieben liegt, sollte langfristig auf eine Technologieoffenheit geachtet werden.



**6. Sonderfall Lausitzer Seenland. Dort können bis 2030 und darüber hinaus erhebliche wassertouristische Wachstumspotenziale erwartet werden.**

In 2026 wird nach aktuellen Planungen des Bergbausanierers LMBV der Kernbereich des Gewässerverbunds in der Sanierung soweit hergestellt sein, dass dort ab 2026 die Befahrung von fünf durch Kanäle miteinander verbundenen Seen möglich sein wird (Großräschener See, Sedlitzer See, Senftenberger See, Geierswalder See, Partwitzer See), teilweise mit Rundtourcharakter. Damit entsteht ein vollkommen neues Wassertourismusrevier, das einmalig in Europa ist<sup>15</sup>. In Folge der Schiffbarkeit 2026 ist sowohl angebots- als auch nachfrageseitig ein dynamisches Wachstum zu erwarten, zumal aufgrund der überschaubaren Distanzen das Revier eine besonders hohe Eignung für das Boomsegment Zweirumpfboote aufweist.

**Fazit:** Die Befragung zeigt, dass es bei den Anbietern eine Anpassungs- und Innovationsbereitschaft gegenüber neuen Boots- und Antriebsformen gibt. Eindeutige Trends in der Angebotsgestaltung sind aus der Befragung und den Anbietergesprächen weder für den Bootschartertourismus noch für den Kanutourismus und die Fahrgastschiffahrt zu erkennen. Im Bootscharter geht nach Meinung einiger Anbieter der Trend hin zu mehr höherwertigen Booten. Ob das für den gesamten Markt gilt, lässt sich aus der Befragung nicht ableiten, wohl aber, dass sich der Boom bei den Zweirumpfbooten abflachen dürfte. In der Fahrgastschiffahrt ist ein leichter Positivtrend für Eventfahrten zu vermuten.

In Zukunft wird der Fokus verstärkt auf Konsolidierung und Qualitätssicherung liegen. Wachstumsraten im Bootstourismus wie in der Vergangenheit sind weder angebots- noch nachfrageseitig zu erwarten. Dies hat auf der anderen Seite sowohl für die Anbieter als auch für die Gewässerreviere positive gegensteuernde Effekte; für die Anbieter, weil der Wettbewerbsdruck nicht stärker wird und für die Reviere, weil sich damit die Gefahr eines Attraktionsverlustes durch zu starke Bootsverkehre minimiert.

Der Fokus ist in den nächsten Jahren stärker auf ein nachhaltiges, qualitatives Wachstum zu legen. Zur Bewältigung der häufig räumlichen und inhaltlich vernetzten Herausforderungen bedarf es eines optimalen Zusammenspiels der vielen wassertourismusrelevanten Akteure und Akteursgruppen. Gefordert ist sowohl ein gutes Zusammenspiel innerhalb der Branche als auch eine enge Zusammenarbeit zwischen dem Wassertourismusgewerbe, den kommunalen Gebietskörperschaften, den Ländern Brandenburg und Berlin, den Tourismusorganisationen und dem Bund als Eigentümer der meisten Wasserstraßen. Angesichts der vielen, den Wassertourismus tangierenden Ressortzuständigkeiten, ist auf Länderebene die ressortübergreifende Abstimmung eine ständige Herausforderung. Dem intensiven Zusammenspiel von Bund und Ländern kommt künftig eine noch höhere Bedeutung zu. Eine zentrale Rolle als regionale

---

<sup>15</sup> Im weiteren Zeithorizont nach 2030 wird der Gewässerverbund um vier weitere schiffbare Seen auf ausschließlich sächsischer Seite erweitert.

Steuerungs- und Koordinierungsinstanzen übernehmen die vier Wassertourismusinitiativen WIN für die Region Nord, WISO für die Region Süd-Ost, WIR und FUN für die Region West sowie der Zweckverband Lausitzer Seenland Brandenburg für den Gewässerverbund. WIN, WISO sowie der ZV LSB sind hierfür auf Grundlage der hohen Unterstützung durch die jeweiligen Gebietskörperschaften mit teils professionellen Strukturen gut aufgestellt. Entsprechende Strukturen für die Region West haben aktuell weder WIR noch FUN-Initiative. Durch den Austritt mehrerer Mitgliedsgemeinden (Potsdam, Ketzin, Lehnin) bei WIR wird für die Region West eine regionsumfassende Steuerung der wassertouristischen Abstimmungsprozesse schwieriger.





The background of the page is a photograph of a marina. In the foreground, several white sailboats are docked at a pier. In the middle ground, a modern, multi-story building with large glass windows and balconies is situated on the waterfront. The sky is blue with some light clouds. A large, semi-transparent pink circle is overlaid on the left side of the image, containing the number '5.' in white.

# 5.

## Wirtschaftliche Effekte des Bootstourismus für Berlin und Brandenburg



## 5.1 Wirtschaftsfaktor Wassertourismus

Der Wassertourismusmarkt ist wie unter Gliederungspunkt 1.3.2 dargestellt, insgesamt weitaus größer als die in dieser Studie untersuchten Marktsegmente gewerblicher Bootstourismus und Fahrgastschifffahrt. Die in dieser Studie nicht untersuchten Segmente wie u. a. Flusskreuzfahrten und Tauchtourismus bewirken weitere Umsätze, die in Berlin und Brandenburg wiederum zu Einkommens- und Beschäftigungseffekten führen. Hinzu kommen die aufgrund der fehlenden Datenlage nicht belastbar berechenbaren Umsätze aus Bootstouren mit Eignerbooten und Umsätze aus dem Tagesvermietungs-geschäft an den nicht in dieser Studie berücksichtigten Solitär-gewässern. **Die wirtschaftlichen Effekte aus dem Wassertourismus sind deshalb um ein Vielfaches höher als die in dieser Studie berechneten Umsätze.**

Bootstourismus und Fahrgastschifffahrt bilden den Kern des Wassertourismus und sind bildlich gesprochen der „wassertouristische Katalysator“, der umfangreiche wirtschaftliche Effekte in der gesamten Wassersportbranche auslöst. Diese weist insgesamt einen deutlich höheren Umsatz auf und beinhaltet umsatzstarke Segmente wie Bootshandel und -zubehör und alle Dienstleistungen, die aus der Betreibung der Boote und der Betriebsstandorte resultieren.

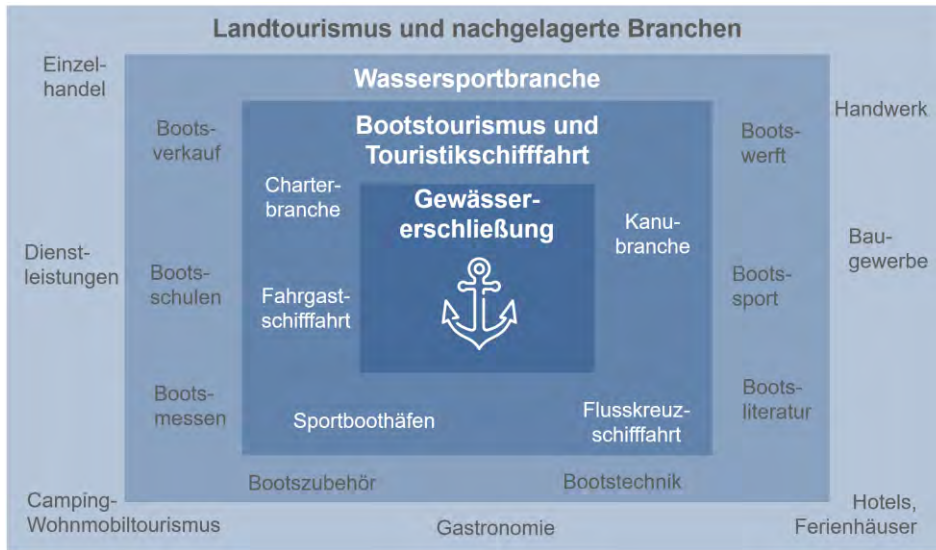
- Der **Schiffs- und Bootsbau** erwirtschaftete in Berlin im Jahr 2021 einen steuerbaren Umsatz in Höhe von 18,85 Mio. Euro<sup>16</sup> und 2019 in Brandenburg 9,98 Mio. Euro (2020 und 2021 in der Statistik nicht ausgewiesen).
- Die **Reparatur und Instandhaltung** von Schiffen, Booten, Yachten lag in Berlin 2021 bei 4,24 Mio. Euro, in Brandenburg bei 16,64 Mio. Euro.

Die wirtschaftlichen Effekte des Wassertourismus gehen weit über den Wassertourismus und die Wassersportbranche hinaus und führen nachgelagert auch in wassersportfremden Branchen wie Einzelhandel, Handwerk, Baugewerbe usw. zu Umsätzen.

---

<sup>16</sup> Landesamt für Statistik Brandenburg und Berlin: Umsatzsteuerpflichtige und deren Umsatz nach Wirtschaftszweigen





### 5.1.1 Wirtschaftsfaktor Boottourismus

Der kommerzielle Boottourismus steht im Mittelpunkt der touristischen Inwertsetzung der Gewässerpotenziale. Von den Ausgaben der Boottouristen profitieren die wassertouristischen Anbieter wie Bootsverleiher und Hafenbetreiber sowie in den Anrainerorten auch Handel, Gastronomie, Kultur und Freizeitanlagen (1. Umsatzstufe), wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht.

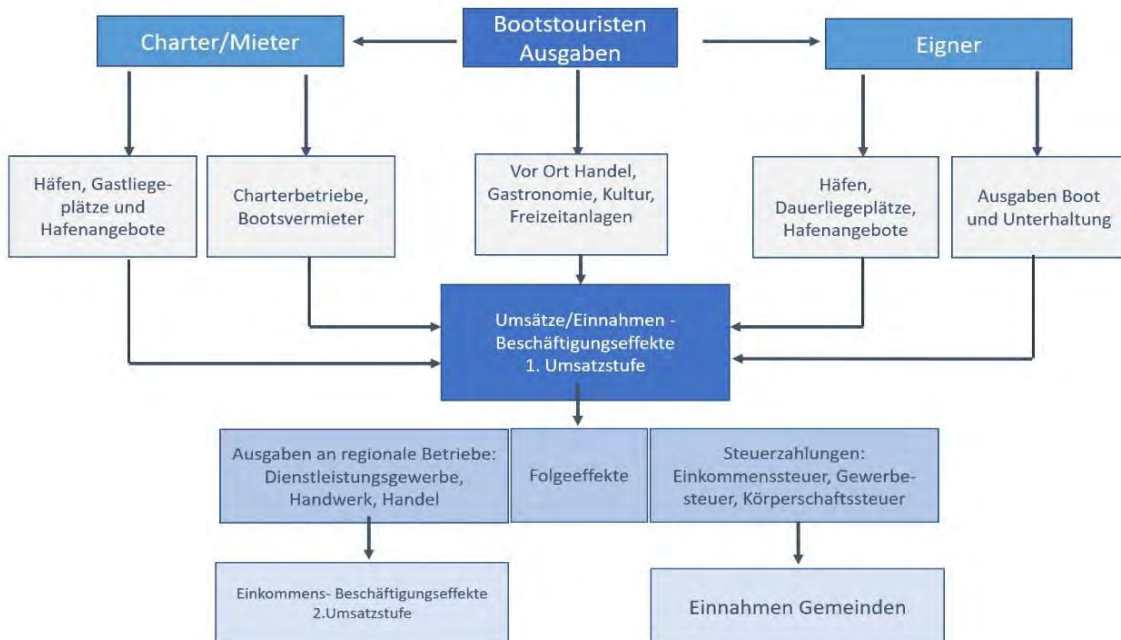


Abbildung 5-1: Wirtschaftliche Effekte durch Ausgaben der Bootsurlauber, eigene Darstellung PROJECT M



Der Wassertourismus ist durch eine hohe Vernetzung mit nachgelagerten Branchen gekennzeichnet, da ein Teil der Einnahmen aus der 1. Umsatzstufe in Form von Betriebsausgaben wiederum zu Umsatz bei in der Region ansässigen Betrieben im Dienstleistungsgewerbe, Handwerk oder Handel führt (2. Umsatzstufe). Aus den daraus resultierenden Steuereinnahmen profitieren davon auch die Kommunen wie im Übrigen auch Land und Bund.

Die Ausgaben der Wassertouristen bilden aber nur eine Seite der wirtschaftlichen Effekte ab. Häufig übersehen wird, dass auch die Ausgaben für die Gewässerinfrastruktur (Investitionen, Betrieb und Unterhaltung) regionalwirtschaftliche Effekte bewirken, da hierfür im hohen Maße Betriebe aus dem regionalen Umfeld beauftragt werden und die mit Investition und Betreibung verbundenen Ausgaben bei diesen wiederum zu Einkommen führen. Wasserseitige Infrastruktur wie z. B. ein Schleusenausbau kostet zwar Geld in der Investition und Unterhaltung, bewirkt aber auf der anderen Seite direkt wie auch indirekt regionalwirtschaftliche Effekte. Bund und Land sind neben den Kommunen, gewerblichen Anbietern und Vereinen in diesem Verständnis auch Impulsgeber für die regionale Wirtschaftsentwicklung und haben damit auch eine Funktion als regionale Wirtschaftsförderer.

Die folgende Abbildung veranschaulicht die regionalwirtschaftlichen Effekte aus Infrastrukturausbau und -unterhaltung:

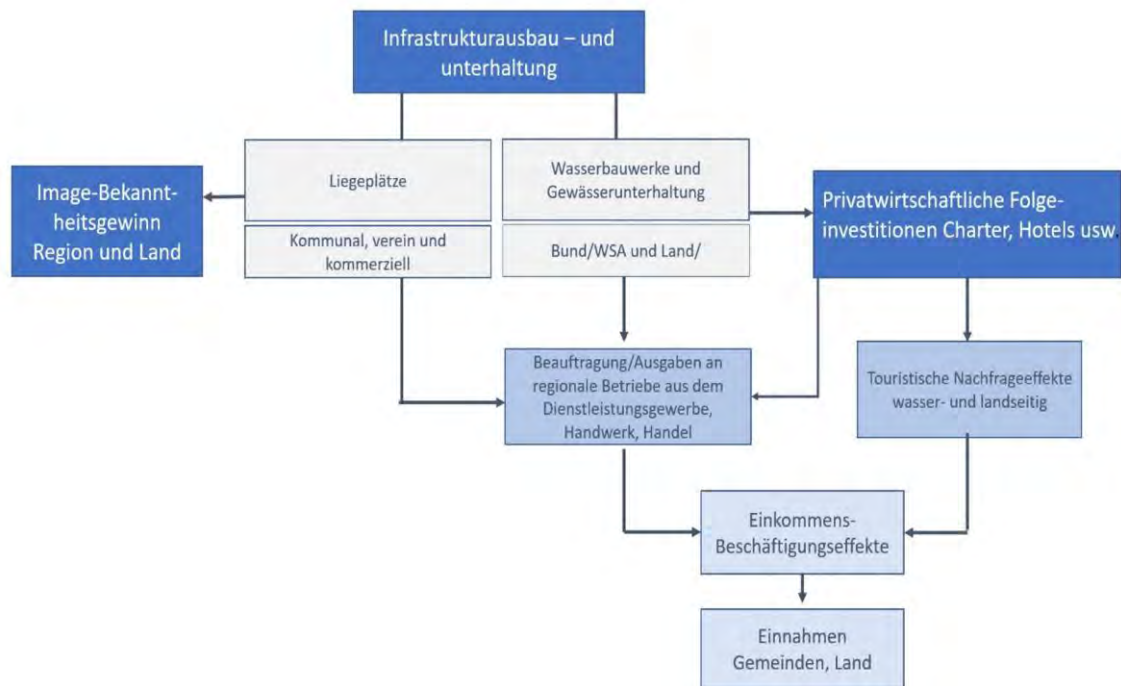


Abbildung 5-2: Wirtschaftliche Folgeeffekte aus Investitionen in die Wasserstraßen, eigene Darstellung PROJECT M



Öffentliche Investitionen in die wasserseitige Infrastruktur haben auch eine wichtige Initialfunktion, indem sie privatwirtschaftliche Folgeinvestitionen, sei es im Bootscharter oder auch in Hotelanlagen, selbst im Einzelhandel generieren. So hat beispielsweise erst die wassertouristische Erschließung des Langen Trödel die private Großinvestition in das Hafendorf Zerpenschleuse bewirkt. Die daraus resultierende Nachfrage führte wiederum dazu, dass sich vor Ort ein Lebensmitteldiscounter angesiedelt hat, für dessen Investitionsentscheidung allein das lokale Kaufkraftpotenzial nicht ausgereicht hätte. Von den Investitionen in die wassertouristische Infrastruktur profitieren damit indirekt auch die Anwohner nicht nur durch eine höhere Freizeitqualität, sondern wie das Beispiel Zerpenschleuse zeigt, auch durch eine bessere Versorgungsqualität.

**Fazit:** Wie bereits die 2014er Studie belegt hat, haben sich öffentliche und private Investitionen in den Bootstourismus für Berlin und Brandenburg gelohnt und in den Regionen nachhaltige wirtschaftliche Effekte bewirkt. Von den Branchenumsätzen profitieren nicht zuletzt auch die öffentlichen Gebietskörperschaften durch das aus den Umsätzen resultierende Steueraufkommen. Die wassertouristischen Attraktionspotenziale steigern zudem den Freizeitwert und damit auch grundsätzlich die Wettbewerbsfähigkeit von Berlin und Brandenburg. Wie die landesweit in Brandenburg 2009 durchgeführte Bootsurlauberbefragung ergeben hat, verbindet jeder fünfte Chartergast seinen Bootsurlaub mit einem landgebundenen Aufenthalt unmittelbar im Anschluss oder vor der Bootstour. Über die Hälfte der Befragten gab an, dass sie sich aufgrund ihrer positiven Erfahrungen gut vorstellen können, zeitlich abgekoppelt von einem Bootsurlaub einen landgebundenen Urlaub in der Region durchzuführen. Wie durch die Breitenbefragung herausgefunden wurde, werden zahlreiche Liegeplätze in den Brandenburger und Berliner Häfen von Bootseignern mit Wohnsitz in anderen Bundesländern gemietet. Damit sind auch Wertschöpfungseffekte vor Ort verbunden und nicht nur bei mehrtägigen Bootstouren.

## 5.2 Direkte Umsätze aus dem Bootstourismus

Vor dem Hintergrund der angebots- und nachfrageseitig beschriebenen Entwicklung des Bootstourismus wurden auf Grundlage der Breiten- und Tiefenbefragung die Umsätze aus dem gewerblichen Bootstourismus und der Fahrgastschiffahrt für die vier untersuchten Angebotssegmente neu berechnet. Die Berechnung der regionalwirtschaftlichen Effekte erfolgt auf Grundlage der ermittelten Durchschnittswerte bei den betrieblichen Kennziffern in Verbindung mit den Ergebnissen der Strukturanalyse. Diese Methodik ermöglicht eine valide Bestimmung der volkswirtschaftlichen Größenordnungen, die durch den Bootstourismus und die Fahrgastschiffahrt ausgelöst werden. Die Ergebnisse werden zunächst differenziert für die vier Angebotsbereiche dargestellt.



## 5.2.1 Umsätze aus dem Charterboottourismus

Direkte Umsätze aus dem Charterboottourismus resultieren im Wesentlichen aus:

- den Umsätzen aus der Vermietung der Boote, differenziert nach Bootstypen und -größen,
- den Ausgaben der Bootsurlauber während der Bootstour.

Die Umsatzberechnung aus 2014 wurde in dieser Studie um die Tagesvermietung erweitert.

### Umsätze aus der Vermietung

Grundlage für die Berechnung der Umsätze aus der Vermietung sind die in der folgenden Tabelle dargestellten durchschnittlichen Nachfrage- und Umsatzkennziffern.

Bootstypen und -größen	Ø Mietpreis Woche HS <sup>17</sup> in Euro	Ø Mietpreis Woche NS in Euro	Ø Vermietete Wochen	Ø Umsatz je Boot Jahr
Kleinere Hausboote/Motoryachten bis vier Personen	1.909	1.433	14,1	24.157
Mittlere Haus- und Motorboote fünf bis acht Personen	2.757	2.017	14,2	35.003
Größere Hausboote/Motoryachten neun+	4.200	2.800	19,0	69.119
Kleine Übernachtungsflöße zwei bis vier Personen	1.104	879	11,6	11.750
Größere Übernachtungsflöße 5 und mehr Personen	1.847	1.512	12,4	21.166
Tagesflöße fünf bis acht Personen <sup>18</sup>	250	250	112	28.000
Tagesflöße neun und mehr Personen	300	300	87	26.100
Offene Motorboote	250	250	49	12.250
Daycruiser	400	400	65	26.000

Tabelle 5-1: Nachfrage- und Umsatzkennziffern in der motorisierten Bootsvermietung

Im Preisvergleich 2014 zu 2024 zeigt sich eine deutliche Teuerung bei den Vermietpreisen.

- Diese liegt bei den kleineren Motoryachten bei etwa 60 %, bei den mittleren Motoryachten bei 69 % und ist bei den größeren Motoryachten mit 30 % etwas geringer.

<sup>17</sup> Hauptsaison Juni bis August, Nebensaison März, April, Mai, September, Oktober

<sup>18</sup> Bei Tagesbooten ungefährender Durchschnittswert, da große Preisunterschiede. Preisermittlung für Tagesboote auf Basis Sekundärrecherche, dabei gemittelter Gesamtwert aus Vor- und Hauptsaisonpreisen. In 2015er Studie nicht berechnet.

- Bei den kleineren Zweirumpfbooten sind die Preise um etwa 57 % gestiegen, bei den größeren Zweirumpfbooten sogar um 117 %. Diese signifikante Preiserhöhung dürfte in erster Linie mit den Bungalowbooten zusammenhängen, die es in dieser Qualität 2014 am Markt noch nicht gab.

Insgesamt erklären sich die Preissteigerungen in allererster Linie durch die gestiegenen Betriebs- und Personalkosten.

Die Umsätze aus der Vermietung berechnen sich durch die Umsätze je Boot multipliziert mit der Zahl der ermittelten Charterboote. Dies ergibt bezogen auf das Jahr die folgenden Bruttoumsätze für die einzelnen Bootsgrößen und -typen.

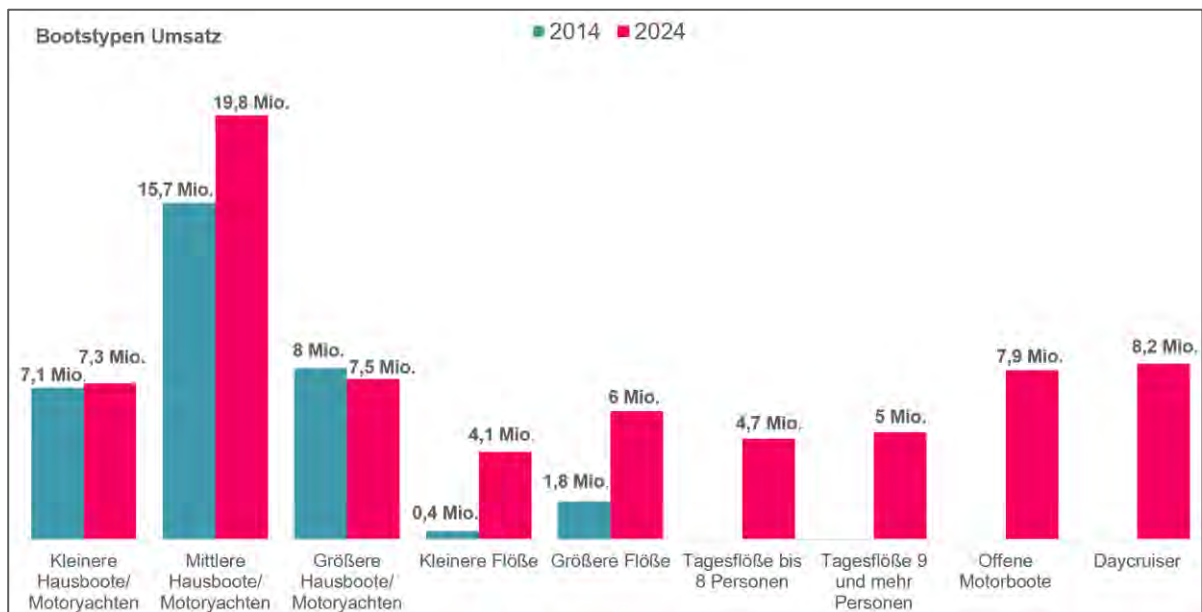


Abbildung 5-3: Jährlicher Umsatz aus der Vermietung differenziert nach Bootstypen und -größen

In der Summe erwirtschaftet die Charterbranche im Jahr 2024 aus der Vermietung der Boote einen **jährlichen Bruttoumsatz in Höhe von 70,5 Mio. Euro**. Dieser verteilt sich zu gut 63 % auf Übernachtungsboote und zu 37 % auf Tagesboote.

- Bei den Übernachtungsbooten differenziert nach Einrumpf- und Zweirumpfübernachtungsbooten entfallen 34,5 Mio. Euro auf Motoryachten/Hausboote und 10,2 Mio. Euro auf Hausboote/Bungalowboote.
- Bei den Tagesbooten 9,7 Mio. Euro und 16,1 Mio. Euro bei den offenen Motorbooten/Daycruisern.

## Umsatzvergleich 2014 zu 2024

In 2014 wurden ausschließlich Umsätze durch Übernachtungsboote ermittelt. Der Gesamtumsatz aller Übernachtungsboote betrug rund 33 Mio. Euro. In 2024 wurde für die Übernachtungsboote insgesamt mit 44,7 Mio. Euro ein um 11,7 Mio. Euro höherer Umsatz berechnet. Diese Umsatzsteigerung setzt sich im Wesentlichen wie folgt zusammen:

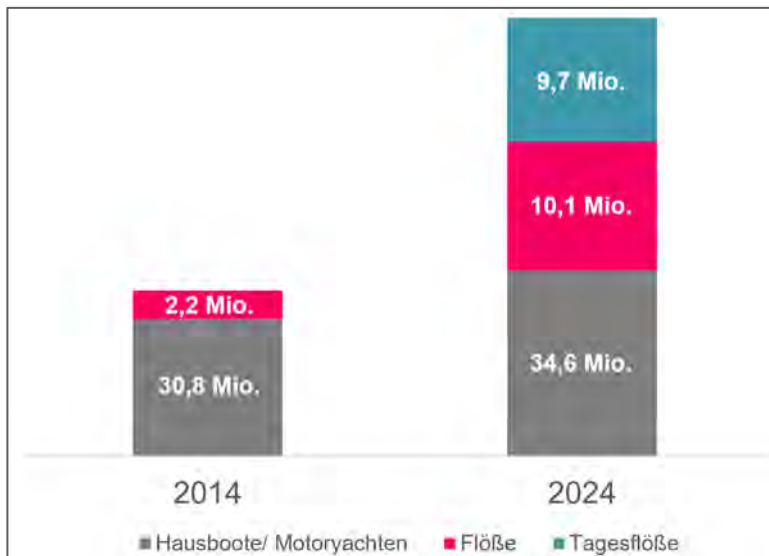


Abbildung 5-4: Jährlicher Bruttoumsatz nach Bootstypen im Vergleich 2014 zu 2024

- **Im Segment der Motoryachten und Hausboote** ist eine Umsatzsteigerung um 3,7 Mio. Euro zu verzeichnen. Diese erklärt sich einzig aus den im Vergleich zu 2014 wesentlich höheren Mietpreisen für alle Bootsgrößen sowohl in der Vor- als auch in der Nachsaison. Dämpfende Effekte gehen von einer geringeren durchschnittlichen Anzahl der Vermietwochen pro Boot und der insgesamt um 13 % niedrigeren Gesamtzahl der Übernachtungsboote in Berlin-Brandenburg aus. Der reine Preiseffekt - also unter der Prämisse der Konstanz der beiden dämpfenden Faktoren - würde zu einer Umsatzsteigerung um rund 19 Mio. Euro führen.
- **Im Segment der Flöße und Bungalowboote** beträgt die Umsatzsteigerung rund 8 Mio. Euro. Dieser Markt ist im Betrachtungszeitraum förmlich „explodiert“. Einhergehend mit der Steigerung der Bootszahlen um das Vierfache und einer starken Erhöhung der Mietpreise hat sich der Bruttoumsatz von rund 2,2 Mio. Euro auf jetzt 10,2 Mio. Euro fast verfünffacht. Dass die Umsatzsteigerung nicht noch stärker ausfiel, lag am Rückgang der durchschnittlichen Vermietwochen pro Boot von rund 16 Wochen in 2014 auf rund 12 Wochen in 2024.





### Umsätze aus den Ausgaben der Bootsurlauber während der Bootstour

In der landesweit durchgeführten Bootsurlauberbefragung von 2009<sup>19</sup> wurde ermittelt, dass jeder Charterkunde durchschnittlich 24,10 Euro am Tag ausgibt. Diese Summe enthält alle Ausgaben während einer Tour (Liegeplatz, Gastronomie, Einzelhandel sowie Kultur und Freizeiteinrichtungen in den Anrainerorten), nicht aber die Anreise und die Bootsmiete. Unter Berücksichtigung der gestiegenen Preise laut Verbraucherindex ist für 2024 von einem Betrag in Höhe von 32,28 Euro auszugehen. Für Bootsurlauber mit Übernachtungsflößen ist aufgrund von Erfahrungswerten von einer geringeren Landgangquote auszugehen. Vor diesem Hintergrund wurden die Tagesausgaben mit 28,73 etwas geringer angesetzt. Auch für die Tagescharterkunden wurden die Tagesausgaben mit 24,58 Euro in Orientierung an die Tagesausgaben von Kanuten niedriger eingeschätzt.

Grundlage der Berechnung bilden die ermittelten jährlichen 687.975 Personentage für Übernachtungsboote und 493.794 Personentage für die Vercharterung von Tagesbooten. Da gerade Bootsurlauber, die im nördlichen Brandenburg ein Boot gechartert haben, Teile ihrer Bootstour auch in Mecklenburg-Vorpommern verbringen, fließen die daraus resultierenden Tagesausgaben nicht nach Brandenburg. Da aber andersherum auch viele Charterboote aus Mecklenburg-Vorpommern im nördlichen Brandenburg unterwegs sind, dürfte sich dies mehr oder weniger ausgleichen.

Zu erwähnen ist, dass die Anzahl der Personentage für Übernachtungsboote in 2014 mit 730.000 Personentagen größer war. Die Ursache hierfür findet sich ausschließlich im Segment der Motoryachten und Hausboote und erklärt sich zum einen aus der oben schon genannten längeren durchschnittlichen Vermietdauer pro Boot und zum anderen durch die 2014 höhere Gesamtzahl von Motoryachten und Hausbooten in Berlin-Brandenburg. Beide Effekte – die niedrigere Anzahl an Personentagen und die geringere Anzahl von Booten – können im Segment der Motoryachten und Hausboote nicht durch die inflationsbereinigten höheren Tagesausgaben ausgeglichen werden. Im Ergebnis liegen die Ausgaben der Chartergäste hier mit rund 15,9 Mio. Euro jährlich unter dem vergleichbaren Wert von rund 17 Mio. Euro jährlich in 2014.

Aufgrund des starken Wachstums des Floß- und Bungalowmarktes hat sich das Gesamtvolumen der Ausgaben der Chartergäste auf Übernachtungsbooten jedoch **von 19 Mio. Euro in 2014 auf jetzt 21,5 Mio. Euro in 2024** vergrößert. Zuzüglich der ebenfalls erstmalig berechneten Ausgaben der Tagesmietkunden ergibt sich durch die Ausgaben der Bootsurlauber mit einem gecharterten Boot ein Bruttoumsatz in Höhe von **33,65 Mio. Euro**. Diese verteilen sich zu 64 % auf Bootsurlauber mit mehrtägiger Reisedauer und 36 % auf Tagesmietkunden. Die

---

<sup>19</sup> Neuere Daten durch eine weitere Befragung liegen für Brandenburg und Berlin nicht vor.



33,65 Mio. Euro führen in den Anrainergemeinden zu Umsätzen bzw. Einnahmen bei den dortigen Gewerbe- und Kulturbetrieben und damit zu einer lokalen bzw. regionalen Wertschöpfung.

**Es sei nochmals ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die 33,65 Mio. Euro ausschließlich aus dem kommerziellen Bootschartertourismus mit Booten resultieren. Hinzu kommen noch die nicht belastbar quantifizierbaren Ausgaben der vielen Bootsurlauber, die mit eigenem Boot unterwegs sind.**

## 5.2.2 Umsätze aus dem Kanutourismus

Für den Kanutourismus ergeben sich ebenso wie im Charterboottourismus Umsätze aus der Vermietung der Boote und den Ausgaben der Kanuten während der Kanutour.

### Umsätze aus der Vermietung

	Ø Mietpreis halbtags	Ø Mietpreis gesamter Tag	Ø Vermietete Tage im Jahr	Ø Umsatz je Boot/Jahr
Kanu	39,22	43,00	86,9	4.044

Tabelle 5-2: Umsatz- und Nachfragekennziffern Kanuvermietung. Quelle: Breiten- und Tiefenbefragung

Grundlage für die Berechnung der Umsätze aus der Vermietung sind die folgenden Kennziffern:

- Der Preisvergleich zu 2014 zeigt einen erheblichen Anstieg des Preisniveaus um etwa 50 %. Zurückzuführen ist dieser Preisanstieg in erster Linie auf die deutlich gestiegenen Kosten v. a. beim Personal durch den höheren Mindestlohn, der vor allem bei den vielen Saisonkräften stark zu Buche schlägt.
- In der Sekundäranalyse wurde für Berlin und Brandenburg eine Gesamtzahl von 4.968 Kanus (2014 = 3.526) ermittelt. Wie bereits unter Gliederungspunkt „Sekundäranalyse“ erläutert, rührt dieser Anstieg zum einen aus der Vergrößerung der Bootsflotten her sowie durch den Einbezug von etwa 700 Kanus in der Vermietung von Bootscharterbetrieben, die 2014 nicht erfasst wurden.
- In der Summe bewirkt die Vermietung von Kanus einen Umsatz in Berlin und Brandenburg in Höhe von 12,53 Mio. Euro brutto.

### Ausgaben der Kanuten während der Kanutour

- Die in der Bootsurlauberbefragung von 2009 ermittelten Tagesausgaben von Kanuten lagen bei 20,20 Euro. Unter Berücksichtigung des Preisanstiegs werden für die aktuelle Berechnung durchschnittliche Tagesausgaben von 27,31 Euro angenommen.



- Um die volkswirtschaftliche Größenordnung zu ermitteln, muss dieser Wert mit der Anzahl der ermittelten Personentage im Jahr multipliziert werden. Auf Grundlage der ermittelten 1,05 Mio. Personentage ergibt sich ein Gesamtumsatz für Berlin und Brandenburg durch „Mietkanuten“ in Höhe von 28,43 Mio. Euro im Jahr. Abweichend zum Charterboottourismus profitieren auch Beherbergungsanbieter von Kanuten (v. a. Campingplätze), dafür aber weniger Sportboothäfen.
- In der Summe sind die Ausgaben der Kanuten, die mit eigenem Kanu unterwegs sind, nicht enthalten, so dass der daraus resultierende Umsatz hier nicht ermittelt werden kann. In jedem Fall ist davon auszugehen, dass der Gesamtumsatz durch alle Kanuten deutlich über dem für Mietkanuten ermittelten Umsatz von 28,43 Mio. Euro liegt.

### 5.2.3 Umsätze aus der Fahrgastschiffahrt

**Vorbemerkung:** Da eine Tour mit dem Fahrgastschiff anders als eine Tour mit dem Charterboot oder mit dem Kanu in der Regel nur eine kurze Zeitspanne von ein bis drei Stunden dauert und damit nur ein Programmpunkt von mehreren Tagesaktivitäten während eines Urlaubs (Sekundärmarkt Urlauber) bzw. eines Ausflugs (Primärmarkt Einwohner) ist, fallen in der Regel keine landseitigen Umsätze an, die ursächlich im Zusammenhang mit der Schiffstour stehen. Umsätze in der Fahrgastschiffahrt entstehen aus den Ausgaben der Passagiere für die Schiffstour.

Auf Grundlage der Tiefenbefragung wurde ein durchschnittlicher jährlicher Umsatz je Schiff in Höhe von 389.521 Euro ermittelt (in 2014 = 350.000 Euro). In der Summe ergibt sich auf Basis der 161 in der Sekundäranalyse ermittelten Fahrgastschiffe ein Gesamtbruttoumsatz von 62,72 Mio. Euro, der sich analog der Anzahl der Schiffsverteilung auf 42,5 Mio. Euro in Berlin (67,2 %) und 20,2 Mio. Euro in Brandenburg verteilt (32,8 %).



## 5.2.4 Umsätze aus der Hafenebetreibung

In Auswertung der Befragungen wurden für die gewerblichen Häfen folgende Nachfrage- und Umsatzkennziffern ermittelt:

	Ø Auslastung HS	Ø Auslastung NS	Ø Umsatz je Hafen im Jahr	Ø Umsatz je Liegeplatz im Jahr
Dauerliegeplätze	88 %	Nicht relevant	165.000 Euro	2.104 Euro
Gastliegeplätze	78 %	53 %	32.036 Euro	2.277 Euro
Winterstellplätze Halle	86 %	Nicht relevant	27.128 Euro	--
Winterstellplätze Freifläche	85 %	Nicht relevant	40.928 Euro	--

Tabelle 5-3: Nachfrage- und Umsatzkennziffern Hafenebetreibung, Quelle Breiten- und Tiefenbefragung

Die Preise für Sommer- und Winterliegeplätze wurden seit 2014 deutlich angehoben:

- **Gastliegeplätze:** Der durchschnittliche Preis für einen Gastliegeplatz pro Nacht für ein Boot von 10 Meter länger hat sich im Betrachtungszeitraum von rund 20 Euro auf gut 25 Euro erhöht.
- **Dauerliegeplätze am Steg:** Der durchschnittliche Preis pro Quadratmeter im Monat lag 2014 bei 6 Euro. Bezogen auf das jetzt abgefragte „Musterboot 10x3 Meter“ ergibt sich für 2014 ein Vergleichspreis pro Monat Wasserliegeplatz von 180 Euro. In 2024 betrug der entsprechende Durchschnittspreis 315 Euro.
- **Winterliegeplätze in der Halle:** In 2014 betrug der Quadratmeterpreis pro Hallenplatz und Meterrund 5 Euro. Hieraus ergeben sich für das 30-m<sup>2</sup>-Musterboot monatliche Liegekosten von 150 Euro in der Halle. Aus der Befragung 2024 resultieren monatliche Liegekosten für ein Boot dieser Größe in der Halle von 271 Euro.
- **Winterliegeplätze auf der Freifläche:** Auf Basis des Quadratmeterpreises von 2,50 Euro in 2014 betrug die Liegekosten für das Musterboot in 2014 rund 75 Euro im Monat. Für 2024 wurden Liegekosten auf der Freifläche in Höhe von 210 Euro ermittelt.

In der Summe erwirtschaften die Häfen einen jährlichen Bruttoumsatz aus der Liegeplatzvermietung in Höhe von 38,2 Mio. Euro, der sich wie folgt verteilt:

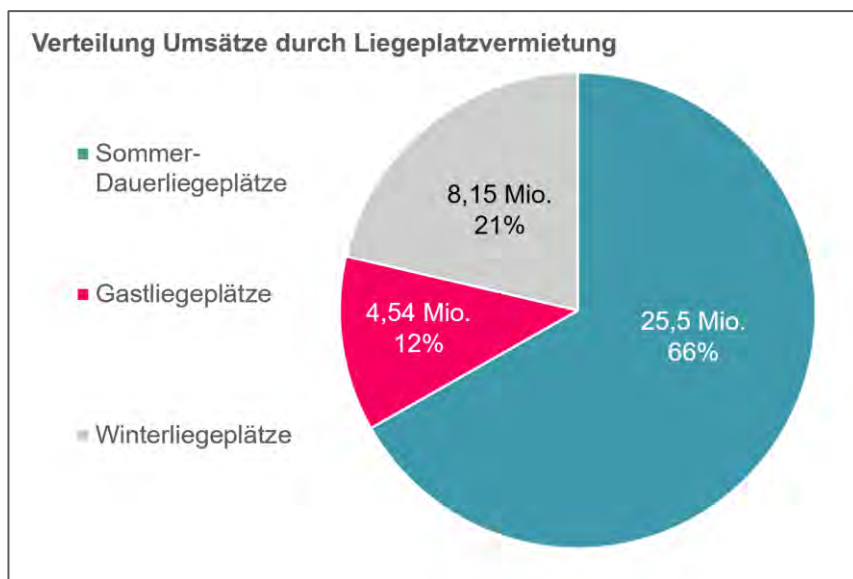


Abbildung 5-5: Verteilung Umsätze durch Liegeplatzvermietung

Der Umsatz im Zusammenhang mit den Booten fällt allerdings nochmals deutlich höher aus, da weitere bootsbezogene Leistungen wie u. a. Kranen, Mastenlager, Boots- und Werftservice hinzukommen. Für deren Berechnung sind die im Rahmen der Befragungen erfassten Datengrundlagen wie auch schon 2014 nicht ausreichend.

Darüber hinaus haben viele Häfen touristische Angebote und Dienstleistungen wie Gastronomie und/oder Übernachtungsmöglichkeiten/-angebote in ihrem Angebotsportfolio. Laut 2014er Befragung lag allein der Umsatzanteil aus der Gastronomie bei 38 %. Bei Sportboothäfen mit starker landseitiger touristischer Ausrichtung einschließlich eines Übernachtungsangebots betrug der Umsatzanteil für touristische Dienstleistungen 53 % und war damit sogar etwas größer als der Umsatz aus den klassischen Hafendienstleistungen. Aufgrund geringer Fallzahlen in der 2024er Tiefenbefragung sind aktualisierte Zahlen hierzu nicht darstellbar. Die vorliegenden Zahlen bestätigen in der Tendenz aber die genannten Erkenntnisse aus der 2014er Befragung.

### 5.3 Regionalwirtschaftliche Umsätze aus der Betreuung

Die Branche ist durch einen hohen Vernetzungsgrad mit anderen Branchen gekennzeichnet, da Leistungen, die von den Betreibern selbst nicht erbracht werden (können), an externe Unternehmen vergeben werden. Sofern diese in Berlin oder Brandenburg ansässig sind, führt dies zu weiteren regionalwirtschaftlich wirksamen Umsätzen im Dienstleistungsgewerbe, im Handwerk oder Handel. Um die wirtschaftlichen Effekte der zweiten Umsatzstufe berechnen zu können,





wurden im Rahmen der Befragungen die Regionalisierungsquoten abgefragt, die angeben, welcher Anteil der Gesamtausgaben an Betriebe in Berlin und Brandenburg fließt. Diese betragen durchschnittlich:

- Charter 86 %
- Kanu 97 %
- Fahrgastschiff 97 %
- Häfen: 95 %

Wie die Zahlen deutlich machen, profitieren von den externen Betriebsausgaben fast ausschließlich Betriebe in Berlin und Brandenburg. Dies gilt mehr oder weniger für alle untersuchten Angebotsbereiche gleichermaßen. Auf Grundlage der in der Tiefenbefragung ermittelten Summen und der Regionalisierungsquoten wurden folgende für Berlin und Brandenburg relevante regionalwirtschaftliche Umsätze ermittelt:

Angebotsbereich	Regionalisierungsquote	Regionalwirtschaftlicher Beitrag pro Jahr (Bruttobetrag)
Motoryachten und Hausboote	86 %	7,0 Mio. Euro
Übernachtungsflöße <sup>20</sup>	86 %	4,5 Mio. Euro
Tagesboote	86 %	7,6 Mio. Euro
Kanutourismus	97 %	1,1 Mio. Euro
Fahrgastschiffahrt	97 %	22,7 Mio. Euro
Sportboothäfen	95 %	3,4 Mio. Euro
<b>Summe/Jahr (gerundet)</b>		<b>Gerundet 46,3 Mio. Euro</b>

Tabelle 5-4: Regionalwirtschaftlicher Beitrag aus der Betreuung

Aus den jährlichen Betriebskosten resultieren in der Summe jährliche Ausgaben für Fremdleistungen von gut 46 Mio. Euro brutto, die bei Unternehmen aus Berlin und Brandenburg zu weiteren Einnahme- und Beschäftigungseffekten führen.

## 5.4 Regionalwirtschaftliche Umsätze aus Investitionen

Auch Investitionen führen in nachgelagerten Branchen zu Einkommenseffekten in der 2. Umsatzstufe. Nicht alle Ausgaben im Zusammenhang mit den Investitionen fließen aber an Berliner

<sup>20</sup> Es erfolgte keine nach Bootstypen differenzierte Abfrage.



oder Brandenburger Betriebe. Wie bei den Betreiberkosten wurde deshalb auch bei den Investitionen zunächst die durchschnittliche Regionalisierungsquote ermittelt:

- Charter 19 %
- Kanu 33 %
- Fahrgastschiff 70 %
- Häfen: 98 %

Die in der Tiefenbefragung ermittelten Gesamtinvestitionen werden wie bei den Betriebskosten anhand der Regionalisierungsquote auf den anteilig in Berlin und Brandenburg verbleibenden Umsatz umgerechnet.

Angebotsbereich	Regionalisierungsquote	Regionalwirtschaftlicher Bruttobeitrag im Jahr <sup>21</sup>
Motoryachten und Hausboote	19 %	752.000 Euro
Übernachtungsflöße	19 %	491.000 Euro
Tagesboote	19 %	818.000 Euro
Kanutourismus	33 %	151.000 Euro
Fahrgastschiffahrt <sup>22</sup>	70 %	6,5 Mio. Euro
Sportboothäfen	98 %	10,4 Mio. Euro
<b>Summe/Jahr (gerundet)</b>		<b>Ca. 19,1 Mio. Euro</b>

Tabelle 5-5: Regionalwirtschaftlicher Beitrag aus den Investitionen. Quelle: Breiten- und Tiefenbefragung

**Aus den Investitionen in die Boots- und Schiffsflotte und die Hafeninfrastuktur resultieren jährliche Ausgaben von gut 19,1 Mio. Euro brutto, die zu Einnahmen bei weiteren Betrieben in Berlin und Brandenburg führen.** Die höchste Regionalisierungsquote ist für Sportboothäfen festzustellen. Anders als bei Sportbooten kann offensichtlich für die Investitionen in die Hafeninfrastuktur zum Großteil auf Fachfirmen mit Sitz in Berlin und Brandenburg zurückgegriffen werden. Bei Charterbooten fließen rund vier Fünftel der Investitionen an Betriebe außerhalb von Berlin-Brandenburg, davon gut zwei Drittel ins Ausland. Die detaillierte Analyse zeigt, dass vor allem Betriebe mit hohen und sehr hohen Investitionssummen diese außerhalb Berlin-Brandenburgs getätigt haben. Bei den Kanuanbietern werden rund zwei Drittel der Investitionen außerhalb von

<sup>21</sup> Durchschnitt aus den erfolgten Investitionen in der Phase 2014 bis 2024 und der bis 2030 geplanten Investitionen

<sup>22</sup> Summe Neukauf und grundlegende Modernisierungen

Berlin-Brandenburg getätigt. Ausländische Investitionen spielen nur eine untergeordnete Rolle, eingekauft wird fast ausschließlich bei deutschen Unternehmen. Aus dem gewerblichen Bootstourismus in Berlin und Brandenburg ergeben sich damit auch wirtschaftliche Effekte für Gesamtdeutschland.

## 5.5 Gesamtumsätze aus Bootstourismus und Fahrgastschifffahrt

Die **kommerzielle** Bootstourismusbranche ist weiterhin für Berlin und Brandenburg eine bedeutende wirtschaftliche Säule mit einem jährlichen Gesamtbruttoumsatz von rund **300 Mio. Euro**, die sich aus den direkten Umsätzen sowie den nachgelagerten regionalen, indirekten Umsätzen zusammensetzt. Aufgrund des erweiterten Berechnungsansatzes um Tagesboote und Winterlager ist diese Summe nicht direkt mit dem 2014er Ergebnis von 200 Mio. Euro vergleichbar. Bereinigt um Tagesboote und Winterlager liegt 2024 der Umsatz bei gut 246 Mio. Euro, was einer Steigerung um 24 % entspricht.

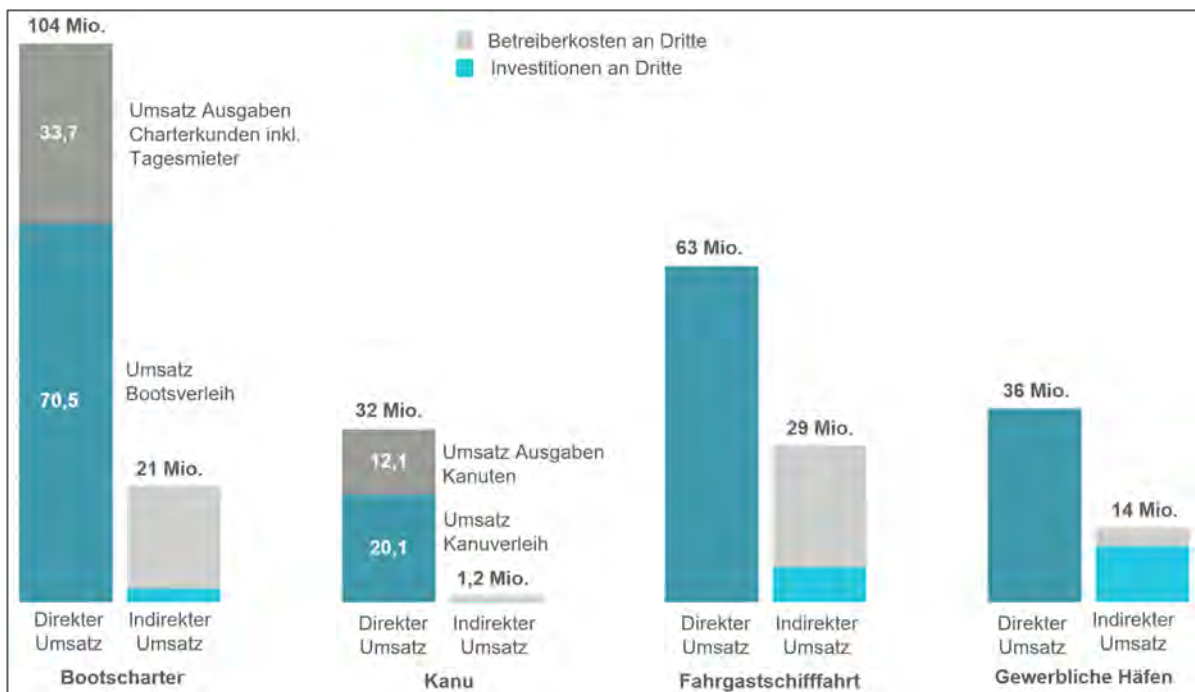


Abbildung 5-6: Jährlicher Gesamtbruttoumsatz in Euro aller vier Angebotssegmente in Berlin und Brandenburg. Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage Breiten- und Tiefenbefragung PROJECT M



Jährlicher Bruttoumsatz				
Umsätze gesamt pro Jahr	Umsatz	Investitionen	Kosten an Dritte	Ausgaben Bootsurlauber
Charter Übernachtungsboote	44,7 Mio. Euro	1,2 Mio. Euro	11,5 Mio. Euro	21,5 Mio. Euro
Kanu	20,1 Mio. Euro	0,2 Mio. Euro	1,1 Mio. Euro	12,1 Mio. Euro
Fahrgastschiffahrt	62,7 Mio. Euro	6,5 Mio. Euro	22,7 Mio. Euro	
gewerbliche Häfen	27,9 Mio. Euro	10,4 Mio. Euro	3,4 Mio. Euro	
<b>SUMME (Vergleichbar mit 2014)</b>	<b>155,4 Mio. Euro</b>	<b>18,2 Mio. Euro</b>	<b>38,7 Mio. Euro</b>	<b>33,6 Mio. Euro</b>
			<b>GESAMT</b>	<b>245,9 Mio. Euro</b>
2024 Neu erfasste Segmente:				
Charter Tagesboote	25,8 Mio. Euro	0,8 Mio. Euro	7,6 Mio.	12,1 Mio. Euro
Hafen Winterlager	8,2 Mio. Euro			
<b>Summe (neue Segmente)</b>	<b>33,9 Mio. Euro</b>	<b>0,8 Mio. Euro</b>	<b>7,6 Mio. Euro</b>	<b>12,1 Mio. Euro</b>
			<b>GESAMT</b>	<b>54,4 Mio. Euro</b>
<b>SUMME (alles)</b>	<b>189,3 Mio. Euro</b>	<b>19,0 Mio. Euro</b>	<b>46,3 Mio. Euro</b>	<b>45,7 Mio. Euro</b>
			<b>GESAMT</b>	<b>300,4 Mio. Euro</b>

Tabelle 5-6: Jährlicher Gesamtbruttoumsatz aller vier Angebotssegmente in Berlin und Brandenburg.  
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage Breiten- und Tiefenbefragung PROJECT M

- Mit jeweils gut 92 Mio. Euro in der Summe direkter und indirekter Umsätze sind Bootscharter und Fahrgastschiffahrt die beiden umsatzstärksten Bereiche. Bei der Fahrgastschiffahrt entfallen allein etwa 60 Mio. Euro auf Berlin. Das unterstreicht die große wirtschaftliche Bedeutung der Fahrgastschiffahrt für die Stadt.
- Beim Vergleich der Angebotssegmente untereinander ist zu beachten, dass in der Summe im Charter- und Kanutourismus die Ausgaben im Zusammenhang mit den Eignerbooten (Motorboot und Kanu) hinzukommen. Auch die Umsätze bei den Häfen sind faktisch deutlich höher, da bei der Berechnung nur die Umsätze aus der Liegeplatzvermietung enthalten sind und keine Umsätze aus weiteren Dienstleistungen sowie aus den Vereinshäfen. In der Summe erwirtschaften die Sportboothäfen deshalb einen deutlich höheren Umsatz.

### Gesamtwirtschaftliche Einordnung des Umsatzes

Der touristische Gesamtkonsum (Bruttojahresumsatz) beträgt für das Reiseland Brandenburg 7 Mrd. Euro<sup>23</sup>. Diese Summe enthält sämtliche Ausgaben durch private Tages- und

<sup>23</sup> Aktualisierung der ökonomischen Bedeutung der Tourismuswirtschaft in Brandenburg anhand eines Tourismus-Satellitenkontos, TSA 2019, dwif



Übernachtungsreisen sowie Übernachtungs- und Tagesgeschäftsreisen. Für Berlin wurde in einer analogen Studie ein touristischer Gesamtkonsum in Höhe von 16,9 Mio. Euro berechnet.

Diese Zahlen belegen eindrucksvoll die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Berlin und Brandenburg, sind aber als Bemessungs- und Vergleichsgröße für den in dieser Studie ermittelten jährlichen Gesamtbruttoumsatz von gut 300 Mio. Euro aus Bootstourismus und Fahrgastschiffahrt nur sehr bedingt nutzbar. Wie bereits mehrfach hervorgehoben wurde, beziehen sich die 300 Mio. Euro ausschließlich auf den kommerziellen Bootstourismus und die Fahrgastschiffahrt. Der Konsum bzw. die Ausgaben von Bootseignern auf Tages- oder Übernachtungstour sind in dieser Summe nicht enthalten, ebenso wie der Bruttoumsatz aus anderen wassertouristischen Segmenten wie z. B. Angeltourismus, Tauchtourismus usw. Aufgrund der abweichenden Grundgesamtheit und Berechnungsmethodik ist eine gesamtwirtschaftliche Einordnung der 300 Mio. Euro aus Bootstourismus und Fahrgastschiffahrt in den touristischen Bruttojahresumsatz für Berlin und Brandenburg wenig aussagekräftig.

Ein Vergleich mit dem Radtourismus ermöglicht zumindest eine Einschätzung der Größenordnungen. Ein Vergleich mit dem Radtourismus ermöglicht zumindest eine Einschätzung der Größenordnungen. Für den Radtourismus wurde im Rahmen der Brandenburger Radverkehrsanalyse 2017<sup>24</sup> durch die Ausgaben von übernachtenden Radurlaubern ein jährlicher Bruttoumsatz von 28,49 Mio. ermittelt. Die Summe der Ausgaben von motorisierten „Übernachtungs-Bootsurlaubern“ durch die Brandenburger Vermieter liegt bei etwa 20 Mio. Euro. Hinzu kommen Übernachtungsausgaben aus mehrtägigen Kanutouren sowie Ausgaben durch Eigner von motorisierten Booten und Kanus, die sich mit den vorliegenden Datengrundlagen nicht berechnen lassen. Das macht einen direkten Vergleich der Zahlen schwierig. Gleichwohl dürften bezogen auf die übernachtungsrelevanten Umsätze, Bootstourismus und Radtourismus in einer ähnlichen Größenordnung liegen.

Wie auch der Radtourismus, erfüllt der Bootstourismus gerade in den überwiegend strukturschwachen, stark ländlich geprägten Gewässerräumen eine tragende Funktion als regionalwirtschaftliche Säule.

Allein die bloßen Umsatzzahlen greifen aber viel zu kurz und werden der wirtschaftlichen Bedeutung des Wassertourismus nicht gerecht. Wie in den Gliederungspunkten 1.1 und 5.1 ausführlich dargestellt wurde, sind mit dem Wassertourismus sehr hohe intangible, nicht monetär berechenbare wirtschaftliche Effekte für Berlin und Brandenburg verbunden. Gerade für Brandenburg ist eine touristisch erlebbare Gewässerlandschaft für Urlaub auf und am Wasser eine tragende Stütze für das Reiseland.

---

<sup>24</sup> Radverkehrsanalyse Brandenburg, Herausgeber ist die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Clustermanagement Tourismus, 2017





## 5.6 Beschäftigungseffekte

Ein charakteristisches Merkmal des Wassertourismus ist seine stark saisonale Ausrichtung auf den Zeitraum von April bis Oktober. In diesem Zeitraum ist der Personalbedarf besonders hoch, während in den Wintermonaten das Geschäft einen deutlich geringeren Personaleinsatz erfordert. Dies kommt sehr deutlich in den Befragungsergebnissen zum Ausdruck:

- Bootscharter: Durchschnittlich beschäftigt ein Charterbetrieb ganzjährig drei festangestellte Mitarbeiter sowie zusätzlich in der Saison weitere 4 Arbeitskräfte.
- Kanu: Ein Kanubetrieb beschäftigt ganzjährig zwei feste Mitarbeiter und zusätzlich fast vier Saisonkräfte.
- Fahrgastschiffahrt: Ein Fahrgastschiffahrtsbetrieb beschäftigt fünf feste Mitarbeiter und zusätzlich 10 Saisonkräfte.
- Sportboothäfen: Ein Hafen beschäftigt ganzjährig fast sechs Mitarbeiter und zusätzlich 1,6 Saisonkräfte.

Angebotssegment	Beschäftigte ganzjährig	Beschäftigte saisonal	Summe	Anteil Saisonkräfte
Bootscharter	753	1.000	1.753	57%
Kanu	282	564	846	67%
Fahrgastschiffahrt	360	720	1.080	67%
Häfen	1.932	515	2.447	21%
<b>Summe</b>	<b>3.327</b>	<b>2.799</b>	<b>6.126</b>	<b>46%</b>

Tabelle 5-7: Beschäftigte über die vier Angebotsprofile

In der Summe sind in den vier untersuchten Angebotssegmenten gut 6.100 Mitarbeiter beschäftigt, davon 46 % saisonal. Lediglich in den Häfen liegt die Anzahl an ganzjährig Beschäftigten über der Anzahl der Saisonkräfte. Besonders hoch ist der Bedarf an Saisonkräften im Kanutourismus und in der Fahrgastschiffahrt. Im Vergleich der vier Segmente untereinander ist die Beschäftigungswirkung der Häfen mit einem Anteil von 40 % am höchsten und der Kanubetriebe mit 14 % am niedrigsten.

Die Zahl von gut 6.100 Beschäftigte spiegelt die direkt in der Branche angestellten Beschäftigten wider. Darüber hinaus resultieren aus der hohen regionalen Vernetzung weitere Beschäftigungseffekte in Unternehmen, die Vorleistungen für die wassertouristischen Betriebe erbringen<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Aufgrund fehlender konkreter Daten im Wassertourismus keine valide Berechnung möglich.



# 6.

## Schlussfolgerungen & Handlungsempfehlungen für die Zukunftssicherung des Wassertourismus



Bild: Heike Helmers



Aus dieser Studie ergeben sich zwei Hauptkenntnisse zur Entwicklung des Wassertourismus:

1. Die Erfolgsgeschichte des Wassertourismus hat sich seit 2014 fortgesetzt. Sowohl der Bootstourismus als auch die Fahrgastschiffahrt haben als regionale Wirtschaftsfaktoren weiter an Bedeutung zugenommen.
2. Ausgehend von diesem hohen Niveau sind die weiteren Zukunftsaussichten verhaltener. Für den Zeitraum bis 2030 wird eine geringere Wachstumsdynamik erwartet.

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse beider Befragungen, der Expertengespräche und aktueller Entwicklungen steht der Wassertourismus vor folgenden Hauptherausforderungen:

1. Dringender Sanierungsbedarf der Infrastruktur (insb. Schleusen) an touristisch genutzten Wasserstraßen bei gleichzeitiger Sicherstellung einer weitgehend unbeeinträchtigten Befahrbarkeit während der Saison.
2. Defizit an Liegeplätzen und Serviceinfrastruktur (z. B. Anlegestellen, Wassertankstellen).
3. Personalmangel (Fach -und Arbeitskräfte) sowohl bei den wassertouristischen Betrieben als auch auf der Ebene der Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung
4. Einleiten der Mobilitätswende auf dem Wasser
5. Auswirkungen des Klimawandels begegnen
6. Verstärktes Auftreten von Nutzungskonkurrenzen zwischen Bootsurlaubern und anderen Nutzergruppen/Gewässeranrainern sowie teilweise fehlende Wertschätzung wassertouristischer Gäste
7. Betriebliche Qualitätssicherung und Qualitätsoptimierung in der gesamten Servicekette

Die Zukunftssicherung des Wassertourismus erfordert angesichts dieser komplexen Herausforderungen zum einen ein gutes Zusammenspiel innerhalb der Branche, zum anderen aber auch eine enge Zusammenarbeit zwischen den wassertouristischen Betrieben, den Gebietskörperschaften und den beiden Ländern Brandenburg und Berlin. Eine entscheidende Verantwortung kommt dem Bund als Eigentümer der Bundeswasserstraßen zu. **Deren durchgängige Befahrbarkeit bildet die Grundvoraussetzung für den Wassertourismus in Berlin und Brandenburg.**

Notwendig ist vor diesem Hintergrund die Umsetzung folgender **strategischer Zielstellungen** und Handlungsempfehlungen:



## Durchgängige Befahrbarkeit touristisch genutzter Bundes- und Landeswasserstraßen dauerhaft sicherstellen

- Aufstellung eines verlässlichen, priorisierten und für Stakeholder zugänglichen Sanierungsfahrplans für die touristisch genutzten Bundeswasserstraßen durch das Bundesverkehrsministerium. Frühzeitige Einbindung/Beteiligung der (wasser-)touristischen Regionalinteressen im Rahmen verstetigter Kommunikationsstrukturen. Angesichts der finanziellen und personellen Ressourcenknappheit verlässliche Prioritätensetzung bei den Baumaßnahmen.
- Umsetzung der Baumaßnahmen mit möglichst geringer Beeinträchtigung der Befahrbarkeit während der Saison (Best Practice: Ersatzneubau Schleuse Steinhavel).
- Bereitstellung der erforderlichen, auskömmlichen finanziellen Mittel auf Bundes- und Landesebene. Im Falle des Bundes in Form eines separaten Haushaltstitels zugunsten der touristischen Wasserstraßen/Freizeitwasserstraßen.
- Einleitung eines Diskussions- und Entscheidungsprozesses zur evtl. Neubildung einer nachhaltig leistungsstarken Betreiberstruktur für die verkehrliche Unterhaltung der touristisch genutzten Wasserstraßen. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die verlässliche Sicherstellung einer nutzerorientierten Schleusenbesetzung. Ausarbeitung unterschiedlicher Betreibermodelle unter besonderer Prüfung einer gemeinsamen Beteiligungsstruktur Bund, Länder und Gebietskörperschaften.

## Belange der Freizeitschifffahrt im Bundesverkehrsministerium angemessen zur Wirtschaftskraft der Branche berücksichtigen

- Bereitstellung ausreichender Ressourcen für eine zügige Umsetzung des Masterplans Freizeitschifffahrt.
- Stärkere Gewichtung der Freizeitschifffahrt im Ministerium. Überarbeitung des aktuell zugunsten der Berufsschifffahrt gültigen Priorisierungserlasses durch gleichrangige Einordnung der Freizeitschifffahrt.



### Liegeplatzknappheit und Defizite bei weiteren Serviceangeboten überwinden, u.a. durch Digitalisierung

- Konkrete Ermittlung des Handlungsbedarfs für alle vier Regionen im Rahmen regionsbezogener Infrastrukturbedarfskonzepte. Standortgenaue Auflistung und Priorisierung des regionalen Handlungsbedarfs.
- Bürokratieabbau: Vereinfachung/Beschleunigung der Genehmigungspraxis bei der Erweiterung von Gastliegeplätzen in den Sportboothäfen durch die jeweilig zuständigen Genehmigungsstellen, wohlwollendere Haltung zu Erweiterungsanliegen, insbesondere wenn regionaler Bedarf festgestellt ist.
- Nutzung der Potenziale der Digitalisierung: Angesichts der Knappheit an Gastliegeplätzen Ausbau digitaler Lösungsansätze. Förderung eines möglichst revierumfassenden digitalen Liegeplatzmanagements (ggf. im Zusammenspiel mit einem digitalen Schleusenmanagement) Auswahl und Förderung einer Pilotregion.

### Personalmangel im Wassertourismus auf allen Ebenen entgegenwirken

- Proaktives, frühzeitiges und gezieltes Gegensteuern des Fachkräftemangels bei den Wasserstraßen- und Schifffahrtsämtern in allen Tätigkeitsfeldern, bspw. durch eine verstärkte, attraktive Präsenz auf relevanten Bildungsmessen.
- Verstärkte Nutzung der neuen technologischen Möglichkeiten mit Digitalisierung und KI zur Optimierung von Arbeitsprozessen wie v. a. der Einsatz von Buchungssystemen durch Häfen, Bootsvermieter und weitere Automatisierung von Schleusen durch die Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung des Bundes (WSV).
- Ausarbeitung einer Studie „Berufsbilder und Tätigkeitsfelder im Wassertourismus“. Vertiefende Untersuchung der Problemlagen (unternehmens- und branchenspezifische Gründe, Rahmenbedingungen) und Erfassung erfolgreicher Unternehmens-Benchmarks im Umgang mit dem Personalmangel (Bundesverband Wassersport). Ggf. Veröffentlichung als Leitfaden für Unternehmen.





## Datengrundlage zum Wassertourismus weiter qualifizieren

- Neuauflage/Aktualisierung der 2016 vom damaligen Bundesministerium für Wirtschaft und Energie herausgegebenen Studie „Wirtschaftliche Potenziale des Wassertourismus in Deutschland“ mit Ergänzung eines branchenumfassenden Betriebsvergleichs.
- Einführung eines zentralen Bootsregisters zur Erlangung verlässlicher Zahlen zum Sportbootbestand in Deutschland respektive in Brandenburg und Berlin.
- Erkenntnisse zur Struktur und Entwicklung des Sportbootverkehrs durch ein regelmäßiges, dauerhaftes Monitoring der Bootsverkehre an ausgewählten Schleusen. Ausweitung des Pilotprojektes Digitale Verkehrserfassung mit KI auf weitere Schleusen.
- Durchführung einer breit angelegten Bootsurlauberbefragung (motor- und muskelbetriebene Boote) auf den Brandenburger und ggf. auch Berliner Gewässern mit differenzierter Erfassung der Tagesausgaben.

## Mobilitätswende auf dem Wasser einleiten und vorantreiben

- Auf Bundesebene politischer Beschluss mit einer klaren Zielsetzung für eine Mobilitätswende auf dem Wasser.
- Zwischen Bund und Ländern abgestimmte Unterstützung einer „E-Mobilitätsoffensive auf dem Wasser“ zur Überwindung der aktuellen „Henne-Ei-Blockadesituation“.
- Zwingend notwendig Förderung der Ladeinfrastruktur für Sportboote und Fahrgastschiffe (landseitige bauliche Erschließung, Planung, Ladesäulen).
- Benachteiligung von Elektromotoren gegenüber Verbrennermotoren in der Sportbootführerscheinverordnung rückgängig machen<sup>26</sup>.
- Weiterführung des begonnenen Umrüstungsprozesses von Fahrgastschiffen mit alternativen Antrieben. Längerfristige Fortführung der „Richtlinie zur Förderung emissionsfreier und emissionsarmer Antriebe sowie der nachhaltigen Modernisierung von Binnenschiffen“ und der „Richtlinie zur Förderung der Nachrüstung von Emissionsminderungseinrichtungen von Binnenschiffen“ des BMDV.

<sup>26</sup> Zum 1. Juni 23 wurde die Führerscheinfreiheit für E-Boote für Motoren von 11,05 KW (= 15 PS) auf 7,5 KW (=10 PS) reduziert. Begründet wurde dies mit der praxisfernen Einschätzung, dass E-Boote mit gleicher Motorenstärke einen höheren Beschleunigungsgrad haben.



## Nutzungskonkurrenzen abmildern, Wassertourismusakzeptanz fördern und Servicequalität erhöhen

- Bessere/intensivere Vermittlung eines gewässergerechten Verhaltens durch Charteranbieter insbesondere für Chartergäste, die in der Regel keine oder nur begrenzte Vorkenntnisse zum Verhalten auf dem Wasser haben.
- Gemeinsame Qualitätsinitiativen der regionalen Tourismusorganisationen/Wassertourismusinitiativen mit Wassersportanbietern zur Akzeptanzsteigerung des Wassertourismus z. B. auch mit einem „Tag der offenen Tür“.
- Stärkere Verankerung von Servicequalität in der Wassertourismusbranche (ggf. Entwicklung branchenspezifischer Qualitätssysteme ähnlich des Service Q).

7.

# Ausblick



Bild: Matthias Wedepohl

Die Studie zeigt die Herausforderungen für die Branche und die daraus abgeleiteten strategischen Zielsetzungen für die Fortschreibung der touristischen Erfolgsgeschichte des Wassertourismus in Berlin und Brandenburg auf. Die Kernbotschaft lautet:

**„Der Fokus in den nächsten Jahren ist noch stärker als bislang auf ein nachhaltiges, qualitatives Wachstum zu legen“**

Dazu zählt nicht nur die Erhöhung der Wertschöpfung im Tourismus, sondern gerade auch vor dem Hintergrund der zu erwartenden Auswirkungen durch den Klimawandel die Berücksichtigung einer hohen Umwelt- und Sozialverträglichkeit. In diesem Verständnis bedeutet die Sicherung des Wassertourismus, die Infrastruktur entlang der Wasserstraßen auf eine nachhaltige Weise zu erhalten und weiter zu qualifizieren sowie die Attraktivität der Reviere beizubehalten. Zudem besteht die Notwendigkeit, die Anwohner stärker als bislang in die weitere Tourismusedwicklung mitzunehmen (Akzeptanzerhalt). Dieser Dreiklang aus Inwertsetzung der Gewässerpotenziale, Schutz und Erhalt der natürlichen Grundlagen sowie ausgewogene Berücksichtigung aller Stakeholder-Interessen, insbesondere auch die der Anwohner steht nicht im Widerspruch zueinander, sondern bildet eine Interessenseinheit. Die Einleitung einer E-Mobilitätswende auf dem Wasser ist hierfür eine entscheidende Lösungsstrategie.

Die Zukunft und die erfolgreiche Weiterentwicklung des Wassertourismus hängt mehr denn je vom Zusammenwirken von Anbietern, Gebietskörperschaften, Land und Bund ab. Diese gemeinschaftliche Verantwortung wahrzunehmen bedeutet:

- Für die Anbieter: Qualität vor Quantität. Bereitstellung und Weiterentwicklung hochwertiger, marktgerechter Angebote sowie eine stärkere Ausrichtung auf alternative Antriebe auf dem Wasser.
- Für die Gebietskörperschaften: Unterstützung der Wassertourismusinitiativen sowie einer flankierenden Genehmigungspolitik bei der Überwindung der Infrastrukturdefizite.
- Für die Länder: Deutliches politisches Bekenntnis zur Bedeutung der Wasserstraßen als Wirtschafts- und Imagefaktor mit Untersetzung durch eine Förderpolitik für die Zukunftssicherung eines nachhaltigen Wassertourismus, insbesondere im Hinblick auf die E-Mobilität.
- Für den Bund: Priorisierte Sanierung / Instandhaltung der Infrastruktur an den Wasserstraßen bei gleichzeitiger Sicherstellung des Erhalts der Durchgängigkeit der betroffenen Wasserstraßen. Hinzu kommt die Förderung der Infrastrukturvorhaben Dritter sowie die Umsetzung des Masterplans Freizeitschiffahrt.

Mit diesem gemeinsamen Verständnis kann trotz der vielen Herausforderungen auch das nächste Kapitel „Wassertourismus Berlin und Brandenburg 2030“ eine Fortsetzung der bisherigen Erfolgsgeschichte werden.



## Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1-1: Wirtschaftsverband Wassersport e. V., Jübermann Verlag, Darstellung: PROJECT M .....</i>	<i>14</i>
<i>Abbildung 1-2: Angebotssegmente des Wassertourismus in Deutschland in Anlehnung an die „Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland“, 2003, Deutscher Tourismusverband .....</i>	<i>15</i>
<i>Abbildung 2-1: Anzahl und Verteilung der Anbieter auf die vier Regionen ...</i>	<i>20</i>
<i>Abbildung 2-2: Anbieterentwicklung 2014 zu 2024 .....</i>	<i>21</i>
<i>Abbildung 2-3: Verteilung der Charter- und Vermietkapazitäten nach Bootstypen .....</i>	<i>22</i>
<i>Abbildung 2-4: Verteilung der Anbieter auf die vier Regionen.....</i>	<i>23</i>
<i>Abbildung 2-5: Verteilung der Kanuanbieter auf die vier Regionen.....</i>	<i>24</i>
<i>Abbildung 2-6: Anbieterverteilung Fahrgastschiffahrt auf vier Regionen.....</i>	<i>25</i>
<i>Abbildung 2-7: Verteilung tourismusrelevanter Häfen auf die vier Regionen</i>	<i>26</i>
<i>Abbildung 2-8: Verteilung der tourismusrelevanten Häfen nach Größenklassen.....</i>	<i>27</i>
<i>Abbildung 3-1: Regionale Verteilung hinsichtlich der Beteiligung an der Breitenbefragung .....</i>	<i>29</i>
<i>Abbildung 3-2: Teilsegmente im Bootsurlaub, eigene Grafik PROJECT M..</i>	<i>31</i>
<i>Abbildung 3-3: Verteilung Übernachtungsboote und Tagesboote .....</i>	<i>32</i>
<i>Abbildung 3-4: Anteil Betriebe mit mehreren Bootstypen in der Vermietung</i>	<i>32</i>
<i>Abbildung 3-5: Nachfrageentwicklung im Bootscharter seit 2014 .....</i>	<i>33</i>
<i>Abbildung 3-6: Nachfrageentwicklung seit 2014 differenziert nach Bootstypen .....</i>	<i>33</i>
<i>Abbildung 3-7: Nachfrageentwicklung seit 2014 differenziert nach Regionen</i>	<i>34</i>
<i>Abbildung 3-8: Nachfrageentwicklung im Kanusegment seit 2014.....</i>	<i>36</i>
<i>Abbildung 3-9: Nachfrageentwicklung in der Fahrgastschiffahrt seit 2014 differenziert nach Geschäftsfeldern .....</i>	<i>38</i>
<i>Abbildung 3-10: Gastliegeplatzverfügbarkeit.....</i>	<i>40</i>
<i>Abbildung 3-11: Bedarf für einen Ausbau der Infrastruktur .....</i>	<i>41</i>
<i>Abbildung 3-12: Bewertung der Rahmenbedingungen.....</i>	<i>43</i>





<i>Abbildung 3-13: Nachfrageentwicklung der vier Angebotssegmente im Vergleich .....</i>	<i>44</i>
<i>Abbildung 3-14: Prozentualer Anteil von Betrieben mit Personalproblemen für alle 4 Angebotssegmente .....</i>	<i>46</i>
<i>Abbildung 4-1: Nachfrageerwartungen motorisierter Bootstourismus .....</i>	<i>49</i>
<i>Abbildung 4-2: Erweiterungsabsichten der Bootsflotten .....</i>	<i>50</i>
<i>Abbildung 4-3: Nachfrageerwartung bei der Kanuvermietung .....</i>	<i>51</i>
<i>Abbildung 4-4: Erweiterung der Kanu-Vermietkapazitäten .....</i>	<i>51</i>
<i>Abbildung 4-5: Bewertung der Geschäftsaussichten durch Kanuanbieter ...</i>	<i>51</i>
<i>Abbildung 4-6: Nachfrageerwartung Fahrgastschiffahrt .....</i>	<i>52</i>
<i>Abbildung 4-7: Geschäftsaussichten Fahrgastschiffahrt .....</i>	<i>52</i>
<i>Abbildung 4-8: Erwartete Gastliegenachfrage in den Häfen .....</i>	<i>53</i>
<i>Abbildung 4-9: Investitionstätigkeiten durch die Hafенbetreiber .....</i>	<i>53</i>
<i>Abbildung 4-10: Investitionsbereitschaft in die E-Mobilität .....</i>	<i>54</i>
<i>Abbildung 4-11: Gefahren durch den Klimawandel .....</i>	<i>56</i>
<i>Abbildung 4-12: Ausblick: Marktperspektiven bis 2030 .....</i>	<i>57</i>
<i>Abbildung 4-13: Nachfrageerwartung bis 2030 über alle vier Angebotsprofile .....</i>	<i>57</i>
<i>Abbildung 5-1: Wirtschaftliche Effekte durch Ausgaben der Bootsurlauber, eigene Darstellung PROJECT M .....</i>	<i>63</i>
<i>Abbildung 5-2: Wirtschaftliche Folgeeffekte aus Investitionen in die Wasserstraßen, eigene Darstellung PROJECT M .....</i>	<i>64</i>
<i>Abbildung 5-3: Jährlicher Umsatz aus der Vermietung differenziert nach Bootstypen und -größen .....</i>	<i>67</i>
<i>Abbildung 5-4: Jährlicher Bruttoumsatz nach Bootstypen im Vergleich 2014 zu 2024 .....</i>	<i>68</i>
<i>Abbildung 5-5: Verteilung Umsätze durch Liegeplatzvermietung .....</i>	<i>73</i>
<i>Abbildung 5-6: Jährlicher Gesamtbruttoumsatz in Euro aller vier Angebotssegmente in Berlin und Brandenburg. Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage Breiten- und Tiefenbefragung PROJECT M .....</i>	<i>76</i>



## Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 5-1: Nachfrage- und Umsatzkennziffern in der motorisierten Bootsvermietung .....</i>	<i>66</i>
<i>Tabelle 5-2: Umsatz- und Nachfragekennziffern Kanuvermietung. Quelle: Breiten- und Tiefenbefragung .....</i>	<i>70</i>
<i>Tabelle 5-3: Nachfrage- und Umsatzkennziffern Hafenebetriebung, Quelle Breiten- und Tiefenbefragung .....</i>	<i>72</i>
<i>Tabelle 5-4: Regionalwirtschaftlicher Beitrag aus der Betreibung .....</i>	<i>74</i>
<i>Tabelle 5-5: Regionalwirtschaftlicher Beitrag aus den Investitionen. Quelle: Breiten- und Tiefenbefragung .....</i>	<i>75</i>
<i>Tabelle 5-6: Jährlicher Gesamtbruttoumsatz aller vier Angebotssegmente in Berlin und Brandenburg. Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage Breiten- und Tiefenbefragung PROJECT M .....</i>	<i>77</i>
<i>Tabelle 5-7: Beschäftigte über die vier Angebotsprofile .....</i>	<i>79</i>



## Impressum

### **Bearbeitungskonzept, inhaltliche Bearbeitung, Text und Redaktion, Durchführung der Befragung**

PROJECT M GmbH

Matthias Wedepohl, Lilian J. Rolfs

[www.projectm.de](http://www.projectm.de)

Tourismuskontor

Heike Helmers

[www.tourismus-kontor.de](http://www.tourismus-kontor.de)

### **Herausgeber**

Industrie und Handelskammer Potsdam federführend für das Auftraggeberkonsortium

Das Projekt wurde durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie Brandenburg finanziell unterstützt.

Wir danken unseren Partnern und dem Auftraggeberkonsortium für die gute Zusammenarbeit und allen Anbietern, die sich die Mühe gemacht haben, bei den Befragungen teilzunehmen.

PROJECT M ist Urheber dieses Werkes. Bei jeglicher Art der Veröffentlichung und des Zitierens dieses Werkes ist gemäß § 13 UrhG PROJECT M als Urheber zu benennen.

## IMPRESSUM:

### Auftraggeber:

Industrie- und Handelskammern in Berlin und Brandenburg  
Wassertourismus Initiative Nordbrandenburg (WIN)  
ADAC e.V. und ADAC Berlin-Brandenburg e. V.  
Bundesverband Wassersportwirtschaft e.V.  
Wirtschaftsverband Wassersport e.V.  
Messe boot+fun

### Verantwortlich:

Industrie- und Handelskammer Potsdam  
Breite Straße 2 a-c | 14467 Potsdam  
[www.ihk.de/potsdam](http://www.ihk.de/potsdam)

### Titelbilder:

Manuela Neumann | IHK Ostbrandenburg  
Stern und Kreisschiffahrt GmbH Berlin  
Anet Hoppe

Stand: Dezember 2024



**Die Studie wurde erstellt mit finanzieller Unterstützung des  
Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz.**

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Teile dieser Broschüre urheberrechtlich geschützt sind und eine Weitergabe bzw. auszugsweises Kopieren nur mit Genehmigung der Partner der Studie erfolgen darf.