

# Potenzialanalyse für den Wassertourismus in Schleswig- Holstein (Fokus: Ostseeküste)

Präsentation der Endergebnisse  
27. November 2012

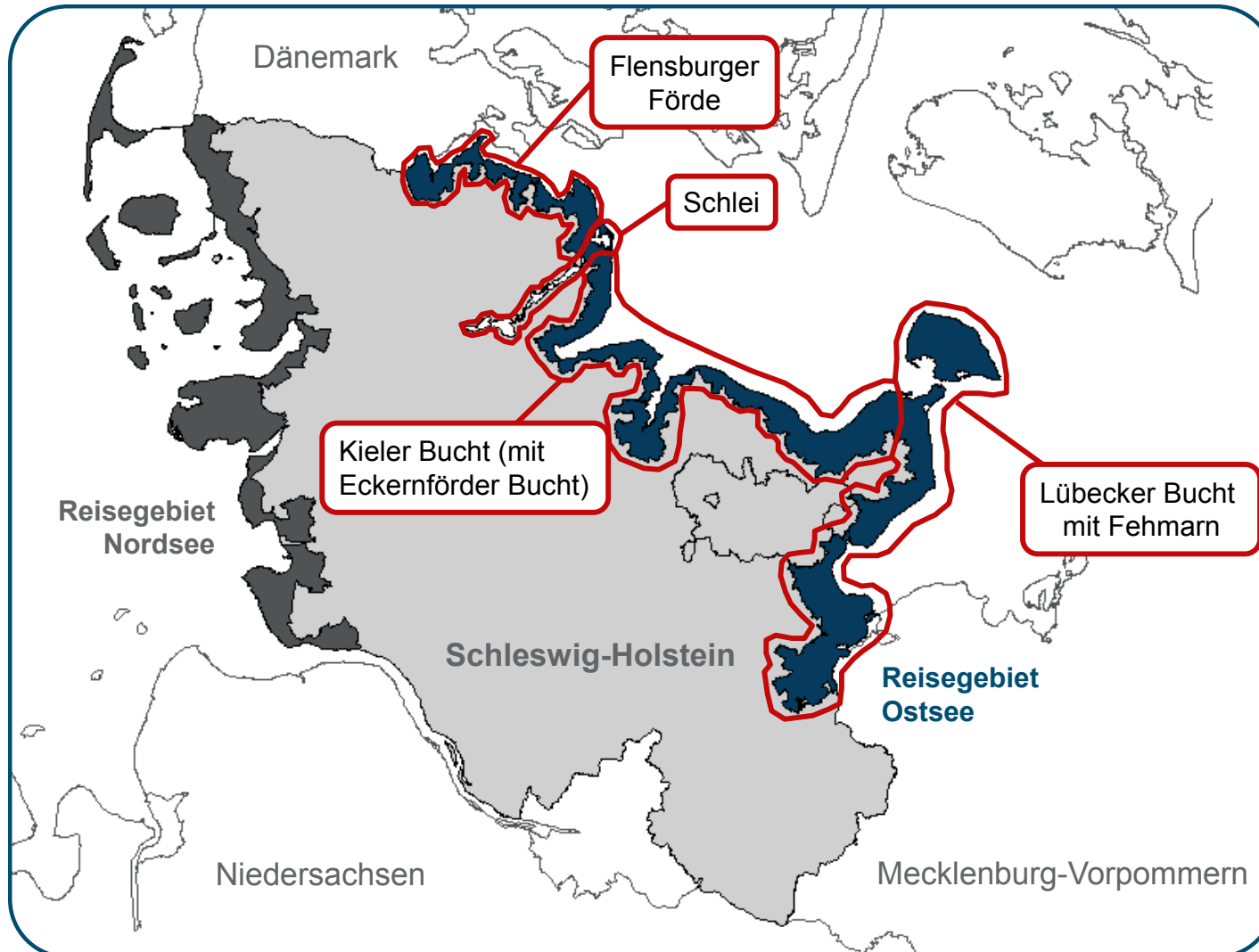
dwif-Consulting GmbH  
Markus Seibold

## Zentrale Fragestellungen der Studie

- Angebots- und Nachfragesituation im Wassertourismus in SH
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Wettbewerbsposition im Vergleich zu ausgewählten Wettbewerbern
- Handlungsbedarf/Potenziale



## Projektgebiet: Fokus Ostseeküste



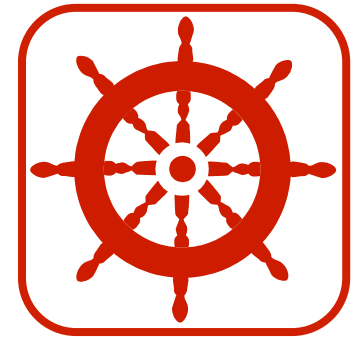


## Wassertourismus im Überblick



## Allgemeine Trends im (maritimen) Wassertourismus

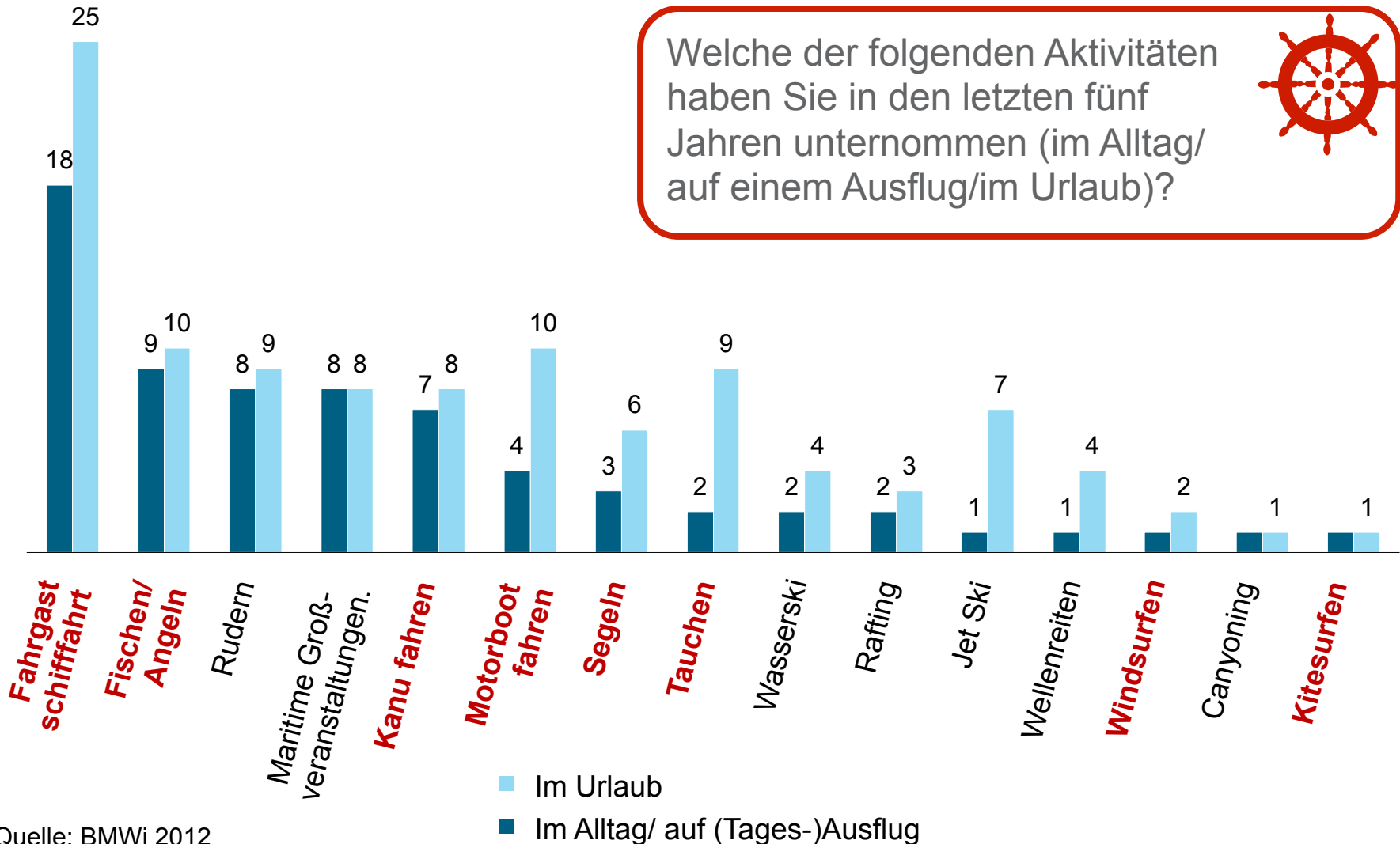
- Differenzierung der Zielgruppen in den einzelnen Segmenten
- Professionalisierung und Qualitätsorientierung
- Angebotskombinationen, Verknüpfung von wasser- und landseitigen Angeboten
- Hohe Dynamik und Innovationskraft
- Bedeutungsgewinn des Faktors „Maritime Atmosphäre“
- Starke Eventorientierung





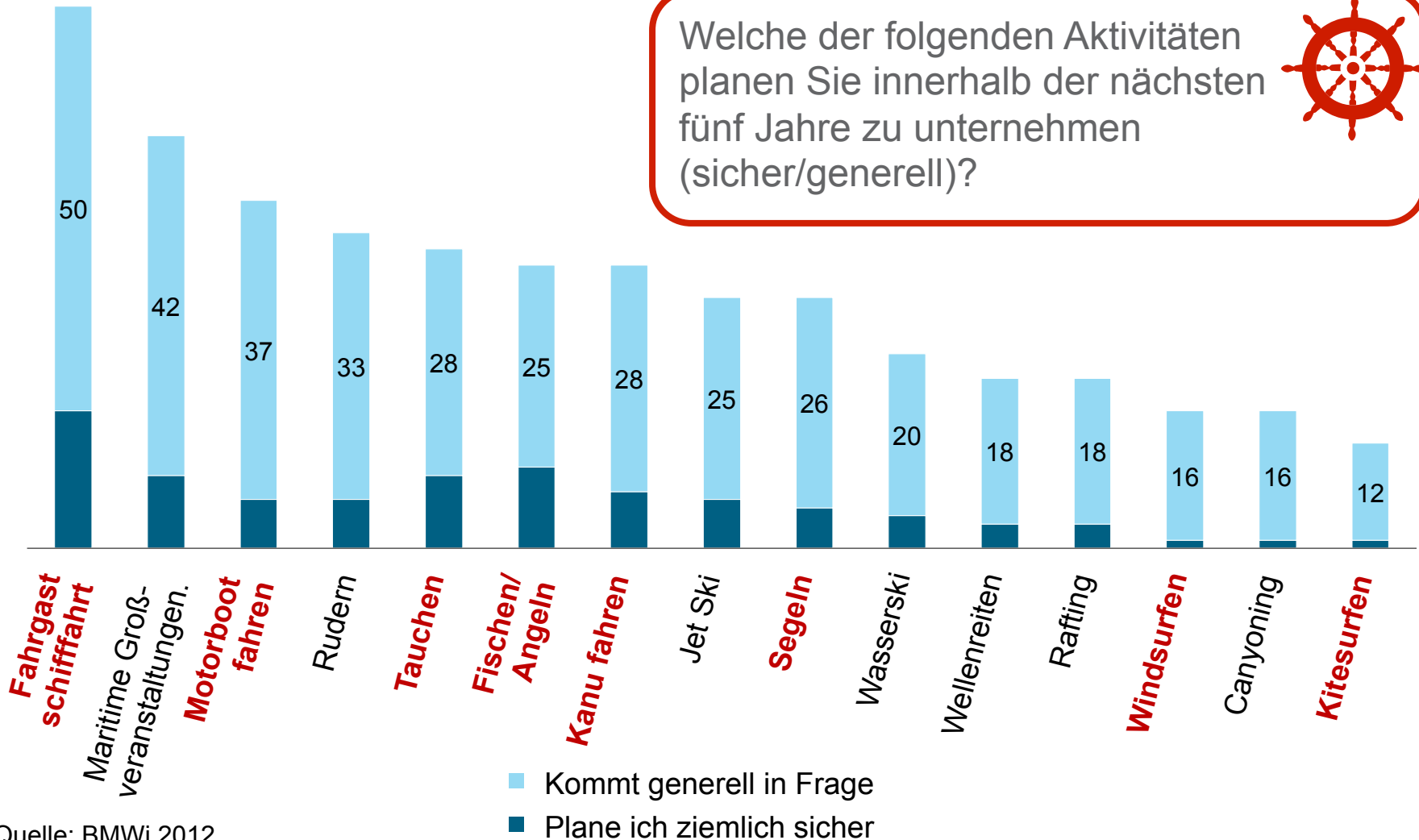
## Nachfrage(potenziale) im Wassertourismus

Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in den letzten fünf Jahren unternommen (im Alltag/ auf einem Ausflug/im Urlaub)?








## Nachfrage(potenziale) im Wassertourismus

Welche der folgenden Aktivitäten planen Sie innerhalb der nächsten fünf Jahre zu unternehmen (sicher/generell)?





## Einschätzung der Wettbewerbspositionen im Überblick

Bewertung der Segmente anhand folgender Kriterien:	Legende:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Natürliche Voraussetzungen</li> <li>- Infrastrukturausstattung</li> <li>- Breite und Tiefe des Angebotes</li> <li>- Besondere Angebote</li> <li>- Rahmenbedingungen</li> <li>- Qualitätsmanagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Herausragende Angebots- und Infrastruktur</li> <li> Basisangebote und -infrastruktur</li> <li> Segment nicht von touristischer Relevanz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Gute Angebots- und Infrastruktur</li> <li> Entwicklungspotenzial erkennbar</li> </ul>

## Einschätzung der Wettbewerbspositionen im Überblick (Küstenregionen im Vergleich)

Segmente	Schleswig-Holstein (v.a. Ostsee)	Mecklenburg-Vorpommern (Ostsee)	Dänemark (Ost- und Nordsee)	Schweden (Ostsee)	Polen (Ostsee)	Niederlande (Nordsee)
Segeltourismus	●	●	●	○	○	●
Motorboottourismus	○	○	○	○	○	○
Angeltourismus	○	○	●	○	○	○
Fahrgastschiffahrt	○	○	⊙	⊙	○	○
Surftourismus (inkl. Funsportarten)	○	○	○	—	⊙	○
Tauchtourismus	○	○	○	○	⊙	○

## Einschätzung der Wettbewerbspositionen im Überblick (Regionen an der Ostsee in SH im Vergleich)

Segmente	Lübecker Bucht mit Fehmarn	Kieler/ Eckernförder Bucht	Schlei	Flensburger Förde
Segeltourismus	●	○	○	○
Motorboottourismus	○	○	○	○
Angeltourismus	○	○	○	○
Fahrgastschiffahrt	○	○	○	○
Surftourismus (inkl. Funsportarten)	●	○	○	○
Tauchtourismus	○	○	—	○

## Bootstourismus



## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

- Sehr heterogenes Segment
  - Segeln und Motorboot
  - Bootseigner, erfahrene Skipper, Anfänger
  - Häfen, Charter, Schulen, Zusatzdienstleistungen



## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

### Nachfragevolumen und -entwicklung

- Volumen: hoch
  - Mind. 1,8 Mio. Deutsche betreiben regelmäßig und aktiv Bootssport (Schätzungen BVWW)
  - Erfahrung in den letzten fünf Jahren (in % der deutschen Bevölkerung): 25% Motorboot, 20% Segeln
  
- Entwicklung: tendenziell eher rückläufig
  - Zahl der Bootseigner stark abnehmend (derzeit laut BVWW rund 8.000 pro Jahr)
  - Charterunternehmen mit allmählich abflachenden Wachstumsraten (Marktsättigung)



## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

### Nachfragestruktur

- In SH dominiert der Segeltourismus (rund 75%);  
Ausnahmen: einzelne Häfen in der  
Lübecker Bucht (Neustadt, Grömitz, Travemünde) und  
in der Kieler Bucht (Wendtorf, Laboe)
- Zielgruppen:
  - vor allem Best Ager (Durchschnittsalter 55 bis 60 Jahre)  
v.a. Bootseigner und klassische Charterkunden
  - Potenziale bei:  
Paaren mittleren Alters und befreundete Crews (Charter) und  
Familien (Einsteigerangebote, z.T. auch Charter)





## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostseeküste)

- Ausgeprägtes Süd-Nord-Gefälle



	Lübecker Bucht und Fehmarn	Kieler Bucht	Schlei	Flensburger Förde	SH Ostseeküste gesamt
Marinas (Liegeplätze)	52 (8.920)	24 (5.819)	43 (3.524)	17 (2.690)	136 (20.953)
Charter- unternehmen (Charterboote)	37 (784)	14 (221)		10 (368)	61 (1.373)
Segelschulen	15	14	2	3	34
Dienstleistungs- unternehmen	151	95	42	24	312
<b>Bootstourismus insg. (Anbieter)</b>	<b>255</b>	<b>147</b>	<b>92</b>	<b>49</b>	<b>543</b>

## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostseeküste)

- Ausgeprägtes Süd-Nord-Gefälle



Segmente	Lübecker Bucht mit Fehmarn	Kieler/ Eckernförder Bucht	Schlei	Flensburger Förde
Segeltourismus	●	○	○	○
Motorboottourismus	○	○	○	○

## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostseeküste)

- **Praxisbeispiel** für eine erfolgreiche Hafenkooperation:  
**Baltic Sailing, Lübecker Bucht**

- Deutsch-Dänische Hafenkooperation  
(Partnerregionen: Lübecker Bucht und Lolland-Falster)
- Ziele: gemeinsame Vermarktung, besserer Austausch, Verknüpfung wasser- und landseitige Angebote, Qualitätsverbesserung
- Perspektivisch:  
Ausweitung auf  
andere Regionen  
an der Ostseeküste  
in SH und in Dänemark  
angestrebt, erste  
Gespräche laufen bereits



## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostseeküste)

- **Praxisbeispiel** für Nachwuchsgewinnung im Bootssport:  
**Camp 24 | 7, Kiel**

- Saisonales Segelcamp für Einheimische und Gäste
- Primäres Ziel: Begeisterung von Kindern und Jugendlichen für den Wassersport
- Schnupperangebote, Kurse, Thementouren, Familienangebote, etc.



## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich  
(Fokus: Küstenregionen)



Segmente	Schleswig-Holstein (Ostsee)	Mecklenburg-Vorpommern (Ostsee)	Dänemark (Ost- und Nordsee)	Schweden (Ostsee)	Polen (Ostsee)	Niederlande (Nordsee)
Segeltourismus	●	●	●	○	○	●
Motorboottourismus	○	○	○	○	○	○

## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich



### Ostseeküste SH:

- 136 Marinas mit über 20.000 Liegeplätzen
- 61 Charterunternehmen mit knapp 1.370 Booten
- 41 Segelschulen

### Wettbewerbsvorteil:

- Modernität
- Qualitätsmanagement

### Wettbewerbsvorteil:

- Dichte des Hafennetzes
- Landseitiges Angebot

### Ostseeküste MV:

- 132 Marinas mit rund 12.000 Liegeplätzen
- 53 Charterunternehmen mit knapp 1.480 Booten
- 46 Segelschulen



## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiel** für konsequente Zielgruppenorientierung:  
**Kinder willkommen in der „im-jaich-Wasserferienwelt“  
Lauterbach/Rügen**
  - Ausstattung speziell auf die Bedürfnisse von Kindern ausgerichtet
  - Kindersegeln, Betreuung, Familienarrangements





## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiel** für konsequente Qualitätsorientierung:  
**Maritimes Qualitätsmanagement in Mecklenburg-Vorpommern (MQM)**
  - 2003 eingeführt, zunächst für Häfen und Charterunternehmen
  - Alternative zu bestehenden QM-Systemen
  - Steht für Qualität, Sicherheit und Umweltschutz
  - Definierte Qualitätsstandards
  - MQM-Lehrgänge
  - Ausweitung auf weitere Regionen geplant



## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich  
(Fokus: Küstenregionen)



Segmente	Schleswig-Holstein (Ostsee)	Mecklenburg-Vorpommern (Ostsee)	Dänemark (Ost- und Nordsee)	Schweden (Ostsee)	Polen (Ostsee)	Niederlande (Nordsee)
Segeltourismus	●	●	●	○	○	●
Motorboottourismus	○	○	○	○	○	○

## Segmente im Einzelnen: Bootstourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiel** für innovative Angebote im Motorboottourismus: **Umweltfreundliche Antriebssysteme, Yachtcharter Sneek, NL**
  - Zwei Motoryachen mit Hybridantrieb
    - Diesel – größere Gewässer
    - Elektro – Uferzonen, kleinere und ruhigere Gewässer



# Angeltourismus



## Segmente im Einzelnen: Angeltourismus

- Drei Typen in Küstengebieten:
  - vom Land aus (Brandungsangeln)
  - vom kleinen Boot aus (Trollingangeln)
  - vom Angelkutter aus (Kutterangeln)

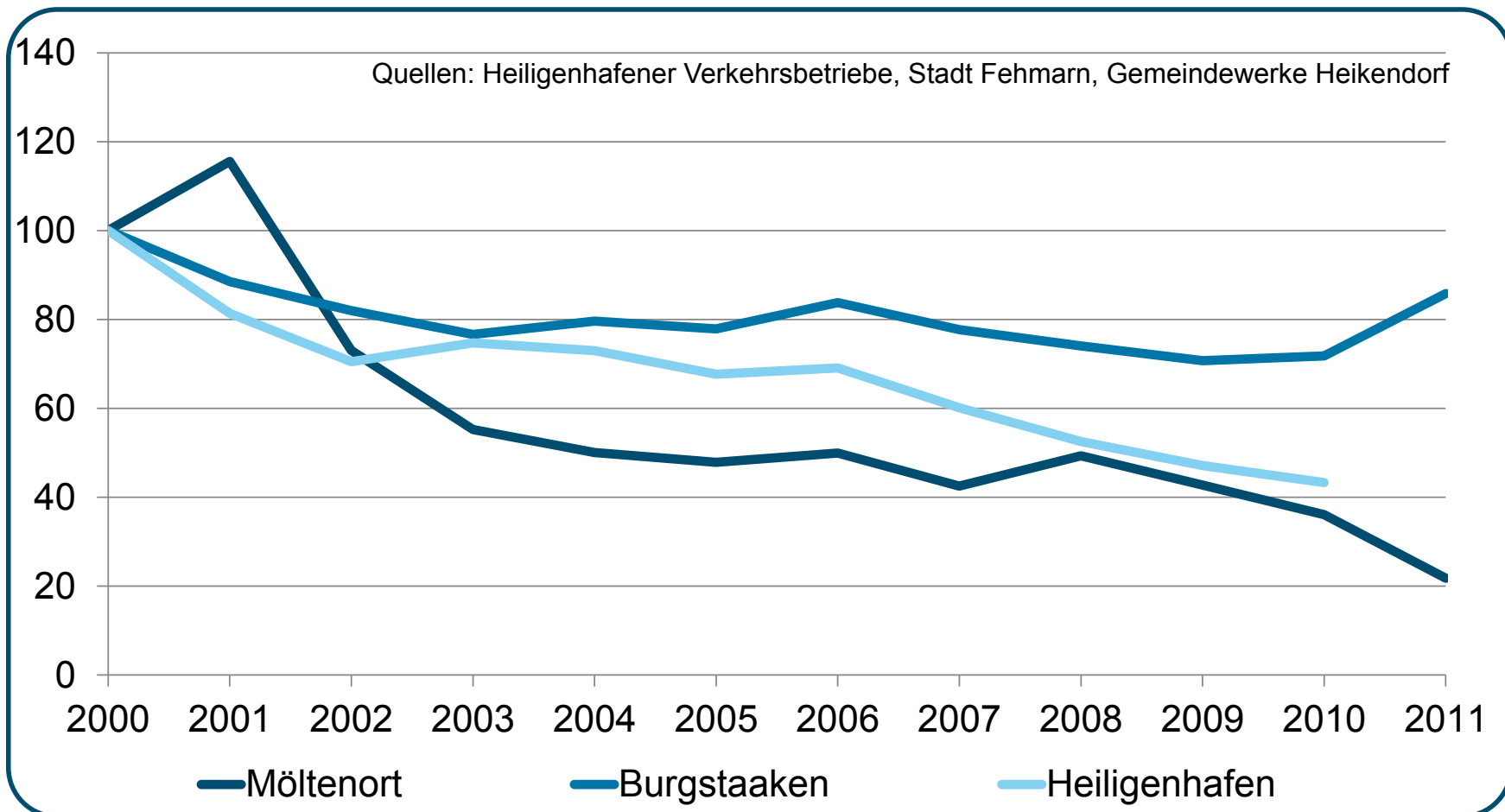


### Nachfrage im Angeltourismus

- Volumen: hoch
- Entwicklung: stabil,  
Ausnahme: Hochseeangelfahrt
- Zielgruppen: vor allem Männer, alle Altersgruppen, häufig mit Familie unterwegs

## Segmente im Einzelnen: Angeltourismus

Beförderte Passagiere in der Hochseeangelfahrt – ausgewählte Beispiele –



## Segmente im Einzelnen: Angeltourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostseeküste)

– Stärken:

- Abwechslungsreichtum der Gewässer
- Bekanntheit
- Breite des Angebot (v.a. Angelkutter)

– Defizite:

- Fehlendes Qualitätsmanagement
- Modernität und Innovativität
- Fehlen von Zusatzangeboten (z.B. Angelboote, Guides, Unterkünfte)
- Bürokratie



Segmente	Lübecker Bucht mit Fehmarn	Kieler/ Eckernförder Bucht	Schlei	Flensburger Förde
Angeltourismus	○	○	○	○



## Segmente im Einzelnen: Angeltourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich  
(Fokus: Küstenregionen)



Segmente	Schleswig-Holstein (Ostsee)	Mecklenburg-Vorpommern (Ostsee)	Dänemark (Ost- und Nordsee)	Schweden (Ostsee)	Polen (Ostsee)	Niederlande (Nordsee)
Angeltourismus	○	○	●	○	○	○

## Segmente im Einzelnen: Angeltourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiele** für Qualitätsmanagement im Angeltourismus:

- **Fishing Denmark:**  
knapp 70 zertifizierte Anbieter/  
Regionen/etc.
- **Angelurlaub in MV:**  
knapp 60 zertifizierte Anbieter,  
davon rund ein Drittel an der  
Ostseeküste



## Segmente im Einzelnen: Angeltourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiel** für innovative Angebote für Angler:  
**Geführte Trollangeltouren auf Rügen**
  - Touren zu unterschiedlichen Themen (Fische, Fangmethoden, etc.)
  - Sportliche Boote, max. fünf Personen
  - Begleitung durch Angelcoaches/-guides



## Segmente im Einzelnen: Angeltourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiel** für innovative Angebote für Angler:  
**Pauschalangebote mit vielen Extras in Kerteminde, DK**
  - Vom Basis- bis zum Luxuspaket für jeden Geschmack und Geldbeutel
  - Bausteine: Unterkunft, Angelschein, Guidebuch/-DVD, Begleitung durch Angelführer, Bootsmiete, Dinner mit eigenem Fang





## Fahrgastschifffahrt



## Segmente im Einzelnen: Fahrgastschifffahrt

- Unterschiedlichste Teilsegmente:
  - Ausflugsschifffahrt, Rundfahrten
  - Linienschifffahrt, Fährschifffahrt
  - Charterfahrten, Veranstaltungen an Bord
  - (Mini-)Kreuzfahrten, ...



### Nachfrage in der Fahrgastschifffahrt

- Keine Angabe zu Volumen und Potenzial möglich, da in der Regel Ergänzungsangebot
- Laut Reiseanalyse aber die beliebteste Wasseraktivität der Deutschen
- Sehr heterogene Zielgruppenstruktur

## Segmente im Einzelnen: Fahrgastschifffahrt

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostseeküste)

- Stärken:
  - Breite des (noch) vorhandenen Angebots
  - Wichtiges Ergänzungsangebot/Imagefaktor
  - Organisation (Verband der Bäder- u. Hochseeangelschiffe)
- Defizite:
  - Veraltete Schiffe
  - Hohe Sicherheitsauflagen
  - Fehlende Kooperationen
  - Keine innovativen, zielgruppenorientierten Angebote

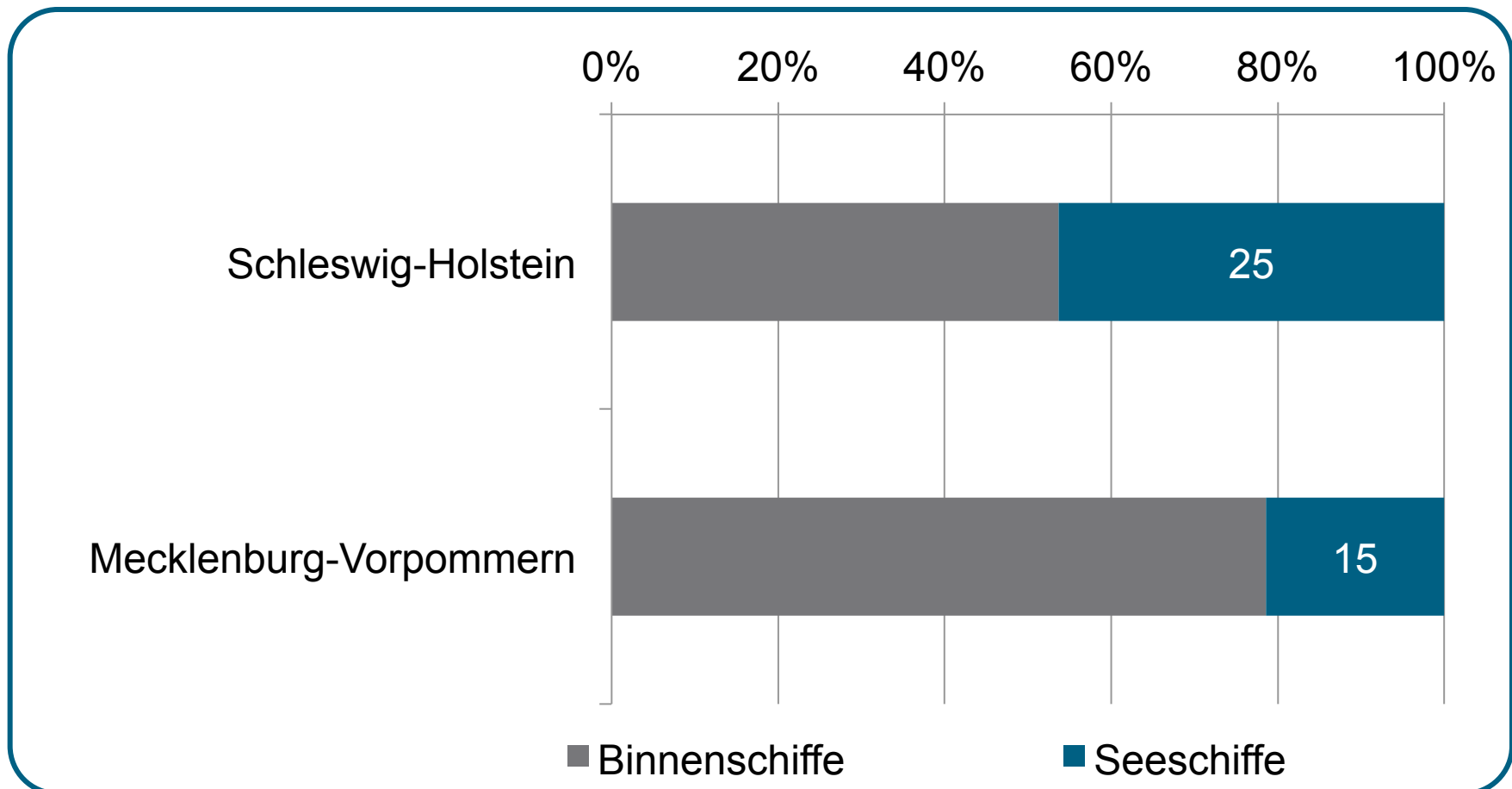


Segmente	Lübecker Bucht mit Fehmarn	Kieler/ Eckernförder Bucht	Schlei	Flensburger Förde
Fahrgastschifffahrt	○	○	○	○



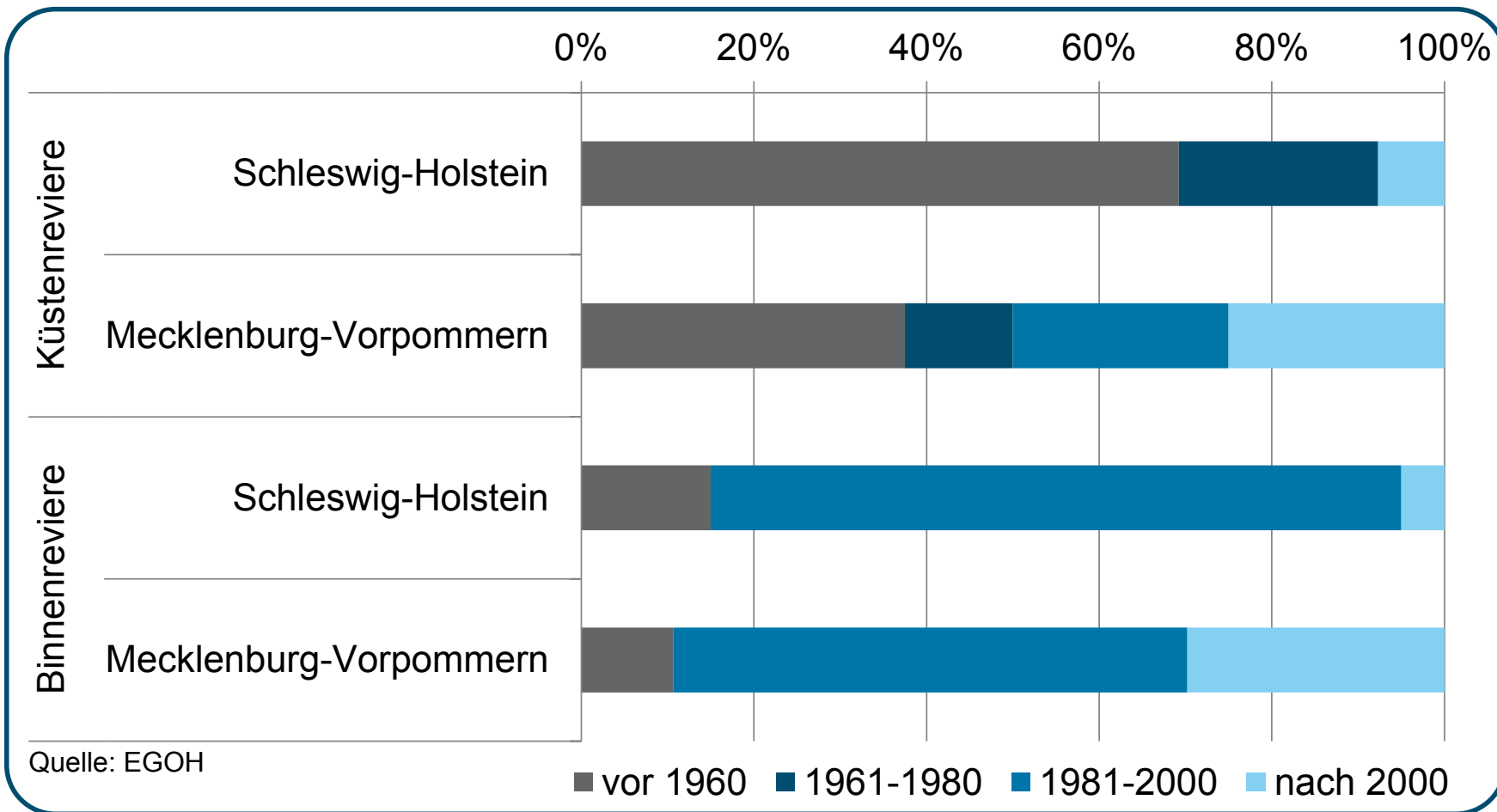
## Segmente im Einzelnen: Fahrgastschifffahrt

Fahrgastschiffe an der deutschen Ostseeküste



## Segmente im Einzelnen: Fahrgastschifffahrt

Alter/Baujahr der Fahrgastschiffe an der deutschen Ostseeküste



## Segmente im Einzelnen: Fahrgastschifffahrt

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich  
(Fokus: Küstenregionen)



Segmente	Schleswig-Holstein (Ostsee)	Mecklenburg-Vorpommern (Ostsee)	Dänemark (Ost- und Nordsee)	Schweden (Ostsee)	Polen (Ostsee)	Niederlande (Nordsee)
Fahrgastschifffahrt	○	○	⊙	⊙	○	○

## Surftourismus



## Segmente im Einzelnen: Surftourismus

- Vor allem Wind- und Kitesurfen
- Aber starke Verbindung zu Funsportarten  
(SUP, Wakeboard, Wasserski, Wellenreiten, etc.)



### Nachfrage im Surftourismus

- Volumen: gering
- Entwicklung: steigend, vor allem im Kitesurfen
- Zielgruppen: insbesondere junge Männer  
(Durchschnittsalter zwischen 30 und 40 Jahren),  
Potenziale bei Familien vorhanden

## Segmente im Einzelnen: Surftourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostsee und Nordsee)



– Stärken:

- Bekanntheit
- Vielfältigkeit der Reviere
- Surfevents
- Professionalität der Anbieter,  
Breite und Tiefe des Angebots

– Defizite:

- Fehlende Zielgruppenorientierung  
weg von den Surf-“Freaks“
- Angebotsgefälle von Süd nach Nord

Segmente	Lübecker Bucht mit Fehmarn	Kieler/ Eckernförder Bucht	Schlei	Flensburger Förde
Surftourismus (inkl. Funsportarten)	●	○	○	○



## Segmente im Einzelnen: Surftourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostsee und Nordsee)

- **Praxisbeispiel** für All-Inclusive-Surfcamps:  
**Kitecamps, GlobalXTeam Surendorf**
  - Unterkunft in Appartements,
  - Kite- und SUP-Kurse,
  - Rahmenprogramm: Beach-Party, Ausflüge in die Umgebung, etc.





## Segmente im Einzelnen: Surftourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostsee und Nordsee)

- **Praxisbeispiel** für außenwirksame Surfevents:  
**Reno Windsurf World Cup Westerland/Sylt**
  - Weltweit bedeutendstes Windsurfevent
  - jährlich rund 230.000 Besucher
  - neben Wettkämpfen umfangreiches Rahmenprogramm, vor allem für ein „Lifestyle interessiertes“, junges Publikum



## Segmente im Einzelnen: Surftourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich  
(Fokus: Küstenregionen)



Segmente	Schleswig-Holstein (Ostsee)	Mecklenburg-Vorpommern (Ostsee)	Dänemark (Ost- und Nordsee)	Schweden (Ostsee)	Polen (Ostsee)	Niederlande (Nordsee)
Surftourismus (inkl. Funsportarten)	○	○	○	—	⊙	○

## Segmente im Einzelnen: Surftourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiel** für innovative Surfangebote:  
**Surfen auf der Fährwelle in Warnemünde**
  - Verleih von Brettern und Wellenreitkurse, inkl. Fahrplan der Fähren
  - Außerdem: viele weitere Funsport-Angebote, wie Stand Up Paddling, Skimboarding



## Segmente im Einzelnen: Surftourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiel** für innovative Surfangebote:  
**Surf-Flatrate von Kulasurf, Graal-Müritz**
  - Richtet sich vor allem an Viel-Surfer
  - 300 Euro pro Saison – Material so oft leihen wie gewünscht





## Tauchtourismus



## Segmente im Einzelnen: Tauchtourismus

- In der Ostsee vor allem Wracktauchen
- Aber auch Tauchgänge von Land oder vom Boot aus
- Starke Wettbewerber in wärmeren Regionen



### Nachfrage im Tauchtourismus

- Volumen: mittel
- Entwicklung: stabil
- Zielgruppen: aktive vs. Gelegenheitstaucher,  
bei beiden Gruppen ist Tauchen aber vor allem eine Urlaubsaktivität;  
in der Regel unter 50 Jahre alt, Familien selten, aber Potenzial vorhanden

## Segmente im Einzelnen: Tauchtourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostseeküste)

- Stärken:
  - Flächendeckend Angebote und Möglichkeiten zum Tauchen vorhanden (Küste)
  - Verschiedene innovative Angebote vorhanden
- Defizite:
  - Image der Ostsee als Tauchrevier und natürliche Bedingungen
  - Fehlende Indoormöglichkeiten
  - Qualität



Segmente	Lübecker Bucht mit Fehmarn	Kieler/ Eckernförder Bucht	Schlei	Flensburger Förde
Tauchtourismus	○	○	—	○



## Segmente im Einzelnen: Tauchtourismus

Angebotsstruktur in Schleswig-Holstein (Ostseeküste)

- **Praxisbeispiel** für innovative Tauchangebote:  
**Spezialkurs Unterwasser-Fotografie,**  
**Tauchcenter nicedive4u, Timmendorfer Strand**
  - Verschiedene Level (Einsteiger-/Aufbaukurs)
  - 1 bis 2 Tage Kurs, inkl. Theorie und Praxis 2 Tauchgänge)



## Segmente im Einzelnen: Tauchtourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich  
(Fokus: Küstenregionen)

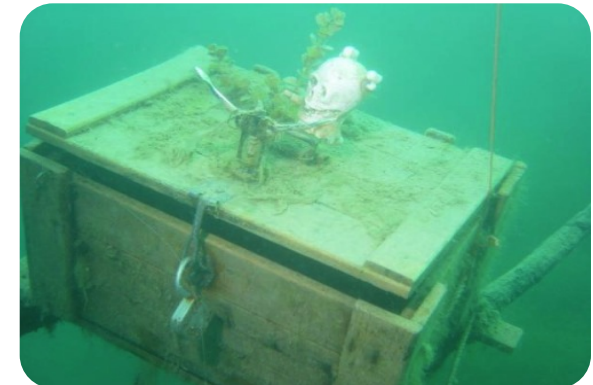


Segmente	Schleswig-Holstein (Ostsee)	Mecklenburg-Vorpommern (Ostsee)	Dänemark (Ost- und Nordsee)	Schweden (Ostsee)	Polen (Ostsee)	Niederlande (Nordsee)
Tauchtourismus	○	○	○	○	⊙	○

## Segmente im Einzelnen: Tauchtourismus

Angebotsstruktur im Wettbewerbsvergleich

- **Praxisbeispiel** für innovative Tauchangebote:  
**Tauchevents im DiveCenter Rostock**
  - Tauchcenter angeschlossen an Yachthafenresidenz „Hohe Düne“
  - Highlights: Tauchen mit Seehunden und Tresorttauchen



## Zusammenfassende Bewertung

Bedeutung der einzelnen Segmente für das Untersuchungsgebiet

Segmente	Wettbewerbsposition SH	Nachfragepotenziale	Wirtschaftliche Bedeutung	Bedeutung für das Untersuchungsgebiet
Segeltourismus	Sehr gut, aber starke unmittelbare Konkurrenz	Hoch	Sehr hoch	<b>Sehr hoch</b>
Motorboottourismus	Untergeordnet	Hoch	Sehr hoch	Gering
Angeltourismus	Gut, aber deutlich stärkere Mitbewerber	Hoch	Mittel	<b>Hoch</b>
Fahrgastschiffahrt	Untergeordnet	k.A.	k.A.	Mittel
Surftourismus (inkl. Funsportarten)	Im Ostseeraum gut; international starke Konkurrenz	Relativ gering	Mittel	<b>Hoch</b>
Tauchtourismus	Im Ostseeraum gut, aber viele Mitbewerber; international untergeordnet	mittel	Eher gering	Mittel

VIELEN DANK UND VIEL ERFOLG !



**Markus Seibold**  
**Maike Berndt**  
**dwif-Consulting GmbH**  
Marienstraße 19/20  
10117 Berlin  
Tel.: 030 757 949 28  
Mail: [m.berndt@dwif.de](mailto:m.berndt@dwif.de)

**Jens Meyer**  
**Entwicklungsgesellschaft**  
**Ostholstein mbH**  
Röntgenstrasse 1  
23701 Eutin

Tel.: 04521 808 804  
Mail: [meyer@egoh.de](mailto:meyer@egoh.de)