



## **2. Zukunftswerkstatt Saaletourismus**

**Impulsreferat Wassertourismus in Sachsen-Anhalt**

**21. November 2019**

# Agenda



**Potenziale im Wassertourismus**

**Zahlen & Fakten Blaues Band Sachsen-Anhalt**

**Aktuelle Branchenthemen**

**Best Practice Beispiele**

**Trends**

## Potenziale im Wassertourismus



**hallesaale**  
HÄNDELSTADT



- Mehr als 100 Mio. € wurden in die Infrastruktur am Blauen Band investiert
- Mehr als 500.000 Gäste buchen jährlich eine Schiffstour in Sachsen-Anhalt
- ca. 30.000 unternehmen jährlich eine Kanutour auf der oberen Saale
- ca. 15.000 Gäste auf der Unstrut
- Die Lage am Wasser (Blaues Band) ist ein wichtiger weicher Standortfaktor für Investieren, Wohnen und Besuchen
- Wasser ist ein Hauptmotiv für Urlauber und Tagesgäste
- Das Blaue Band umfasst alle Aktivitäten am, auf, im und unter Wasser



## Wassertourismus auf Flüssen und Seen

**Wassertourismus**  
im engeren Sinne

**Wassertourismus**  
im weiteren Sinne

**Sportboottourismus,  
Wasser(vereins-)sport**

**Fahrgastschiffahrt  
Kabinenschiffahrt**

**Aufenthalte, Freizeit am und  
auf dem Wasser, Naherholung**

**Sportboot-  
tourismus**

**Muskelbetriebener  
Wassertourismus,  
Funsport**

**Fahrgastschiffahrt:**

- Linienschiffahrt
- Charterschiffahrt
- Themenschiffahrt
- Flusskreuzfahrten

**Radfahren, Wandern, Spazieren-**  
gehen am Wasser, Erholen, Spie-  
len, Angeln, Flanieren, Genießen,  
Essen, Trinken, Feiern, Kontakte  
pflegen, Kultur erleben, Schlafen.

Motorboote,  
Hausboote,  
Charter-/  
Leihangebote,  
Charterschein-  
revier (nur Ab-  
schnitt Saale),  
Marinas, Anleger

Kanu, Rudern,  
Drachenboote,  
Wakeboard, SUP.  
Events für  
Vereinsmit-glieder  
/ Gäste.  
Leihangebote, Ein-  
/ Ausstiege

Erlebnis der Natur- & Kultur-  
landschaften vom Wasser  
aus, Begegnung, Unterhal-  
tung, Events, Landgänge ...  
Kombinierte Angebote Rad +  
Schiff, Wandern + Schiff ...

In Häfen, an Promenaden, auf  
Uferwegen, neue Beherbergung,  
Gastronomie, Freizeitangebote am  
Wasser, Events am/auf dem  
Wasser. Am Wasser, auf wasser-  
begleitenden Wegen, Rundtouren

**Wasser = Raum für Wassersport,  
Naturerlebnis, Erlebnisse im  
Team**

**Wasser = Verkehrsweg  
und Raum für  
Begegnungen**

**Wasser = Kulisse  
für Urlaubs- und  
Freizeitaktivitäten jeder Art**



- ✓ Wasser zieht Menschen an
- ✓ Neues Natur-, Umweltbewusstsein, Wunsch nach „Zurück zur Natur“, Auszeit
- ✓ Neue Angebotsqualität, Style, Design am / auf dem Wasser
- ✓ Digitalisierung, zentrale Datenbanken, Online Marketing, Netzwerke
- ✓ Neue Mobilitätskonzepte, z.B. e-Fahrgastschiffe
- ✓ Renaturierung der Flüsse und Auen (neue Förderprogramme); mehr Naturerlebnis – aber auch Hemmnis
- ✓ Neue bauliche Möglichkeiten (z.B. kombinierte Kanu-und Fischpässe; wird noch nicht überall umgesetzt)

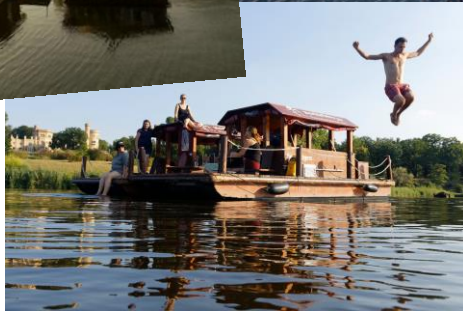
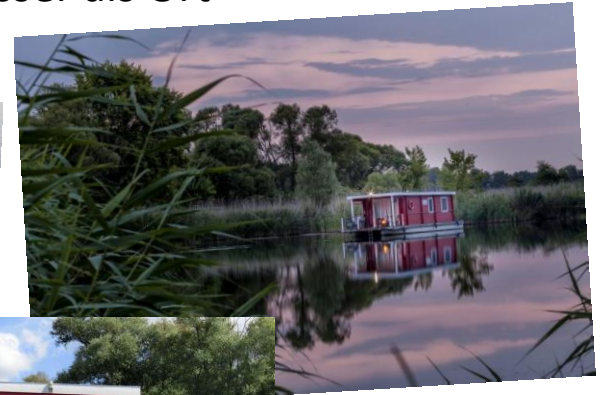
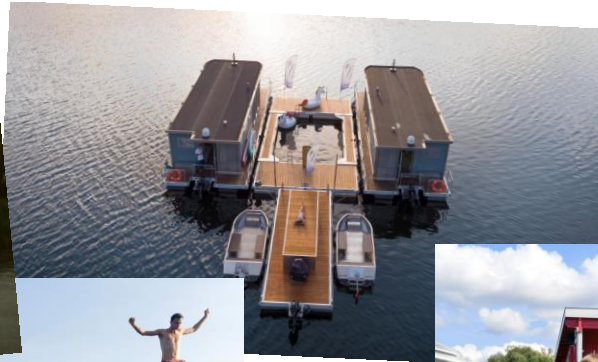
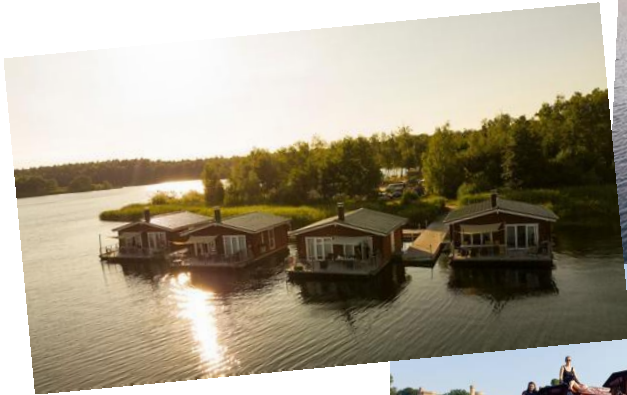


- Natürliche Wasserstände
- Investitionsstau, stockende Sanierungsprojekte, insbesondere zur Sanierung von Schleusen –wirtschaftliche Auswirkungen auf Anrainer
- Auch fehlendes Personal an den Schleusen
- (noch/wieder) Investitionen notwendig, gerade an den Nebenwasserstraßen
- Weiter zunehmende Anforderungen im Bereich Umwelt- und Landschaftsschutz, EU-Richtlinien, NATURA 2000, Renaturierungsziele
- Gebietskulisse Blaues Band: Große Fläche, unterschiedliche Attraktivität und Nutzbarkeit der Gewässer, viele kleine Anbieter

## Wo Wassertourismus gelebt und vermarktet wird...



Schwimmende Ferienhäuser, Hausboote, Floßtouren – Wasser als Ort außergewöhnlicher Übernachtungen

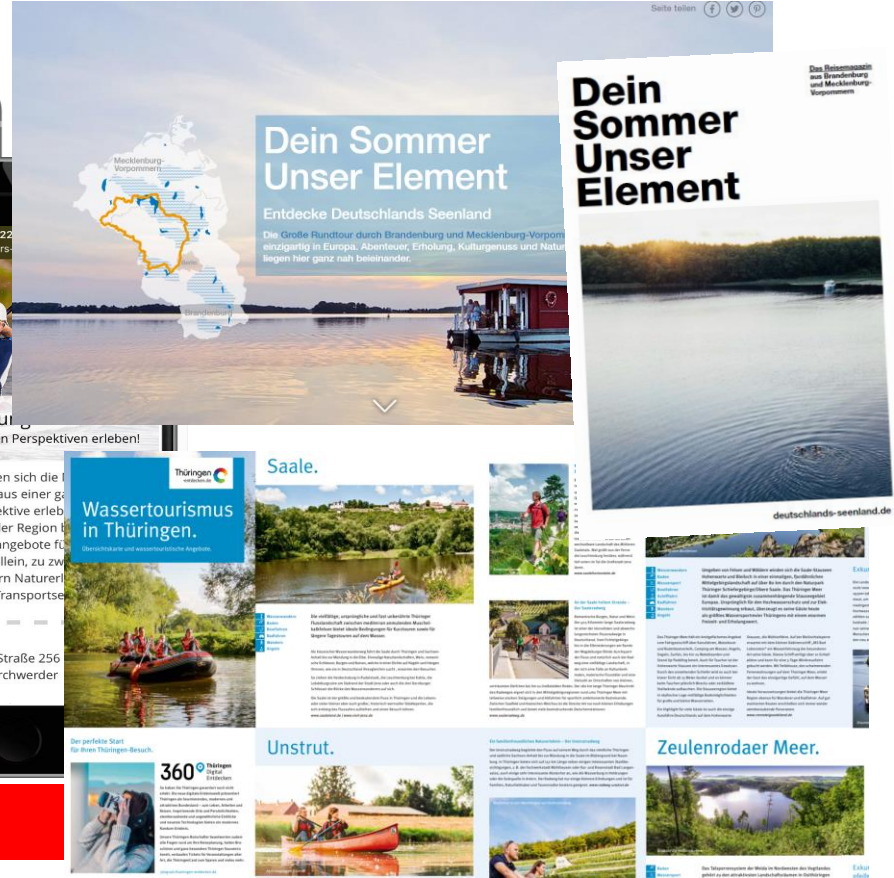
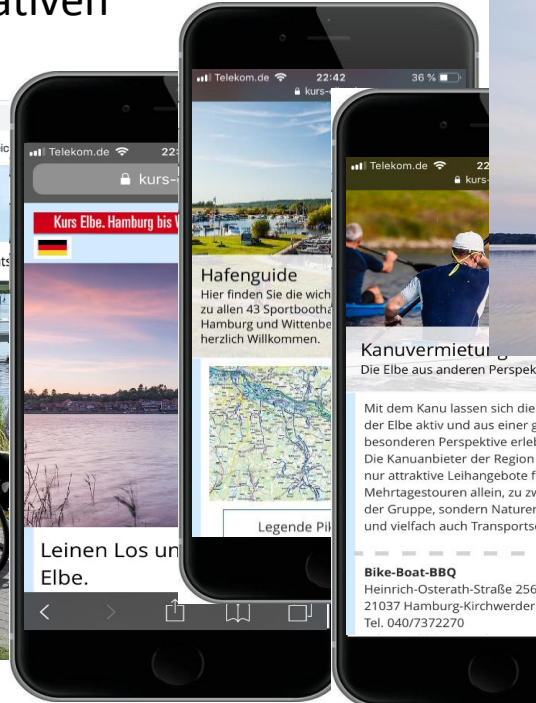




# Wo Wassertourismus gelebt und vermarktet wird...



## Wassertourismusinitiativen



# Wo Wassertourismus gelebt und vermarktet wird...



## Weitere Beispiele



SUP Touren auf Flüssen  
und Seen / SUP Yoga



Mit thematischen  
Touren wie Lichterfahrt,  
Winterfahrt, etc.



Abendgondelfahrt mit  
Seekonzert, Wörlitz



Wasserspielplätze an  
Flüssen und Seen



## Auszug aus dem Tourismuskonzept Sachsen-Anhalt

Die wirtschaftlichen Potenziale des Wassertourismus in Deutschland

- **Kanusport als Wachstumsmarkt:** Potenziale für Sachsen-Anhalt auch durch Ausweichtendenzen aus überlasteten Revieren (Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg)
- Jährlich 697.500 Kanuten allein auf Bundeswasserstraßen
  - rund 414.600 Kanuten mit eigenem Boot
  - etwa 282.900 Kanuten mit Mietbooten
- Ø Ausgaben der Kanutouristen/Ruderer
  - Kanutouristen/Ruderer mit Eigner-Boot 49,10 EUR/Tag
  - Kanutouristen mit Miet-Boot 48,58 EUR/Tag



## Trends, neue Anforderungen Zielgruppen

- **Gestiegene Qualitätsanforderungen, Erwartungen an** wassertouristische Infrastruktur und Angebote
- **Verändertes Reiseverhalten:** Alles immer öfter, schneller, kürzer. Angebote für Stunden, 1 Tag, 2 Tage, 3 Tage
- **Verändertes Informations-& Buchungsverhalten**
  - **Digitale Information 24/7**, entlang der gesamten Customer Journey
  - **Spezialinformation**(Revierführer, Marinaführer, Hafenguides, Karten)
  - **Weiterführende vernetzte Informationen** (d.h. wassertouristische Informationen im engeren und weiteren Sinne + Rad, Kultur, Gastronomie, Beherbergung, Freizeit, Tagungen ...)

### Die Anforderungen an Tourismusorganisationen verändern sich:

Perfekter Content über zentrale Datenbanken, mit besonderen Bildwelten, Storys, Erlebnissen, O-Tönen der Gäste, Empfehlungen Vernetzung mit den „Locals“



## 2. Zukunftswerkstatt Saaletourismus

Workshops / Thementische

21. November 2019



## Thementisch 1

### Aktivitäten auf dem Wasser

#### Sportboottourismus, Wasser(vereins-)sport

##### Sportboot- tourismus

Motorboote,  
Hausboote,  
Charter-/  
Leihangebote,  
Charterschein-  
revier (nur Ab-  
schnitt Saale),  
Marinas, Anleger

##### Muskelbetriebener Wassertourismus, Funsport

Kanu, Rudern,  
Drachenboote,  
Wakeboard, SUP.  
Events für  
Vereinsmit-  
glieder  
/ Gäste.  
Leihangebote, Ein-  
/ Ausstiege

#### Fahrgastschiffahrt Kabinenschiffahrt

##### Fahrgastschiffahrt:

- Linienschiffahrt
- Charterschiffahrt
- Themenschiffahrt
- Flusskreuzfahrten

Erlebnis der Natur- & Kultur-  
landschaften vom Wasser  
aus, Begegnung, Unterhal-  
tung, Events, Landgänge ...  
Kombinierte Angebote Rad +  
Schiff, Wandern + Schiff ...

**Wasser = Raum für Wassersport,  
Naturerlebnis, Erlebnisse im  
Team**

**Wasser = Verkehrsweg  
und Raum für  
Begegnungen**



## Thementisch 1



- **Fragestellungen**

- Welche Formen des Wassertourismus sehen Sie für die Stadt Halle (Saale)?
- Worauf müssen wir uns fokussieren?
- Wie bewerten Sie das Spannungsfeld zwischen der Nutzung für Einheimische und Gäste? Gibt es eins?
- Welche Fragen haben Sie bezüglich des Themas Tourismus auf dem Wasser?



## Thementisch 2

### Aktivitäten entlang des Wassers

**Aufenthalte, Freizeit am und auf dem Wasser, Naherholung**

**Radfahren, Wandern, Spazieren** gehen am Wasser, Erholen, Spielen, Angeln, Flanieren, Genießen, Essen, Trinken, Feiern, Kontakte pflegen, Kultur erleben, Schlafen.

In Häfen, an Promenaden, auf Uferwegen, neue Beherbergung, Gastronomie, Freizeitangebote am Wasser, Events am/auf dem Wasser. Am Wasser, auf wasserbegleitenden Wegen, Rundtouren

**Wasser = Kulisse für Urlaubs- und Freizeitaktivitäten jeder Art**





## Thementisch 2



- **Fragestellungen**

- Welche Aktivitäten entlang des Wassers sehen Sie für die Stadt Halle (Saale)?
- Worauf müssen wir uns fokussieren?
- Wie bewerten Sie das Spannungsfeld zwischen der Nutzung für Einheimische und Gäste? Gibt es eins?
- Welche Fragen haben Sie bezüglich des Themas Aktivitäten entlang des Wassers?

## Thementisch 3

Vernetzung mit der Region



hallesaale  
HÄNDELSTADT



## Thementisch 3



- **Fragestellungen**
  - Welche Formen der Vernetzung wünschen Sie sich für die Stadt Halle (Saale) regionale und überregional?
  - Worauf müssen wir uns fokussieren?
  - Welche Fragen haben Sie bezüglich des Themas Vernetzung mit der Region?

# Kontakt

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH  
Marktplatz 13  
06108 Halle (Saale)

Mark Lange  
Geschäftsführer  
Telefon: + 49 (0) 345 – 1227910  
E-Mail: [mark.lange@stadtmarketing-halle.de](mailto:mark.lange@stadtmarketing-halle.de)



**hallesaale**  
HÄNDELSTADT

