



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

*absolut***GPS**

Studie | Endbericht

WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE IM WASSERTOURISMUS IN MECKLENBURG- VORPOMMERN: ENTWICKLUNG DER BRANCHE IM VERGLEICH ZU 2009 UND 2014 UND STRATEGISCHE AUSRICHTUNG

Studie | Endbericht

WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE IM WASSERTOURISMUS IN MECKLENBURG-VORPOMMERN: ENTWICKLUNG DER BRANCHE IM VERGLEICH ZU 2009 UND 2014 UND STRATEGISCHE AUSRICHTUNG

Auftraggeber:

Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur,
Tourismus und Arbeit
Johannes-Stelling-Str. 14
19053 Schwerin

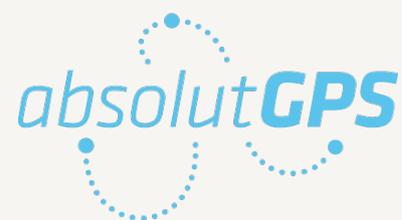


Inhaltliche Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH
Marienstr. 19/20
10117 Berlin
www.dwif.de



absolutGPS
Christianstraße 1
04105 Leipzig
www.absolut-gps.com



Im vorliegenden Text wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Es umfasst stets alle Geschlechter und dient ausschließlich der sprachlichen Vereinfachung. Eine Diskriminierung ist damit nicht beabsichtigt.

Schwerin, 30. April 2025

VORWORT



Mecklenburg-Vorpommern ist das gewässerreichste Bundesland Deutschlands. Mit einer 2.000 Kilometer langen Ostseeküste, mehr als 2.000 Binnenseen und rund 26.000 Kilometern Fließgewässern ist es zudem Teil des größten zusammenhängenden Binnenwasserreviers Europas. Schon im Jahr 2000 hat das Land deshalb erste strategische Weichenstellungen für den Wasser-tourismus vorgenommen.

In den Anfangsjahren lag der Fokus auf dem Ausbau von Sportboothäfen sowohl an der Ostseeküste als auch im Binnenland und deren Vernetzung miteinander. Es wurden Seebrücken als Promenaden auf dem Wasser sowie als Anleger für die Fahrgastschiffahrt gebaut.

In den folgenden Jahren rückten die Qualität und die umweltgerechte Betriebsführung der Sportboothäfen in den Vordergrund. Innovative Angebote, wie schwimmende Ferienhäuser und Pfahlhäuser, kamen hinzu. Zudem sorgte die Einführung des führerscheinfreien Fahrens von Booten für einen Aufschwung im Charterbereich. Die Nachfrage in den Bereichen Bootstourismus und Kanuvermietung ist stetig gestiegen, während die Nachfrage im Bereich der Fahrgastschiffahrt weitgehend stabil geblieben ist.

Zwischen 2000 und 2010 verdreifachte sich der Umsatz im Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern auf eine halbe Milliarde Euro. In der Corona-Pandemie erlebte der Sektor einen erheblichen Wachstumsschub, sodass sich die Umsätze bis heute auf nahezu 1 Milliarde Euro verdoppelt haben. Rund 19.000 Menschen verdienen ihren Lebensunterhalt direkt vom Wassertourismus. Diese Zahlen unterstreichen die erhebliche Bedeutung der Branche für Mecklenburg-Vorpommern.

Gleichzeitig steht die Branche vor großen Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt. Der Klimawandel führt in einigen Regionen zu niedrigen Pegelständen. Zudem gibt es Überlastungserscheinungen an einigen Schleusen sowie Lücken in der Serviceinfrastruktur, etwa bei Entsorgungsanlagen, Tankstellen oder Ladeinfrastrukturen.

Die vorliegende Studie hat die zentralen Stellschrauben für die künftige Weiterentwicklung des Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern identifiziert und in intensiven Diskussionen mit zahlreichen Akteuren und Akteurinnen der Branche erarbeitet. Dabei wurden 13 Schlüsselmaßnahmen in drei Handlungsfeldern formuliert, die als Leitplanken für die nächsten Jahre dienen sollen.

Darüber hinaus präsentiert die Studie eine klare Vision für den Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2040. Diese Vision beschreibt den gewünschten Zustand aus Sicht der Branche und skizziert gleichzeitig den Weg dorthin.

Lassen Sie uns gemeinsam diesen Weg beschreiten.



Ihr Dr. Wolfgang Blank

Minister für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	- 2 -
MANAGEMENT SUMMARY	- 7 -
I. EINLEITUNG	- 9 -
II. WASSERTOURISTISCHE ANGEBOTSSTRUKTUR.....	- 12 -
1. Schifffahrt (Fahrgastschifffahrt & Traditionsschifffahrt).....	- 18 -
2. Bootstourismus	- 26 -
3. Kanutourismus.....	- 39 -
4. Sportboothäfen und Wasserwanderrastplätze	- 46 -
5. Wassersportanbieter	- 57 -
6. Angeltourismus.....	- 66 -
7. Wasserbezogene Veranstaltungen	- 73 -
III. WASSERTOURISTISCHE NACHFRAGE	- 77 -
1. Nachfrage im Segment Schifffahrt (Fahrgastschifffahrt & Traditionsschifffahrt)	- 78 -
2. Nachfrage im Wassertourismus im engeren Sinn (inkl. Bootstourismus, Kanutourismus, Wassersport und Angeln)	- 83 -
IV. SWOT-ANALYSE	- 92 -
1. Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern allgemein	- 92 -
2. Schifffahrt.....	- 94 -
3. Bootstourismus	- 96 -
4. Kanutourismus.....	- 97 -
5. Wassersport.....	- 98 -
6. Angeltourismus.....	- 99 -
V. WIRTSCHAFTLICHKEITSANALYSE FÜR DIE BRANCHE	- 100 -
VI. POTENZIALANALYSE FÜR DIE BRANCHE.....	- 109 -
1. Vision für den Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2040.....	- 110 -
2. Handlungsfelder und Schlüsselmaßnahmen für die Weiterent- wicklung des Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern	- 113 -

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Projektablauf.....	- 11 -
Abb. 2:	Untersuchte Segmente	- 11 -
Abb. 3:	Untersuchte Reviere	- 11 -
Abb. 4:	Angebotsschwerpunkte auf Betriebsebene.....	- 14 -
Abb. 5:	Verteilung der Anbieter nach Binnen- und Küstenrevieren.....	- 14 -
Abb. 6:	Vergleich mit den Wassertourismusstudien MV von 2009 und 2014	- 14 -
Abb. 7:	Segmentspezifische Verteilung der Anbieter nach Wassersportrevieren..	- 15 -
Abb. 8:	Bestandserfassung Segment Schifffahrt.....	- 21 -
Abb. 9:	Bestandserfassung Segment Charterboottourismus.....	- 30 -
Abb. 10:	Bestandserfassung Schleusen in MV und Zahl der Schleusungen im Jahr 2023.....	- 38 -
Abb. 11:	Bestandserfassung Segment Kanutourismus.....	- 43 -
Abb. 12:	Bestandserfassung Segment Sportboothäfen und Wasserwanderrastplätze.....	- 50 -
Abb. 13:	Bestandserfassung Segment Wassersport.....	- 60 -
Abb. 14:	Bestandserfassung Segment Angeltourismus.....	- 69 -
Abb. 15:	Bestandserfassung Segment Veranstaltungen.....	- 76 -
Abb. 16:	Wassertouristische Nachfrage in Deutschland.....	- 81 -
Abb. 17:	Wassertouristische Nachfrage in MV	- 82 -
Abb. 18:	Wirtschaftsfaktor Wassertourismus in MV	- 108 -

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ADAC	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e. V.
AI	Artificial Intelligence
BMDV	Bundesministerium für Digitales und Verkehr
BMWK	Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz
DACH	Deutschland, Österreich, Schweiz
DMO	Destinationsmanagementorganisation
GDWS	Generaldirektion Wasserstraßen und Schifffahrt
DGU	Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
DKV	Deutscher Kanu-Verband
DLRG	Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft
GRW	Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur
EFRE	Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
ELER	Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums
ELWIS	Elektronisches Wasserstraßen-Informationssystem
FEE	Foundation for Environmental Education
IHK	Industrie- und Handelskammer
kW/kWh	Kilowatt/Kilowattstunde
LALLF	Landesamt für Landwirtschaft, Lebensmittelsicherheit und Fischerei Mecklenburg-Vorpommern
LTO	Landestourismusorganisation
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
MV	Mecklenburg-Vorpommern
NLP	Nationalpark
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PAX	(engl.) Personenanzahl
POI	Points of Interest
SBF	Sportbootführerschein
SKS	Sportküstenschifferscheine
SUP	Stand-Up-Paddling
SWOT	Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken
TI	Tourist-Information
TMV	Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern
tw.	teilweise
VFR	Bekannten- und Verwandtenbesuche (Visiting of Friends and Relatives)
WSA	Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt
WWR	Wasserwanderrastplatz

MANAGEMENT SUMMARY

Der Wassertourismus ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in Mecklenburg-Vorpommern (MV). Mit über 75.000 ha Binnengewässern sowie der Ostseeküste bietet das Land eine attraktive Vielfalt an Wasseraktivitäten – von Fahrgastschiffahrt über den Boots- und Kanutourismus bis hin zu Wassersportaktivitäten und Angeln. Mit seinen einzigartigen Binnen- und Küstengewässern zählt MV zu den führenden Wassersportregionen Europas. Die vorliegende Studie analysiert die Entwicklung der Branche im Vergleich zu 2009 und 2014 und legt dabei ein besonderes Augenmerk auf die Angebotsstruktur sowie die wirtschaftliche Bedeutung des Wassertourismus und leitet künftige Handlungsfelder und Maßnahmen für die Weiterentwicklung der Branche ab.

Vielseitige Angebots- und Betriebsstruktur im Wassertourismus

Rund 1.200 wassertouristische Unternehmen sind in MV in den Segmenten Fahrgast- und Traditionsschiffahrt, Boottourismus, Kanutourismus, Sportboothäfen & Wasserwanderrastplätze, Wassersport und Angeltourismus aktiv. Hinzu kommen weitere 450 Kontaktpunkte – von wasserbezogenen Veranstaltungen bis hin zu Infrastrukturelementen, wie Schleusen, Wehre, Strände oder Surf-Spots. Während die Schiffahrt sowie der Surf- und Segelsport an der Küste dominieren, konzentrieren sich der Boots- und Kanutourismus, aber auch der Angelsport großteils auf die Binnengewässer – insbesondere auf die Mecklenburgische Groß- und Kleinseenplatte. An der Küste ist vor allem das Revier um die Insel Rügen inkl. Stralsund und Greifswald ein Angebotsschwerpunkt.

Besonders dynamisch entwickelten sich in den letzten 15 Jahren Angebotssegmente mit niedrighwelliger Zugänglichkeit wie das Stand-Up-Paddling oder der Verleih von Flößen und Hausbooten, die vielerorts führerscheinfrei bedienbar sind. Aber auch der Kanuverleih sowie der individuelle Angeltourismus haben sich nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie sehr positiv entwickelt. Gleichzeitig sind sie wassertouristischen Betriebe nach wie vor äußerst kleinstrukturiert und stark saisonabhängig – und damit auch krisenanfällig. So wurden durch die schwierigen Rahmenbedingungen in den vergangenen Jahren vielfach Investitionen aufgeschoben. Hier liegt eine große Gefahr für Investitionsstau und sinkende Wettbewerbsfähigkeit.

Wassertourismus in MV: Ein starker Wirtschaftsfaktor für das Land

Mit einem Nachfragevolumen von rund 15 Mio. touristischen Aufenthaltstagen, an denen eine wasserbezogene Aktivität ausgeübt wird, generiert der Wassertourismus in MV jährlich rund 993 Mio. Euro Bruttoumsatz – etwa 14% der gesamten touristischen Wertschöpfung im Land. Dabei entfallen zwei Drittel des Bruttoumsatzes auf die Fahrgastschiffahrt (673 Mio. €), ein Drittel auf die wassertouristischen Aktivitäten im engeren Sinn (319 Mio. €). Damit sichert der Wassertourismus rein rechnerisch über 19.000 ortsgebundene Arbeitsplätze.

Nach wirtschaftlich starken Jahren bis 2019 zeigt sich jedoch seitdem eine zunehmend abflachende Nachfrageentwicklung. Für die Zukunft erwarten viele Anbieter stagnierende oder sogar rückläufige Gästezahlen. Hinzu kommt, dass der Anteil der Wassertouristen an allen Gästen in MV eher gering ist – insbesondere verglichen mit anderen Aktivsportarten wie Wandern oder Radfahren. Die höchsten Umsatzeffekte bringt die Fahrgastschiffahrt, die aber in der Regel keinen eigenständigen Reiseanlass darstellt. Wassertouristen im engeren Sinn sowie mit Hauptreisemotiv Wassersport sind in MV deutlich seltener zu finden – und auch hier vor allem in der Mecklenburgischen Seenplatte.

Strategischer Ausblick: Vision 2040 und Maßnahmen für ein nachhaltiges Wachstum

Für die kommenden Jahre sieht sich die Branche mit erheblichen Herausforderungen konfrontiert: marode Infrastruktur, fehlende Investitionen in Elektromobilität, Personalengpässe, zunehmende Nutzungskonflikte, Umweltprobleme, klimabedingte Einschränkungen und vieles mehr. Oft fehlen die Einflussmöglichkeiten oder die finanziellen Mittel für zukunftsfähige Lösungen.

Mit Blick auf das Jahr 2040 formuliert die Studie dennoch eine ambitionierte Vision: Der Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern ist mit den Nachbarrevieren Berlin und Brandenburg zu einem verbundenen Revier zusammengewachsen und Vorreiter für eine nachhaltige touristische Entwicklung. Die Grundlage für diese Zukunftsvision bilden sechs Leitlinien und 13 Schlüsselmaßnahmen in drei Handlungsfeldern:

- Das **Handlungsfeld „Begehrlichkeit“** sorgt dafür, dass Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern zum Leuchtturm-Angebot und „Must-Do“ für einen MV-Urlaub wird. Gäste sollen stärker motiviert werden, mindestens einmal während ihres Aufenthalts einer wassertouristischen Aktivität nachzugehen. Unter dieses Handlungsfeld fallen Maßnahmen in den Bereichen Markenführung, Marketing und Vertrieb.
- Im **Handlungsfeld „Erlebnis“** dreht sich alles um ein lückenloses Reise- und Serviceerlebnis im Wassertourismus. Ziel ist die Sicherstellung einer wettbewerbsfähigen, überzeugenden Qualität entlang der gesamten wassertouristisch relevanten Servicekette, die nahtlos ineinandergreift. Der Fokus liegt dabei auf den zentralen Kontaktpunkten, die aus Gästesicht eine besonders große Bedeutung haben und damit am kritischsten für die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft sind. Zudem werden innovative Produkte und Serviceerlebnisse gefördert.
- Ziel des **Handlungsfeldes „Strukturen“** ist die dauerhafte Gewährleistung der Leistungsfähigkeit der Organisationsstrukturen im Wassertourismus als Basis für die Weiterentwicklung in den anderen Handlungsfeldern. Schwerpunkte sind hier die Stärkung der Interessenvertretung & Lobbyarbeit für die Branche, die Ausweitung von Netzwerken und Austauschformaten sowie eine bessere Koordination der wassertouristischen Aktivitäten in Mecklenburg-Vorpommern.

I. EINLEITUNG

Der Wassertourismus ist ein wichtiges touristisches Angebotssegment in Mecklenburg-Vorpommern und hat einen großen Einfluss auf die Identität und Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung. Diese Bedeutung wurde in der Vergangenheit bereits mehrfach durch die Gutachten „Entwicklungschancen des maritimen Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern“ (2000, 2009) und das „Landeswassertourismuskonzept See- und Flusslandschaft Mecklenburg-Vorpommern“ (2014) belegt.

Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern: vielfältig und imageprägend mit hoher Bedeutung für wirtschaftliche Stärke und Lebensqualität.

Gerade die vielfältigen Facetten und Möglichkeiten machen Mecklenburg-Vorpommern zu einer der beliebtesten wassertouristischen Destinationen in Europa. Die Bandbreite reicht von Hausboot- und Kanutouren auf Seen und Flüssen im Binnenland über Segeln entlang der Ostseeküste bis hin zu speziellen Segmenten wie Angeln oder Surfen. Zudem gibt es zahlreiche Möglichkeiten des eher passiven Wassertourismus abseits sportlicher Aktivitäten (z.B. Fahrgastschiffahrt und maritime Veranstaltungen). Dadurch ist auch das Nachfragespektrum sehr groß und heterogen – entsprechend hoch fallen die wirtschaftlichen Effekte aus. Diese für Mecklenburg-Vorpommern insgesamt sowie für einzelne Regionen und Segmente zu beziffern und in den Vergleich zu bringen, ist die zentrale Aufgabenstellung der vorliegenden Studie.

Anlass war der Wunsch nach einer angebots- und nachfrageseitigen Neuerhebung und – zehn Jahre nach der letzten Konzeption – einer detaillierten Evaluation der Datenbasis zum Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern. Diese wurde nicht zuletzt notwendig durch die grundlegenden Veränderungen in diesem Segment, die zum einen durch gesellschaftliche Megatrends wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung, aber auch durch die Corona-Pandemie vorangetrieben wurden. So ist seitens der Gäste mittlerweile eine breite Gesellschaftsschicht mit eigener wassertouristischer Ausrüstung im Land unterwegs. Das betrifft sowohl klassische Wassersportler (z.B. Motor- und Segelyachten, Kanus und Kajaks, Angelausrüstung) als auch neue Zielgruppen, die deutlich niedrighschwelliger Wassersportarten ausüben (insbesondere zu nennen sind hier Stand-Up-Paddelboards). Gerade im tages touristischen Segment sind diese neuen Wassersportarten zu einem nennenswerten Nachfragefaktor geworden.

Zusätzlich wirken der Klimawandel, der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit, der demographische Wandel und die digitale Transformation als starke Veränderungskräfte sowohl auf das Angebot als auch auf die Nachfrage im Wassertourismus. Alternative Antriebsformen und E-Mobilität halten auch im Wassertourismus Einzug. Klimatische Veränderungen (z.B. Trockenheit, Starkregen,

Sturm) erschweren gerade outdoorgebundene Aktivitäten wie den Wassertourismus und machen ihn für Gäste wie Anbietende immer schwerer planbar. Zudem wirken auch weitere gesellschaftliche Entwicklungen, z.B. im Bereich der öffentlichen Finanzierung oder auf dem Arbeitsmarkt für große Herausforderungen bei der Aufrechterhaltung wassertouristischer Infrastrukturen. Die zunehmende Nachfrage nach wassertouristischen Aktivitäten führt zur Notwendigkeit einer gezielten Gästelenkung – insbesondere in sensiblen Naturräumen, wie sie im Wassertourismus häufig zu finden sind. Die derzeit rasante Entwicklung im Bereich der künstlichen Intelligenz unterstreicht einerseits die Dringlichkeit, sich an neue Anforderungen anzupassen, eröffnet auf der anderen Seite aber auch neue Chancen und Möglichkeiten.

Ergebnis der Studie: Detaillierte Bestandsaufnahme der wirtschaftlichen Bedeutung der Branche sowie ein gemeinsamer Fahrplan für die Zukunft des Wassertourismus in MV.

Neben der Erhebung des Status quo zeigt die Studie daher auch die drängendsten Herausforderungen für den Wassertourismus und einzelne Teilsegmente auf und benennt Handlungsfelder und Maßnahmen für die Zukunft. Hier gilt es, die Branche und die Akteure in Mecklenburg-Vorpommern mit innovativen wie pragmatischen Ansätzen fit für die Transformation zu machen. Diese wurden gemeinsam mit vielen Vertretern aus dem Wassertourismus in Fachgesprächen, Fokusrunden und einem Workshop ausgearbeitet und diskutiert – die perfekte Basis für einen gemeinsamen Fahrplan für die nächsten Jahre.

Die Grundlagenstudie betrachtet sowohl die sechs Küsten- als auch die 10 Binnenreviere in Mecklenburg-Vorpommern.

Abb. 1: Projektablauf

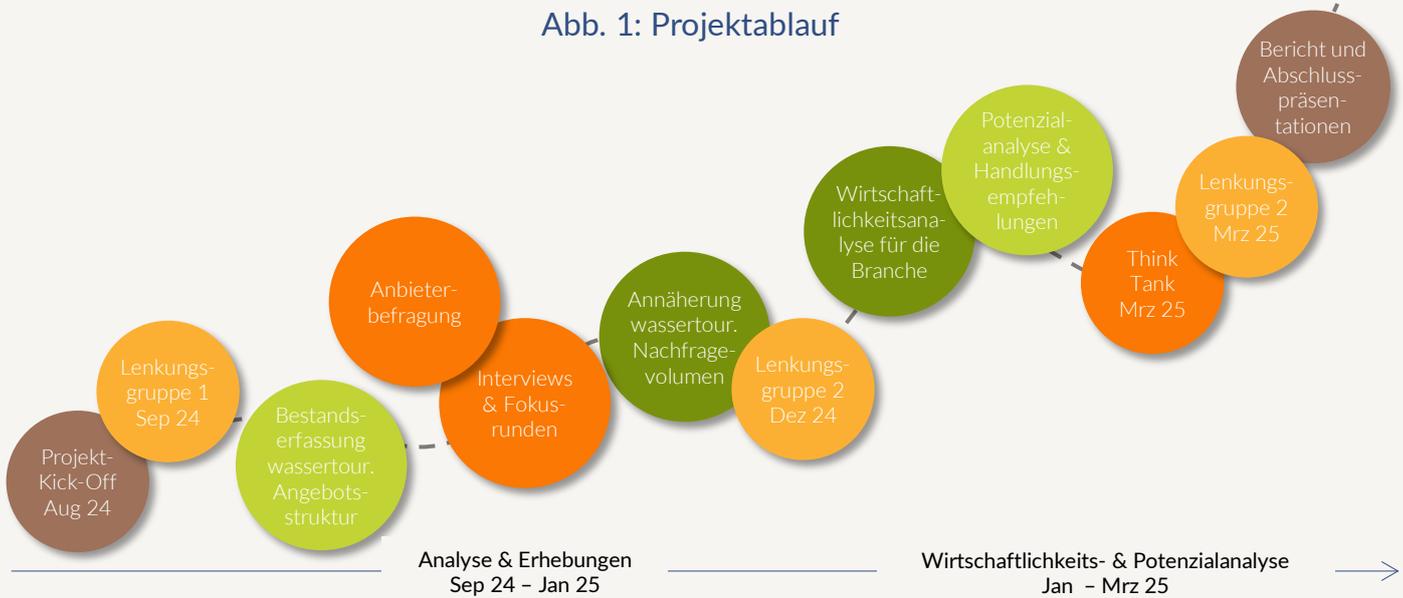


Abb. 2: Untersuchte Segmente



Abb. 3: Untersuchte Reviere



II. WASSERTOURLISTISCHE ANGEBOTSSTRUKTUR

Um ein möglichst umfassendes Bild der wassertouristischen Angebotsstruktur in Mecklenburg-Vorpommern zu erheben, wurde im Rahmen der Studie eine Bestandserfassung durchgeführt.

Weitgehend wurde dabei auf vorliegende Daten aus verschiedenen Quellen zurückgegriffen, in denen bereits Informationen zu wassertouristischen Angeboten aufbereitet vorliegen. Dazu gehören Online-Quellen, wie z. B. POI-Datenbank des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern, Webseiten der regionalen Tourismusverbände, (Branchen-)Portale wie ADAC-Marinaführer, Bundesverband Kanu, Angelverbände etc., Informationssysteme wie ELWIS sowie Outdoor-Apps. Zudem wurden weitere Anbieter über gängige Suchmaschinen gefunden. Diese Daten wurden von September bis Dezember 2024 systematisch und wo möglich vollautomatisiert erhoben, um die Qualität der Ergebnisse zu maximieren und den definierten Segmenten zuzuordnen. Die so entstandene Anbieterdatenbank wurde zusätzlich durch Aussagen aus der Befragung wassertouristischer Betriebe sowie einen Mystery Check qualifiziert, um inhaltliche Lücken zu schließen und Aussagen zur Servicequalität treffen zu können.

Die Erhebung orientierte sich eng an der Erfassung der Vorgängerstudien von 2009 und 2014, um eine Vergleichbarkeit zu gewährleisten und Entwicklungen nachvollziehen zu können. Allerdings bleibt die Aussagekraft der Zeitvergleiche begrenzt, da die anderen Studiendesigns teils auf anderen Untersuchungsräumen, Revierabgrenzungen und /oder Segmentunterteilungen beruhen. Wo möglich sind in den folgenden Kapitel Vergleichswerte und Entwicklungstendenzen ausgewiesen.

Ergebnis der Bestandserfassung: Insgesamt ca. 1.650 Kontaktpunkte und Infrastrukturelemente im Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern, davon ca. 1.200 Unternehmen.

Im Rahmen der Auswertung wurden hauptsächlich Unternehmen mit Sitz in Mecklenburg-Vorpommern erfasst. In ausgewählten Segmenten wurden darüber hinaus auch Betriebe einbezogen, die ihren Sitz außerhalb von MV haben, jedoch eine Dienstleistung im Untersuchungsgebiet anbieten. In der Erfassung war zudem eine Mehrfachzuordnung möglich, da es Unternehmen gibt, die in mehreren wassertouristischen Segmenten gleichzeitig tätig sind. Aufgrund dessen kann die Zahl, der innerhalb der einzelnen Segmente ausgewiesenen Betriebe, in der Summe höher ausfallen als die Gesamtzahl aller erfassten Unternehmen bzw. Standorte. An den entsprechenden Stellen wurde die Kombination von Angebotssegmenten gesondert hervorgehoben.

Insgesamt wurden **ca. 1.650 Kontaktpunkte mit wassertouristischem Bezug** in Mecklenburg-Vorpommern erfasst, worunter neben den **ca. 1.200 Unternehmen mit Sitz in MV** auch

wasserbezogene Veranstaltungen sowie Infrastrukturelemente wie Schleusen, Wehre, Strände oder Surf-Spots fallen.

Die Gesamtzahl der Unternehmen verteilt sich wie folgt auf die einzelnen wassertouristischen Segmente:

- **Schifffahrt:**
53 Reedereien mit Sitz in MV sowie weitere 10 Reedereien mit Sitz außerhalb MV
ca. 135 Fahrgast- und Traditionsschiffe,
- **Boottourismus:**
155 Anbieter,
- **Kanutourismus:**
139 Anbieter,
- **Sportboothäfen und Wasserwanderrastplätze:**
279 Standorte,
- **Wassersportanbieter:**
170 Anbieter,
- **Angeltourismus:**
94 Anbieter,
436 Verkaufsstellen von Touristenfischereischeinen in MV sowie 81 weitere Verkaufsstellen außerhalb MV,
- **Wasserbezogene Veranstaltungen:**
179 Veranstaltungen.

Damit umfasst das Untersuchungsgebiet insgesamt 75.000 Hektar Binnengewässer, die Küstengebiete der Ostsee sowie die Boddengewässer. Der Fokus der Studie liegt allerdings auf dem Binnenland. Die Daten für Küste und Binnengewässer werden – wo möglich – differenziert ausgewiesen. Damit ist eine Vergleichbarkeit mit den Daten der Vorgängerstudien in vielen Fällen gegeben, wenn auch mit Einschränkungen: So weicht der Umfang der einzelnen Segmente teilweise voneinander ab, auch die Erhebungsmethodik ist in den früheren Untersuchungen zum Teil anders oder nicht mehr nachvollziehbar. 2014 lag der Fokus auf dem Binnenland – Zahlen für die Küstengewässer sind daher in diesem Vergleichszeitraum nicht möglich. 2009 lagen in einzelnen Fällen andere Segmentabgrenzungen vor, zudem wurde damals der Fähr- und Kreuzfahrttourismus mitbetrachtet, der in dieser Studie nicht Bestandteil war. Hier sind jedoch Daten für Küsten- und Binnengewässer ausgewiesen. Daher werden Vergleiche nach bestem Wissen vorgenommen bzw. die entsprechenden Vergleichszahlen in Texten und Abbildungen entsprechend eingeordnet.

Abb. 4: Angebotsschwerpunkte auf Betriebsebene

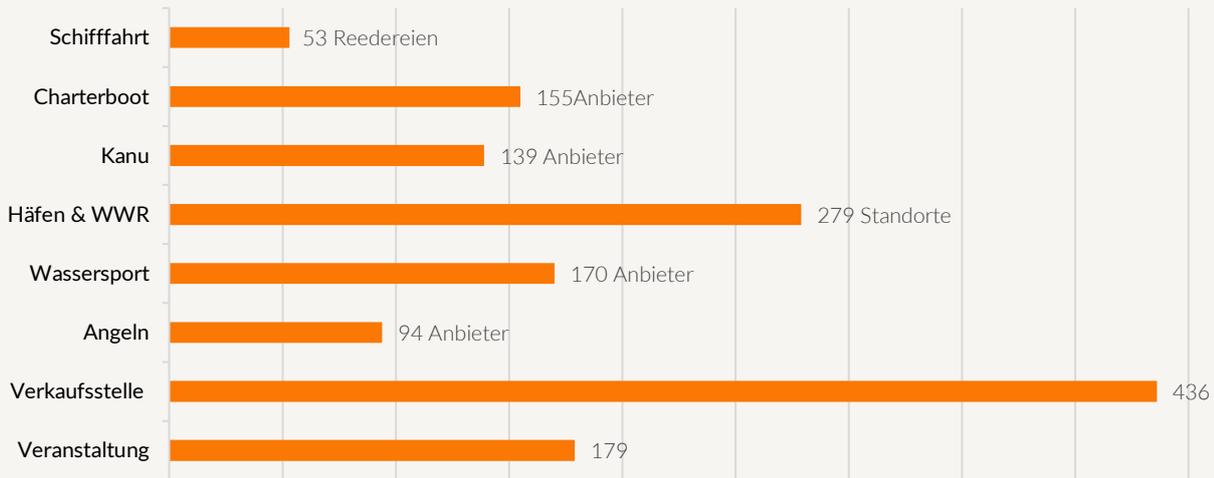


Abb. 5: Verteilung der Anbieter nach Binnen- und Küstenrevieren

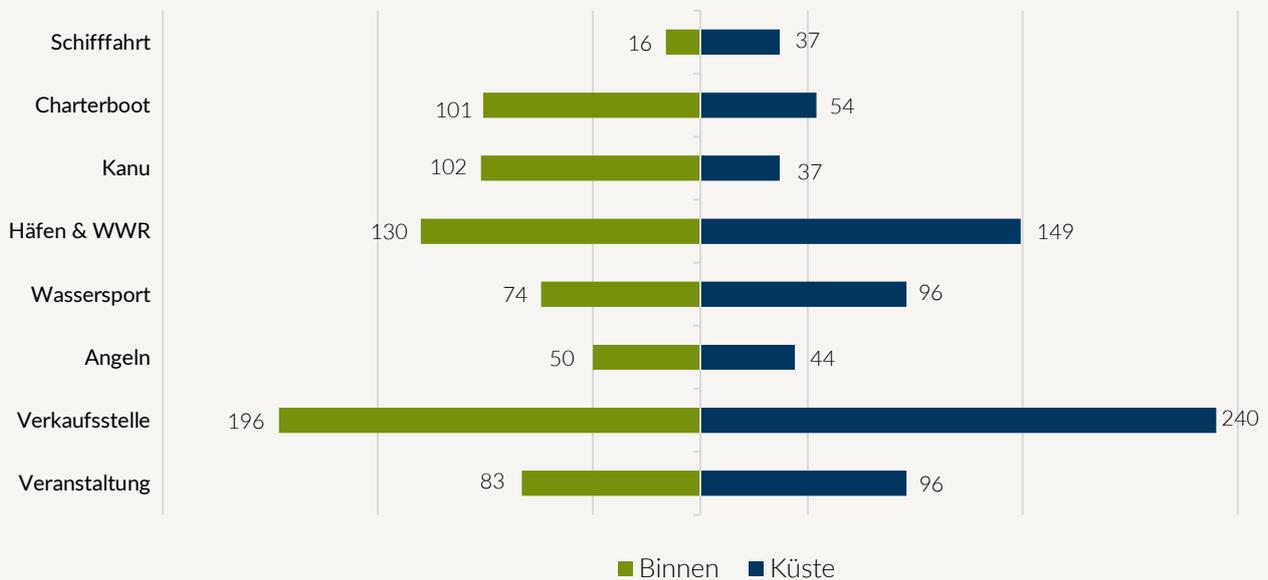
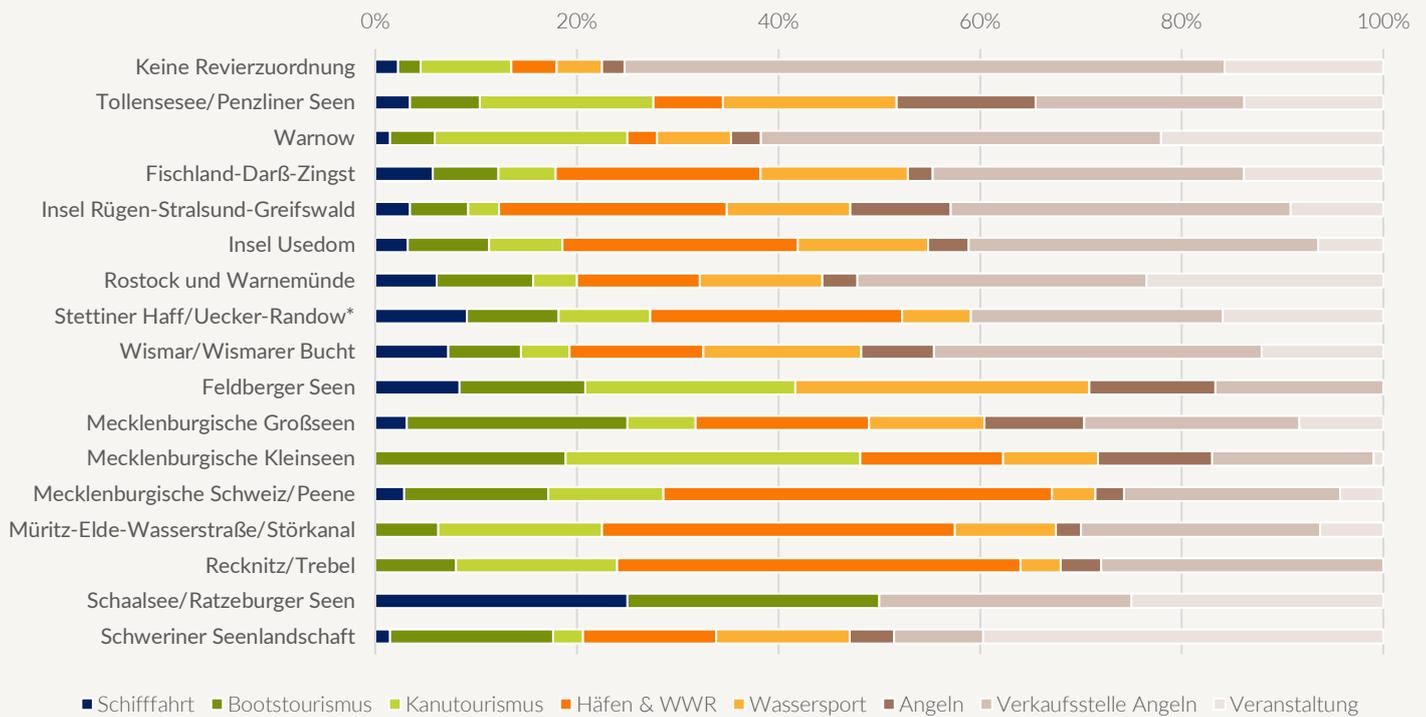


Abb. 6: Vergleich mit den Wassertourismusstudien MV von 2009 und 2014

Segmente	2024			2014			2009		
	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste
Schiffahrt	53	16	37	x	16	x	98 Schiffe	k.A.	k.A.
Boottourismus	155	101	54	x	16	x	143	k.A.	k.A.
Kanutourismus	139	102	37	x	88	x	95	69	26
Sportboothäfen und WWR	279	130	149	x	105	x	350	201	149
Wassersporttourismus	170	74	96	x	26	x	177	k.A.	k.A.
Angeltourismus	94	50	40	x	49	x	220	36	184
Verkaufsstellen Angelberechtigungen	436	196	240	x	113	x	150	k.A.	k.A.
Wasserbezogene Veranstaltungen	179	83	96	x	k.A.	x	270	k.A.	k.A.

Abb. 7: Segmentspezifische Verteilung der Anbieter nach Wassersportrevieren



Wassersportrevier	Segmente							
	Schiffahrt	Boots-tourismus	Kanu	Häfen & WWR	Wasser-sport	Angeln	Verkaufs-stelle	Veran-staltung
Gesamtergebnis	53	155	139	279	170	94	436	179
<i>Keine Revierzuordnung</i>	2	2	8	4	4	2	53	14
Binnenreviere								
Feldberger Seen	2	3	5	0	7	3	4	0
Mecklenburgische Großseen	6	42	13	33	22	19	41	16
Mecklenburgische Kleinseen	0	20	31	15	10	12	17	1
Mecklenburgische Schweiz/Peene	2	10	8	27	3	2	15	3
Müritz-Elde-Wasserstraße/Störkanal	0	6	13	28	8	2	19	5
Recknitz/Trebel	0	2	4	10	1	1	7	0
Schaalsee/Ratzeburger Seen	1	1	0	0	0	0	1	1
Schweriner Seenlandschaft	1	11	2	9	9	3	6	27
Tollensesee/Penzliner Seen	1	2	5	2	5	4	6	4
Warnow	1	2	13	2	5	2	27	15
Küstenreviere								
Fischland-Darß-Zingst	7	8	7	25	18	3	38	17
Insel Rügen-Stralsund-Greifswald	9	15	8	59	32	26	88	24
Insel Usedom	4	10	9	29	16	5	43	8
Rostock und Warnemünde	7	11	5	14	14	4	33	27
Stettiner Haff/ Uecker-Randow	4	4	4	11	3	0	11	7
Wismar/ Wismarer Bucht	6	6	4	11	13	6	27	10

Quelle: absolutGPS 2025

Kernerkenntnisse zur wassertouristischen Angebotsstruktur in MV:

Insgesamt lässt sich im Hinblick auf die Angebotsstruktur im Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern folgendes feststellen:

- Die Gesamtzahl der in der Branche tätigen Anbieter beläuft sich auf ca. 1.200. Ein direkter Vergleich mit den Vorgängerstudien ist an dieser Stelle aufgrund der genannten methodischen Unterschiede nur schwer möglich. Die in der Studie 2009 ausgewiesenen 1.400 Anbieter umfassten auch die Fähr- und Kreuzschiffahrt, müssten also im aktuellen Untersuchungsdesign geringer ausfallen. Für den Bereich Bootstourismus – 2009 definiert als Summe der Teilsegmente Marinas/WWR, Charterbetriebe, Segeln, Surfen, Wassersport und Kanutourismus – ist jedoch ein leichter Angebotsrückgang zu konstatieren, insbesondere bei den Häfen (siehe auch Kapitel Sportbootshäfen für Detailerläuterungen). Daher ist davon auszugehen, dass die **Gesamtzahl der wassertouristischen Betriebe in den vergangenen 15 Jahren stabil bis leicht rückläufig** ist.
- Die Verteilung der Anbieter ist zwischen Binnenland und Küste recht ausgewogen – mit leichtem Schwerpunkt auf den Küstenrevieren, wo 51 % der Betriebe ansässig sind. 2009 und 2014 war noch ein deutlich stärkerer Angebotsschwerpunkt auf den Küsten erkennbar, der sich allerdings auch mit dem damals mitbetrachteten Fähr- und Kreuzfahrttourismus erklären lässt. In den verschiedenen Teilsegmenten variiert die regionale Verteilung zudem stark. Die führenden Reviere im Wassertourismus sind mit Abstand die Insel Rügen (inkl. Stralsund und Greifswald) sowie die Mecklenburgische Großseenplatte. Ebenfalls von Bedeutung sind die Inselreviere Usedom und Fischland-Darß-Zingst, die Region Rostock-Warnemünde sowie die Mecklenburgischen Kleinseen. Kaum Anbieter finden sich hingegen entlang von Recknitz und Trebel, an den Feldberger Seen sowie im Revier Schaalsee/Ratzeburger Seen.
- Ein Großteil der Unternehmen ist in mehreren wassertouristischen Segmenten gleichzeitig tätig, sodass die Zahl der Betriebe insgesamt geringer ausfällt als die Summe der ausgewiesenen Anbieter in den Teilsegmenten. Der Vernetzungsgrad zwischen den einzelnen Branchensegmenten ist entsprechend hoch.
- Die Branche ist in hohem Maße von Kleinunternehmen geprägt. Laut Definition fallen darunter alle Betriebe mit bis zu 9 Mitarbeitenden und 2 Mio. Euro Umsatz pro Jahr.¹ Mehr als 96 % der wassertouristischen Anbieter fallen unter die genannte Umsatzschwelle, 86 % beschäftigen 1 bis 10 Mitarbeitende. An der kleinteiligen Struktur hat sich auch im Vergleich zu den Vorgängerstudien nur wenig verändert.²
- Das Investitionsverhalten der Unternehmen war in den vergangenen Jahren von großer Vorsicht geprägt. In den Corona-Jahre zwischen 2020 und 2023 investierten die wassertouristischen Betriebe in Mecklenburg-Vorpommern rund 95.000 Euro pro Jahr in den eigenen Betrieb. Knapp 60 % der Unternehmen geben an, dass sie in diesem Zeitraum

¹ www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Unternehmen/Kleine-Unternehmen-Mittlere-Unternehmen/Glossar/kmu.html

² dwif 2025: Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

Investitionen aufgrund der herausfordernden Umstände verschieben mussten, knapp die Hälfte hat zudem Investitionen ganz ausfallen lassen. Umso erfreulicher ist der Ausblick auf die kommenden Jahre: Zwischen 2024 und 2027 planen die Betriebe jährliche Investitionen in Höhe von rund 177.000 Euro – und damit fast doppelt so hohe Summen als in den Jahren zuvor. Auch die Anteilwerte der Betriebe, die Investitionen ausfallen lassen oder verschieben müssen, liegt unter den Werten der Corona-Zeit, wenn auch noch immer zwischen 45 und 50 %.³ Das ist insbesondere mit Blick auf die abflachende Nachfrageentwicklung und -prognose aus Sicht der Betriebe (vgl. Kapitel Nachfrage) überraschend. Die Investitionen umfassen zu großen Teilen Ersatz- und Erhaltungsinvestitionen (Material etc.), nur in wenigen Fällen werden Modernisierungsmaßnahmen oder Investitionen in innovative neue Ausrüstung bzw. Technologien genannt. Hier sind die Unternehmen aufgrund ihrer begrenzten Umsatzstärke in hohem Maße auf Unterstützung angewiesen.

Exkurs: Klimafolgenanpassung – Herausforderungen für den Wassertourismus

In wassertouristischen Regionen sind die Auswirkungen und Herausforderungen des Klimawandels häufig besonders stark und vielerorts bereits heute spürbar. Für erlebnisorientierte Angebote auf dem Wasser sind intakte Naturräume und stabile Umweltbedingungen zentrale Voraussetzungen. Trockenphasen, steigende Temperaturen oder Extremwetterereignisse beeinflussen die Binnen- und Küstengewässer jedoch in der Qualität und Nutzbarkeit: sinkende Wasserstände, Algenbildung und Veränderungen der Gewässerökologie beeinträchtigen nicht nur das Naturerlebnis, sondern auch die Infrastruktur, wie erschwerte Hafenzugänge oder Nutzungseinschränkungen auf bestimmten Routen.

Praxisnahe Werkzeuge und Maßnahmen, darunter Checklisten, Leitfäden, Übersichtsposter oder auch Vorträge und Forschungsprojekte bietet der Verband Maritime Wirtschaft GmbH. Für Unternehmen und Mitglieder stellt der Verband eine wichtige Anlaufstelle, zu Themen wie Klimaanpassung, alternative Antriebe oder auch Förderinformationen dar.⁴

Zudem stellt das Projekt „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“ ein gutes Beispiel dar, indem es Unternehmen aus dem Tourismus Hilfe bietet, klimatische Einflüsse frühzeitig zu erkennen und touristische Produkte entsprechend weiterzuentwickeln. Es zeigt, dass Klimaanpassung nicht als Reaktion auf akute Krisen verstanden werden muss, sondern als strategischer Bestandteil einer zukunftsfähigen Tourismusentwicklung betrachtet werden sollte.⁵

³ Ebd.

⁴ <https://www.vmw-d.org/wir-ueber-uns/verbandsleistungen/politische-interessenvertretung>

⁵ <https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/klimawandel-nachhaltigkeit/klimawandel-und-tourismus/ergebnisse-klimawandel-anpacken/>

Angebotsstruktur

SCHIFFFAHRT (FAHRGAST- UND TRADITIONSSCHIFFFAHRT)



Der Schifffahrtssektor in Mecklenburg-Vorpommern lässt sich in zwei Hauptbereiche unterteilen:

- Die **Fahrgastschifffahrt** umfasst gewerbliche Anbieter, die Passagiere zu touristischen Zwecken befördern. Dazu gehören Rundfahrten und Sonderfahrten, die oft durch landschaftlich reizvolle Gebiete oder entlang bedeutender Sehenswürdigkeiten führen.
- Die **Traditionsschifffahrt** bietet hingegen Ausflüge auf älteren Schiffen an, die weitgehend in ihrem ursprünglichen Zustand erhalten sind oder in einen derartigen Zustand zurückversetzt wurden (sogenannte „Traditionsschiffe“). In der Regel finden diese Ausflüge als Tagestouren, häufig auch in Verbindung mit maritimen Veranstaltungen oder Hafenfesten, statt.
- Die Fährschifffahrt sowie die Passagierkabinenschifffahrt (Ostsee- und Flusskreuzschifffahrt) sind in dieser Untersuchung nicht gesondert untersucht worden.

Insgesamt wurden 63 Reedereien im Bereich der Schifffahrt erfasst, davon 53 mit Sitz in Mecklenburg-Vorpommern sowie 10 weitere Unternehmen, die ihren Sitz außerhalb Mecklenburg-Vorpommerns haben, aber dennoch Tagesausflugs- oder Traditionsschiffahrten in der Region betreiben.

Zudem existieren **48 offizielle Anlege- und Liegestellen** in Mecklenburg-Vorpommern, die für den Betrieb der Fahrgastschifffahrt genutzt werden. Die Flotte, die im Untersuchungsgebiet im Einsatz ist, umfasst insgesamt ca. **135 Schiffe, davon 120 Fahrgastschiffe sowie 15 Traditionsschiffe.**

Die Schifffahrt ist stark auf die Küstengewässer konzentriert (70 %, 37 Anbieter), während im Binnenland eine geringere Anzahl an Reedereien existiert. Besonders viele Anbieter befinden sich dabei in der Region

- Insel Rügen-Stralsund-Greifswald (9),
- gefolgt von Fischland-Darß-Zingst (7) sowie
- Rostock und Warnemünde (7).

In den Binnenrevieren gibt es meist nur ein bis zwei Anbieter pro Revier, in den Regionen Mecklenburgische Kleinseen, Recknitz/Trebel sowie Müritz-Elde-Wasserstraße/Störkanal sogar keinerlei entsprechende Angebote.

Ein Vergleich mit früheren Erhebungen zeigt eine **stabile bis leicht steigende Anbieterzahl im Segment Schifffahrt** in Mecklenburg-Vorpommern. Allerdings sind die Werte aus den Vorgängerstudien nur bedingt mit der aktuellen Bestandserfassung vergleichbar. So liegen aus der Studie von 2009 lediglich Daten zum Schiffsbestand vor, jedoch keine Angaben zu den Reedereien. Hieraus lässt sich eine gestiegene Zahl der Personenschiffe in Mecklenburg-Vorpommern ableiten (2009:

98 Schiffe; 2024: 135 Schiffe) – allerdings ist zu vermuten, dass vor 15 Jahren Daten zum Schiffsbestand deutlich schwieriger zu recherchieren waren als heute, wo die Angaben relativ vollumfänglich online zur Verfügung stehen. Ein weiteres Indiz lässt sich aus dem Vergleich mit der Studie von 2014 heranziehen, wenn auch nur für die Binnenreviere. Hierbei zeigt sich, dass die Zahl der Reedereien im Binnenland mit 16 Betrieben in den letzten 10 Jahren gleichgeblieben ist. Zumindest im Binnenland ist also von einer stabilen Angebotssituation auszugehen.

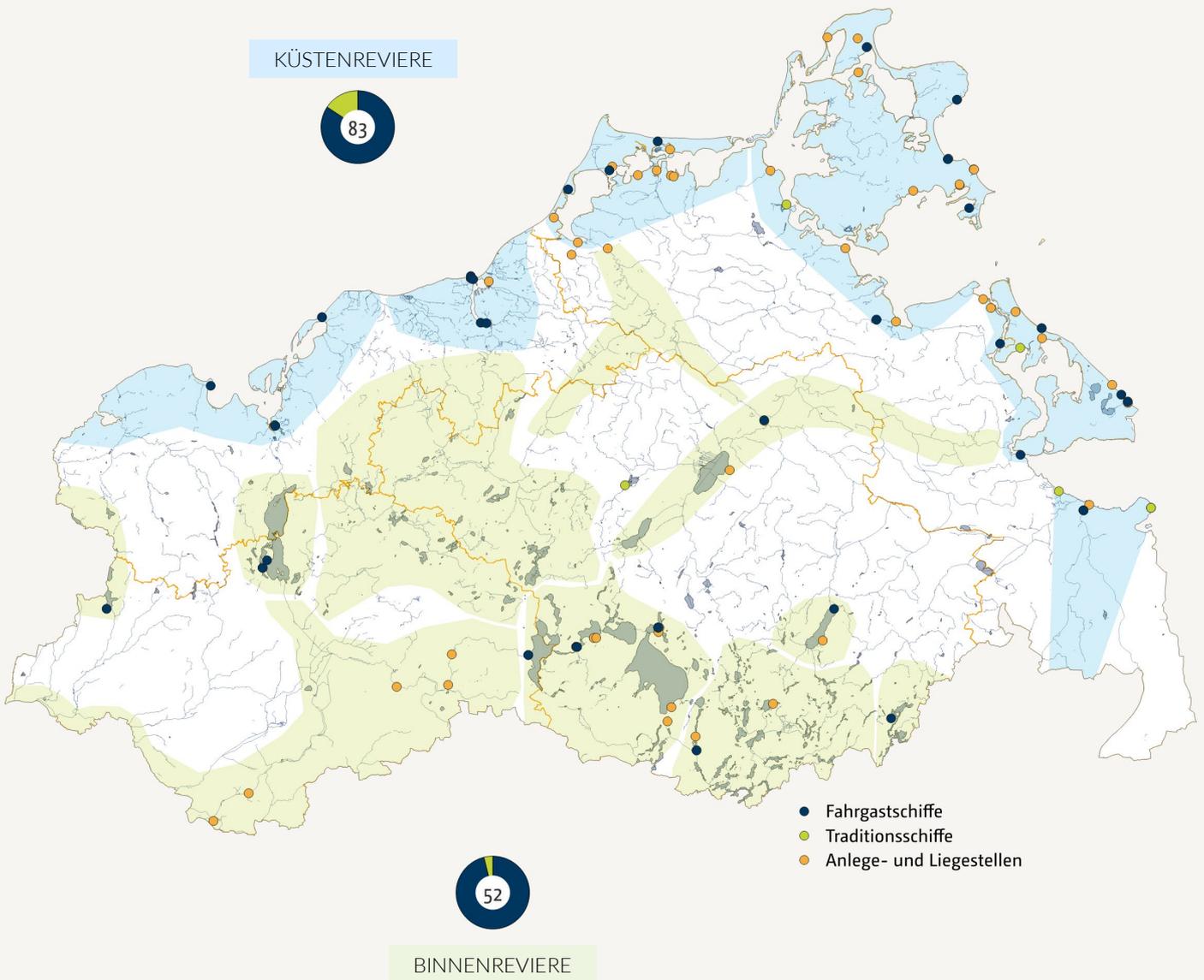
Die **Betriebsstrukturen im Segment Schifffahrt** sind ausgesprochen divers. Auf der einen Seite gibt es deutlich mehr sehr kleine Unternehmen mit weniger als 50.000 Euro Jahresumsatz – auf der anderen Seite aber auch mehr große Reedereien mit überdurchschnittlich hohen Umsatz- und Mitarbeiterzahlen. Das rührt nicht zuletzt daher, dass auch die Zahl der Boote pro Betrieb sehr stark von Unternehmen zu Unternehmen abweicht. Im Rahmen der Anbieterbefragung fällt auf, dass etwa die Hälfte der Reedereien nur über 1 bis 2 Fahrgast- oder Traditionsschiffe mit stark begrenzter Personenkapazität verfügen, während andere deutlich mehr (und größere) Schiffe betreiben – die Spanne reicht hier von 5 bis zu 13 Schiffen pro Unternehmen.

Die **Saison** in der Schifffahrt dauert in der Regel von April bis Oktober. Nur 17 % der Reedereien betreiben ihr Geschäft ganzjährig. Die **Kapazitätsauslastung** liegt in der Schifffahrt mit 59 % über den Werten der anderen wassertouristischen Segmente. Die Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit der Destination MV im Wassertourismus schätzen die Schifffahrtsanbieter im Segmentvergleich mit Abstand am negativsten ein. Weniger als ein Drittel stellt dem Land hier ein gutes Zeugnis aus.

Zur Einschätzung der **Servicequalität in der Schifffahrt** wurden im Rahmen der Mystery Checks 49 Reedereien aus Mecklenburg-Vorpommern für weiterführende Informationen per Mail angeschrieben. Dabei wurden die Unternehmen nach Angeboten und Preisen für eine 2-stündige Rundtour befragt. Ebenso sollten sie beantworten, wie ihre Saisonzeiten sind und ob sie über Schiffe mit Elektroantrieb verfügen.

- Der Großteil der Anbieter antwortete zwar innerhalb von 24 Stunden, die meisten gingen jedoch nur auf einen Teil der gestellten Fragen ein. Nur wenige Reedereien griffen den Wunsch nach Informationen über weitere touristische Aktivitäten oder Kombinationen mit weiteren Produktangeboten auf. Auch die Frage nach einem Elektroantrieb haben lediglich 19 Betriebe beantwortet, davon 5 mit einem „Ja“.
- Insgesamt ist die Servicequalität ausbaufähig. Die angeschriebenen Reedereien erhalten einen durchschnittlichen Gesamtscore von 3,3 (von 5 möglichen) Punkten. Bei den Traditionsschiffen liegt der Score mit 3,5 Punkten etwas höher als bei der Fahrgastschifffahrt (3,2). Insbesondere die Freundlichkeit ist mit einem Score von 3,8 Punkten in beiden Teilsegmenten als gut einzuschätzen.

Abb. 8: Bestandserfassung
Segment Schifffahrt



Segment Schifffahrt	2024			2014			2009		
	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste
Reedereien (mit Sitz in MV)	53	16	376		16		k.A.		
Traditionsschiffahrtbetriebe	15	1	14	x	x	x	x		
Fahrgastschiffahrtbetriebe	38	14	24		16		98 Schiffe		x
Anlege- und Liegestellen	48	17	31		47		x		

Ergänzende Ergebnisse Segment Schifffahrt

Kapazitäten in der Schifffahrt in MV

(Anzahl der Schiffe, Sitzplätze, Baujahr und Preise)

Fahrgastschifffahrt



Zahl der Schiffe MV gesamt: 120

Ø Baujahr ca. 1982, ca. 173 Sitzplätze pro Schiff
Preisspanne Rundfahrt: 18,00-23,00 Euro

Binnen:

Ø Baujahr 1976, ca. 158 Sitzplätze pro Schiff
Preisspanne Rundfahrt: 9,00-23,00€

Küste:

Ø Baujahr 1994, ca. 192 Sitzplätze pro Schiff
Preisspanne Rundfahrt: 3,00-23,00 Euro

Traditionsschiffe



Zahl der Schiffe MV gesamt: 15

Ø Baujahr ca. 1952, ca. 50 Sitzplätze pro Schiff
Preisspanne Rundfahrt: 15,00-31,00 Euro

Quelle: absolutGPS 2025, Bestandserfassung

Servicequalität

(Ergebnisse des Mystery Checks in der Fahrgastschifffahrt | Durchschnitt über alle angeschriebenen Betriebe | Score von 1 = geringste bis 5 = höchste Punktzahl)

Gesamtscore: 3,3



Vollständigkeit der Antwort: 3,0

Antwortzeit: 4,0

Freundlichkeit & Professionalität: 3,8

Angaben zu weiteren Infos: 3,6

Quelle: absolutGPS 2025, Mystery Checks, n= 49

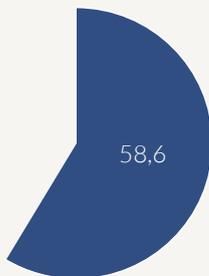
Herausforderungen

(Top-Themen aus Sicht der Branche | Segment Schifffahrt)

- ➔ Behördliche Auflagen/ Bürokratie
- ➔ Arbeitskräfte-/ Personalmangel
- ➔ Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen
- ➔ Steigende Energiekosten
- ➔ Nachhaltigkeit
- ➔ Investitionen in die öffentliche Infrastruktur

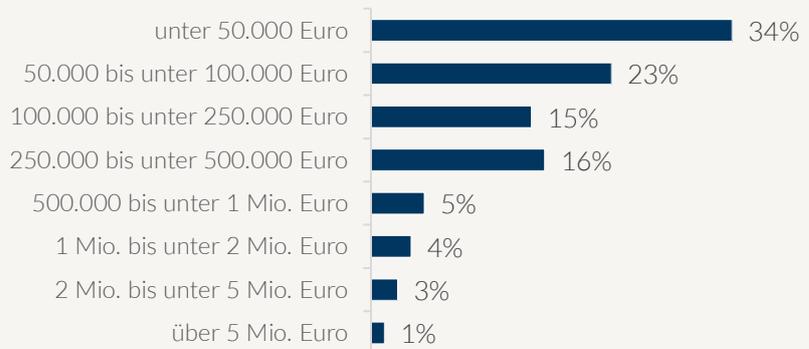
Auslastung

(durchschnittliche Kapazitätsauslastung im Segment Schifffahrt in %)



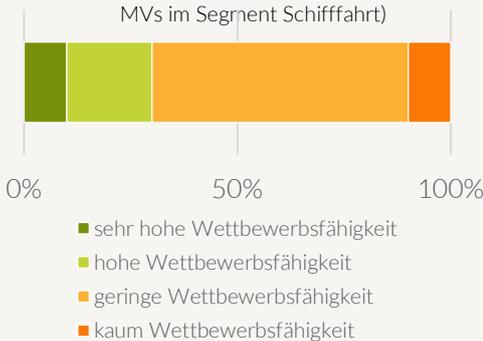
Umsätze

(Anteil der Betriebe nach Umsatzgrößenklassen im Segment Schifffahrt)



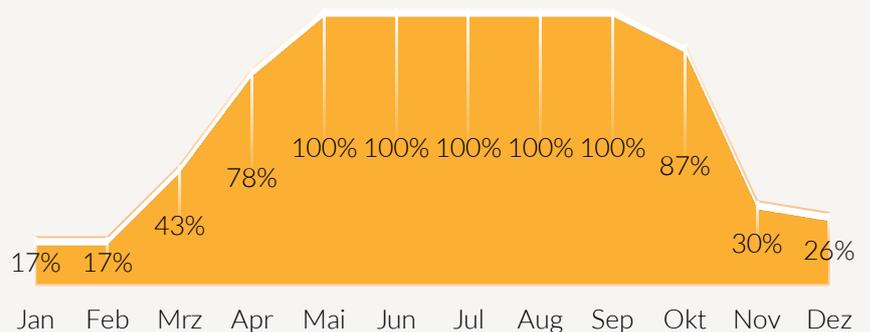
Wettbewerbsfähigkeit

(Einschätzung der Betriebe zur Wettbewerbsfähigkeit MVs im Segment Schifffahrt)



Saisonalität

(Anteil der Betriebe mit Öffnungszeiten im jeweiligen Monat im Segment Schifffahrt)



Quelle: dwif 2025, Daten: Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

Fahrgastschifffahrt

Die Fahrgastschifffahrt bildet mit **38 Reedereien mit Sitz innerhalb und 9 Reedereien außerhalb Mecklenburg-Vorpommerns** den weitaus größten Bereich innerhalb der Schifffahrtsbranche. Auch hier zeigt sich eine stärkere Küstenorientierung (63 %, 24 Anbieter), wenn auch nicht ganz so stark ausgeprägt. Mehr als ein Drittel der Betriebe (14) bieten auch Ausflugsfahrten auf den Binnengewässern des Landes an.

Durchschnittlich verfügen die Reedereien in Mecklenburg-Vorpommern über 2,6 Schiffe, wodurch sich ein Gesamtschiffsbestand im Untersuchungsgebiet von **ca. 120 Fahrgastschiffen** ergibt. Das Angebot umfasst vorwiegend klassische (Hafen-)Rundfahrten sowie Sonder-, Event- und Charterfahrten für Familien-, Vereins- und Betriebsfeiern. In Einzelfällen finden sich aber auch besondere Angebote wie Naturerlebnis- und Naturkundefahrten sowie Boddenfahrten oder Kranichtouren.

Damit verfügt Mecklenburg-Vorpommern über deutlich mehr Fahrgastschiffe als das Nachbarland Brandenburg. In einer Studie zum Wassertourismus in Berlin-Brandenburg wurden für das gesamte Bundesland Brandenburg 29 Reedereien mit ca. 48 Fahrgastschiffen erfasst. Vergleicht man dabei nur die direkt angrenzenden Gewässer im Norden Brandenburgs mit dem mecklenburg-vorpommerschen Binnenland, so sind allerdings in beiden Teilen des zusammenhängenden Reviers nahezu gleich viele Anbieter tätig (Brandenburg-Nord mit ca. 15 Reedereien, Binnenland MV mit 14 Reedereien).⁶

Die meisten Anbieter mit Sitz in Mecklenburg-Vorpommern befinden sich

- in Rostock und Warnemünde (7 Reedereien),
- gefolgt vom Revier Insel Rügen-Stralsund-Greifswald (6 Reedereien).
- Im Binnenbereich ist die Mecklenburgische Großseenplatte mit 5 Anbietern führend. Hier sind die Reedereien vornehmlich im Bereich der Städte Waren/Müritz, Malchow und Plau am See angesiedelt.
- Andere Binnenreviere weisen hingegen kaum Angebote auf.

Die Fahrgastschiffe, die in Mecklenburg-Vorpommern im Einsatz sind, sind im Durchschnitt **mehr als 40 Jahre alt**. Der Mittelwert für das Baujahr liegt über alle erfassten Schiffe bei 1982. Das korreliert mit Daten, die auf Bundesebene für die Fahrgastschifffahrt vorliegen. Auch hier ist der Schiffsbestand mehrheitlich älter als 30 Jahre.⁷ An der Küste sind die Schiffe dabei deutlich jünger und moderner (Mittelwert Baujahr: 1994) als im Binnenland (Mittelwert Baujahr: 1976). Pro Schiff stehen **durchschnittlich 173 Plätze** zur Verfügung. Auch hier weisen Binnen- und Küstenreviere deutliche Unterschiede auf: So ist die Personenkapazität pro Schiff in den Küstenrevieren mit 192 Plätzen wesentlich größer als im Binnenbereich mit 158 Plätzen. In beiden Fällen sind die

⁶ Projekt M (2024) Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“

⁷ Opfermann, Rainer (2024) „Personenbeförderung auf Binnenwasserstraßen“, Statistisches Bundesamt

Fahrgastschiffe in Mecklenburg-Vorpommern aber kleiner als im deutschlandweiten Durchschnitt: Hier liegt dieser Wert bei etwa 215 Pax pro Schiff.⁸

Auch die Preisspanne von Rundfahrten unterscheidet sich. In den Binnenrevieren liegen die Preise dabei zumeist über dem in den Küstenrevieren üblichen Niveau. Erwachsene zahlen hier zwischen 18,00 und 23,00 Euro, während im Küstenbereich Tickets bereits bei 7,00 Euro beginnen. Dies gilt auch für reduzierte Kindertickets, die an der Küste oft schon ab 3,00 Euro starten, im Binnenland hingegen meist erst bei 9,00 Euro.

Praxisbeispiele: Elektromobilität in der Fahrgast- und Fährschifffahrt

Zwei aktuelle Studien aus der Bodenseeregion geben einen Einblick in die technischen und strukturellen Möglichkeiten für eine emissionsfreie Schifffahrt. Die Machbarkeitsstudie „Klimaneutrale Schifffahrt auf dem Bodensee“ (2024) identifiziert Motorsportboote, Fahrgastschiffe und Fähren als Hauptverursacher der dortigen CO₂-Emissionen. Sie verursachen gemeinsam rund 90 % des fossilen Kraftstoffverbrauchs. Als zentrale Option für eine Umstellung wird die Nutzung von synthetischen Kraftstoffen (z.B. E-Methanol) genannt. Für kurze Strecken kommen eher batterieelektrische Antriebe in Frage, während E-Methanol für größere Reichweiten geeignet ist.⁹ Eine ergänzende Studie des Verkehrsministeriums Baden-Württemberg befasst sich mit der konkreten Umsetzbarkeit. Der Fokus liegt auf der Nutzung bestehender Infrastruktur und der Kompatibilität mit umgerüsteten Motoren. Beide Studien betonen die Bedeutung einer koordinierten Vorgehensweise bei der Einführung klimaneutraler Antriebstechnologien.¹⁰

In Mecklenburg-Vorpommern gibt es bereits erste Praxisbeispiele für die emissionsfreie Schifffahrt. So wurde im Frühjahr 2024 die MS „Adler nature“ in Wismar getauft. Es handelt sich um ein wegweisendes Pilotprojekt für die elektrische Fahrgastschifffahrt. Das Schiff wird auf der Route zwischen Wismar und der Insel Poel eingesetzt und während der Fahrt über Solarzellen auf dem Freideck mit grünem Strom versorgt. Die Elektrofähre „Warnowstromer“ verkehrt seit 2021 im Rahmen des öffentlichen Personennahverkehrs der Rostocker Straßenbahn AG im Stadthafen der Hansestadt. Zwei 45-kW-Ruderpropeller werden über eine 230-kWh-Batterie betrieben, die durch 36 Solarmodule unterstützt wird. Im Vergleich zu konventionellen Antrieben können so jährlich rund 95 Tonnen CO₂ eingespart werden. Seit April 2025 läuft zudem das Pilotprojekt „Warnowstromer AI“ zur Erprobung automatischer Assistenzsysteme auf dem Wasser.¹¹ Diese Beispiele zeigen unterschiedliche technische Wege zur Reduktion von Emissionen in der Fahrgastschifffahrt – sowohl auf kürzeren Linienverbindungen als auch auf touristischen Ausflugsfahrten.

⁸ Zentralkommission für die Rheinschifffahrt (2019) „Jahresbericht Europäische Binnenschifffahrt, Marktbeobachtung“

⁹ e2connect (2023) „Machbarkeitsstudie Klimaneutrale Schifffahrt auf dem Bodensee“, <https://e2connect.org>

¹⁰ NABU Bundesverband (2023) „Methanol als Schiffstreibstoff“

¹¹ www.adler-schiffe.de/flotte/ms-adler-nature, www.rsag-online.de/fahrplan/faehre-gehlisdorf, rathaus.rostock.de/de/rathaus/aktuelles_medien/autonomes_fahren_auf_der_warnow_die_rostocker_elektrofaehre_wird_zum_forschungsprojekt

Traditionsschifffahrt

Die Traditionsschifffahrt hat deutlich weniger Anbieter als die Fahrgastschifffahrt (**insgesamt 15 Anbieter**). Zudem ist sie fast ausschließlich auf die Küstenregionen fokussiert. Lediglich ein Anbieter ist auf den Binnengewässern tätig. Zudem gibt es einen weiteren Anbieter mit Sitz außerhalb MVs, dessen Schiff in den Gewässern der Region eingesetzt ist. Traditionsschifffahrten werden häufig im Rahmen von wassertouristischen Großveranstaltungen angeboten, wo sie häufig auch wichtiger Bestandteil der Veranstaltung sind (z.B. im Rahmen der Hanse Sail als größte wasserbezogene Veranstaltung in Mecklenburg-Vorpommern, vgl. Kapitel wasserbezogene Veranstaltungen). Zum Teil sind sie aber als Schulschiff für Schüler- und Jugendgruppen bzw. im Rahmen von Naturerlebnisfahrten im Einsatz.

Das größte Angebot gibt es im Revier Fischland-Darß-Zingst (4 Anbieter). Hier liegt der Fokus sehr stark auf den traditionellen Zeesbooten. Es folgen die Regionen Stettiner Haff/UECKER-RANDOW sowie Insel Rügen-STRALSUND-GREIFSWALD mit jeweils 3 Anbietern. Vor allem bei maritimen Großveranstaltungen wie der Hanse Sail werden Fahrten angeboten. Die meisten Anbieter haben ausschließlich ein Traditionsschiff in ihrer Flotte. Zudem funktioniert der Betrieb in der Regel auf ehrenamtlicher Vereinsbasis. Die Schiffe sind naturgemäß deutlich älteren Baujahres als in der Fahrgastschifffahrt (Mittelwert über alle Traditionsschiffe: 1952). Zudem haben sie mit ca. 50 Plätzen pro Schiff weitaus geringere Personenkapazitäten. Die Preisspanne für Touren mit dem Traditionsschiff rangiert bei einer Ausflugsfahrt zwischen 15,00 und 31,00 Euro für Erwachsene und zwischen 10,00 und 22,00 Euro für Kinder.

Zusammenfassung

Die Schifffahrtsbranche in Mecklenburg-Vorpommern hat sich in den letzten Jahren nicht wesentlich verändert. Während die Fahrgastschifffahrt mit 38 Anbietern dominiert, ist das Angebot an Traditionsschiffen mit 15 Anbietern deutlich geringer. Mit ca. 120 Fahrgastschiffen hat sich die Schiffsflotte leicht vergrößert. Die Küstenregionen bleiben der Hauptstandort für Ausflugsfahrten. In den Binnengewässern sind nur wenige Anbieter tätig, die meisten davon an der Mecklenburgischen Großseenplatte.

Angebotsstruktur

BOOTSTOURISMUS



Der Bootstourismus umfasst das Chartern von Motorbooten, Segelbooten, Hausbooten und Flößen für eine bestimmte Zeit. In der aktuellen Erhebung wurden **155 Charterunternehmen** mit Sitz in Mecklenburg-Vorpommern erfasst, wovon

- 95 Anbieter Motorboote,
- 22 Anbieter Segelboote,
- 36 Anbieter Hausboote und
- 39 Anbieter Flöße verchartern.

**155 Charterunternehmen haben ihren Sitz in Mecklenburg-Vorpommern.
Insgesamt verfügen sie über eine Flotte von insgesamt ca. 2.500 Booten.**

Insgesamt sind **ca. 2.500 Verleihboote** im Einsatz, davon

- ca. 1.400 Sport- und Motoryachten,
- ca. 650 Segelboote sowie
- ca. 450 Hausboote und Flöße.

Verglichen mit Berlin-Brandenburg, verfügt das Nachbarrevier über deutlich mehr Charterkapazitäten. Die insgesamt 251 dort ansässigen Unternehmen sind jedoch zu einem Drittel in der Hauptstadt ansässig. Auf Brandenburg selbst entfallen also nur 166 Vercharterer – damit nur geringfügig mehr als in Mecklenburg-Vorpommern. Zudem sind die **Flotten im Norden etwas größer**: In Berlin und Brandenburg verfügen die Charterunternehmen im Schnitt über ca. 11 Boote pro Betrieb; in Mecklenburg-Vorpommern sind es etwa 15 Boote. Die Spanne ist dabei enorm: Während einige wenige Charterbetriebe über 80 bis 100 Verleihyachten verfügen, gibt es auch viele kleine Bootsverleiher, die weniger als 10 Boote in ihrer Flotte haben. Die Gesamtzahl der Verleihboote liegt in Mecklenburg-Vorpommern insgesamt leicht unterhalb des Niveaus des Nachbarrevieres (2.700 vs. 2.500 Verleihboote).¹²

Der **Fokus** im bootstouristischen Angebot Mecklenburg-Vorpommerns **liegt auf den Binnenrevieren**: Zwei Drittel der Anbieter (insgesamt 101) sind in den Binnenrevieren ansässig, während sich mit 54 Betrieben lediglich ein Drittel an der Küste befindet. Dabei dominieren in den Binnenrevieren vor allem die Bootstypen Hausboot, Floß und Motorboot, während der Fokus an der Küste auf der Vercharterung von Segel- und Motorbooten liegt.

- An den Mecklenburgischen Großseen sind mit Abstand die meisten Charterbetriebe ansässig (42 und damit ca. ein Viertel aller Anbieter),
- gefolgt von der Mecklenburgischen Kleinseenplatte mit 20 Anbietern.

¹² ProjectM (2024) Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“

- An der Küste sind Rügen-Stralsund-Greifswald (15), Rostock und Warnemünde (11) und Usedom (10) die bedeutendsten Reviere.
- Auch in fast allen anderen Revieren finden sich mehrere Charterangebote. Lediglich das Revier Schaalsee/Ratzeburger Seen ist mit nur einem Anbieter am geringsten ausgestattet.

Der Großteil der Anbieter (81 %) vermietet **lediglich einen der oben genannten Bootstypen**. 30 Betriebe vermieten mehrere Bootstypen, davon 25 Anbieter 2 verschiedene und 5 Anbieter drei verschiedene Bootstypen. Kein erfasstes Unternehmen bietet alle vier Bootstypen an. Häufige Angebotskombinationen sind dabei:

- Motorboote zusammen mit Hausbooten und Flößen oder
- Motorboote zusammen mit Segelbooten.

Das Segment Bootstourismus zeigt außerdem **starke Verbindungen zum Segment Kanutourismus sowie zum Wasser- und Angelsport**:

- 39 Charterunternehmen – und damit ein Viertel der Betriebe – bieten auch Kanus an.
- 26 Anbieter haben auch SUPs im Angebot.
- 21 Betriebe verleihen auch Angelboote.
- 18 Betriebe vermieten auch Ruderboote.

Die **Betriebsstruktur im Bootstourismus** ist geprägt von einem hohen Anteil an Kleinstbetrieben. Über 70 % der Charterunternehmen weisen einen Jahresumsatz von weniger als 100.000 Euro auf – das ist der höchste Wert unter allen wassertouristischen Segmenten. Das zeigen auch die im Vergleich sehr geringen Personalressourcen: 9 von 10 Betrieben haben weniger als 10 Mitarbeitende. Die **Saison** ist relativ einheitlich. Mehr als die Hälfte der Anbieter verchartert zwischen April und Ostern, teilweise auch nur zwischen Mai und September. In den Wintermonaten hat nur ein Bruchteil der Charterbetriebe geöffnet. Die vorhandenen Kapazitäten lasten die Unternehmen zu rund 51 % aus – im Vergleich zu den anderen wassertouristischen Segmenten liegt dieser Wert im Mittelfeld.

Die Einschätzung der **Wettbewerbsfähigkeit der Destination MV** ist im Bootstourismus besonders positiv. Fast 80 % der Anbieter bescheinigen dem Land eine hohe bis sehr hohe Eignung für den Wassertourismus im Vergleich zur Konkurrenz.

Die **Servicequalität im Bootstourismus** ist mit 3,4 Punkten höher als in den anderen wassertouristischen Segmenten, was auf eine hohe Professionalität der Betriebe schließen lässt. In diesem Segment kam eine generische Anfrage zum Tragen, in der lediglich allgemein nach Empfehlungen für wassertouristische Aktivitäten gefragt wurde.

- Allerdings antworteten nur 37 von 80 angeschriebenen bootstouristischen Betrieben (Antwortquote unter 50 %). Auch die Antwortzeit ist ausbaufähig: In etwa der Hälfte der Fälle dauerte die Rückmeldung länger als 24 Stunden; in drei Fällen sogar fast eine Woche. Ein Erklärungsansatz könnte der Zeitpunkt der Anfrage außerhalb der Kernsaisonzeiten im März sein.
- Die Antworten wiesen aber mehrheitlich eine hohe Vollständigkeit und überdurchschnittlich hohe Freundlichkeit und Professionalität auf.

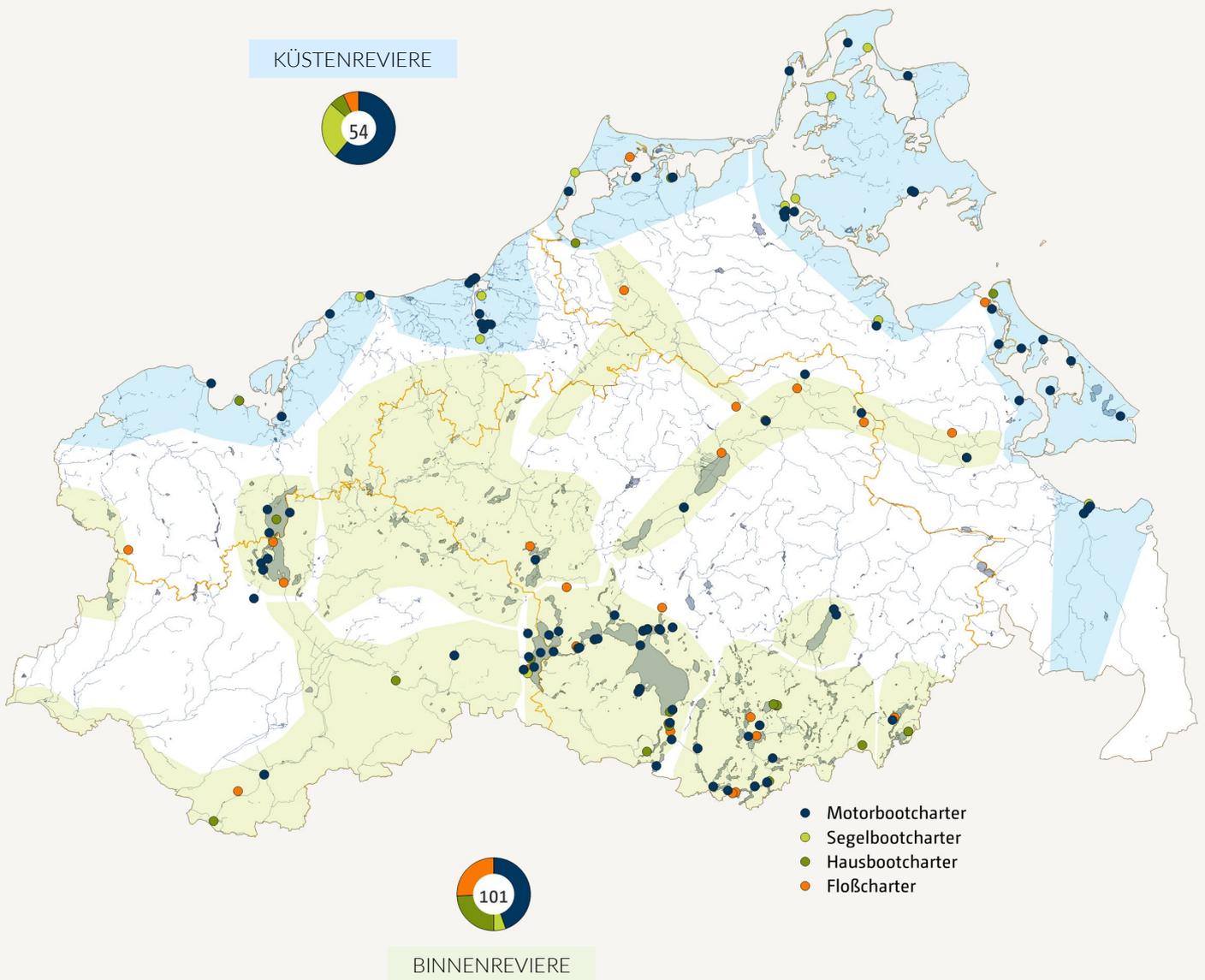
Der Bootstourismus war in den vergangenen 10-15 Jahren **starken Marktveränderungen** unterlegen, nicht zuletzt durch die Einführung der Charterbescheinigung¹³ im Jahr 2004, die es ermöglicht Sportboote auf ausgewählten Binnengewässern führerscheinfrei zu mieten und so den Zugang für Freizeitnutzer zum Bootstourismus erleichtert hat. Parallel dazu sind zahlreiche neue Anbieter durch die Etablierung neuer Bootstypen wie Hausboote und Flöße in den Markt eingetreten, die teils eine völlig neue Zielgruppe für den Bootstourismus erschlossen haben. Dies kann man im Vergleich zu den Vorgängerstudien insbesondere mit Blick auf die Entwicklung im Binnenland seit 2014 ablesen: In nur 10 Jahren hat sich hier die **Zahl der Sportcharterbetriebe mehr als versechsfacht** – sie stieg von 16 Betrieben (2014) auf 101 Betriebe (2024). Allerdings ist nicht gänzlich nachvollziehbar, ob hier eine vergleichbare Erhebungsmethodik vorlag, da die Zahl von 16 Charterbetrieben in 2014 sehr niedrig erscheint. Die hohe Dynamik im Chartersegment hingegen lässt sich auch aus dem Ergebnis der Wassertourismusstudie aus Berlin-Brandenburg herauslesen. Hier hat sich die Zahl der Anbieter zwischen 2014 und 2024 verdoppelt, in Berlin sogar verdreifacht.¹⁴ Realistisch lässt sich ein ähnliches Wachstum auch auf die Binnenreviere in Mecklenburg-Vorpommern übertragen. Allerdings zeichnet sich im Brandenburger Nachbarrevier durch die starke und weiter zunehmende Konkurrenzsituation perspektivisch auch eine Reduktion der Schiffsflotten ab.¹⁵ Auch die Befragung von Charterunternehmen in Mecklenburg-Vorpommern deutet nachfrageseitig auf eine Marktsättigung hin (vgl. Kapitel Nachfrage).

¹³ Mit der Charterscheinregelung dürfen Boote von einer Länge bis zu 15 Metern und einer Höchstgeschwindigkeit von 12 km/h auf ausgewählten Binnengewässern ohne Führerschein gefahren werden. Beim Verleihvorgang muss eine theoretische und praktische Einweisung von mindestens drei Stunden durch das Charterunternehmen erfolgen.

¹⁴ ProjectM (2024) Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“

¹⁵ Ebd.

Abb. 9: Bestandserfassung
Segment Charterboottourismus



Segment Bootstourismus	2024			2014			2009		
	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste
Anbieter insgesamt	155	101	54		16*		143*	k.A.	k.A.
Motorbootcharter	95	58	37						
Segelbootcharter	22	7	15	x	x	x			
Hausbootcharter	36	32	4					x	
Floßcharter	39	35	4						

* 2009 und 2014 wurden Motorboot-, Hausboot- und Floßcharter erfasst. Segelbootcharter wurden nicht erfasst.

Ergänzende Ergebnisse Bootstourismus

Kapazitäten im Bootstourismus in MV

(Anzahl der Boote und Personenkapazität)

Bootstourismus insgesamt: ca. 2.500 Verleihboote



Motorbootcharter

ca. 1.400 Sport- und Motoryachten
Ø 15 Boote pro Betrieb

Fokus: Binnenreviere



Segelbootcharter

ca. 650 Segelboote und -yachten
Ø 29 Boote pro Betrieb

Fokus: Küstenreviere & Großseen



Hausbootcharter

ca. 450 Hausboote und Flöße
Ø 6,4 Boote pro Betrieb

Fokus: Binnenreviere

Quelle: absolutGPS 2025, Bestandserfassung

Servicequalität

(Ergebnisse des Mystery Checks in der Fahrgastschifffahrt |
Durchschnitt über alle angeschriebenen Betriebe | Score von
1 = geringste bis 5 = höchste Punktzahl)

Gesamtscore: 3,4



Vollständigkeit der Antwort: 3,6

Antwortzeit: 3,9

Freundlichkeit & Professionalität: 4,1

Angaben zu weiteren Infos: 1,9

Quelle: absolutGPS 2025, Mystery Checks, n= 49

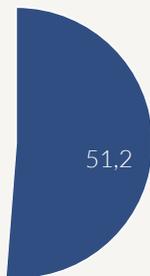
Herausforderungen

(Top-Themen aus Sicht der Branche | Segment Bootstourismus)

- ➔ Behördliche Auflagen/ Bürokratie
- ➔ Investitionen in die öffentliche Infrastruktur
- ➔ Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen
- ➔ Steigender Qualitätsanspruch
- ➔ Digitalisierung
- ➔ Förderpolitik/ Finanzierung

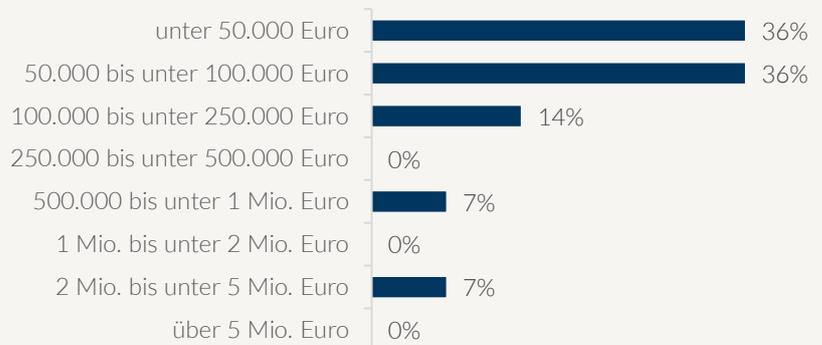
Auslastung

(durchschnittliche Kapazitätsauslastung
im Segment Bootstourismus in %)



Umsätze

(Anteil der Betriebe nach Umsatzgrößenklassen im Segment Bootstourismus)



Wettbewerbsfähigkeit

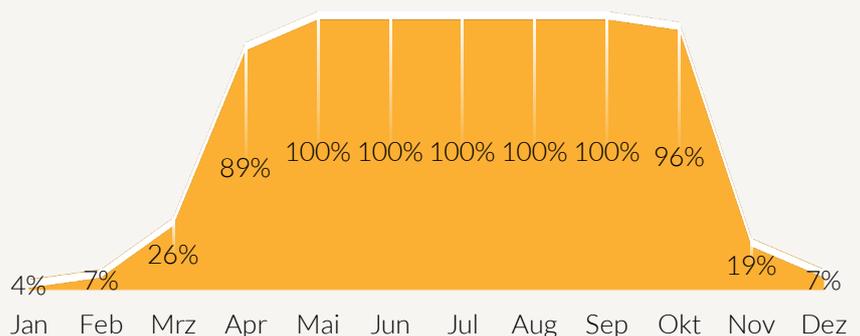
(Einschätzung der Betriebe zur
Wettbewerbsfähigkeit
MVs im Segment Bootstourismus)



- sehr hohe Wettbewerbsfähigkeit
- hohe Wettbewerbsfähigkeit
- geringe Wettbewerbsfähigkeit
- kaum Wettbewerbsfähigkeit

Saisonalität

(Anteil der Betriebe mit Öffnungszeiten im jeweiligen Monat
im Segment Schifffahrt)



Quelle: dwif 2025, Daten: Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

Exkurs: E-Mobilität auf dem Wasser

Elektromobilität hält zunehmend auch auf dem Wasser Einzug, wenn auch deutlich langsamer als an Land. Während elektrisch betriebene Fahrzeuge im Straßenverkehr bereits fester Bestandteil sind, liegt der Anteil an Booten mit Elektroantrieb in Deutschland laut ADAC aktuell bei lediglich 2–3 % von rund 100.000 registrierten Booten.¹⁶ Auch in der Fahrgastschiffahrt machen alternative Antriebe – elektrisch oder hybrid – lediglich einen geringen Anteil aus. Die Nachfrage steigt jedoch: Bootseigner sowie (Charter-)Gäste zeigen immer mehr Interesse an umweltfreundlichen Alternativen, vor allem in naturnahen Regionen wie Mecklenburg-Vorpommern. Das Potenzial, als Modellregion für alternativ betriebene Boote im Wassertourismus voranzugehen, ist groß. Die Voraussetzungen - ein dichtes Netz an Binnengewässern, eine starke touristische Ausrichtung und ein wachsendes Umweltbewusstsein - machen Mecklenburg-Vorpommern zu einer geeigneten Region für die praxisnahe Erprobung und langfristige Umsetzung innovativer Konzepte.

Gleichzeitig stehen Betreiber, Nutzer und das Land vor einigen Herausforderungen: Die Umrüstung der Boote und Schiffe ist mit hohen Kosten verbunden. Zudem ist die Ladeinfrastruktur unzureichend und nicht flächendeckend vorhanden, standardisierte Steckdosensysteme fehlen, Anschlüsse sind oft nicht wasserfest, und die rechtlichen Rahmenbedingungen, etwa bei der Genehmigung von Ladesäulen in sensiblen Gebieten, sind vielfach unklar. Der Energiebedarf elektrisch betriebener Boote variiert je nach Größe und Nutzung. Aktuelle Elektroboote sind mit Akkus ausgestattet, die zwischen 10 und 30 kWh speichern können. Fahrgastschiffe haben einen größeren Bedarf. Eine einfache Landstromversorgung deckt diesen Bedarf kaum zuverlässig ab, vor allem, wenn mehrere Boote pro Standort gleichzeitig geladen werden. Hinzu kommt die schwierige Wirtschaftlichkeit von Ladesäulen, da sich diese dauerhaft nur bei hoher Auslastung rentiert, was in der Freizeitschiffahrt schwer zu erreichen ist.¹⁷ Förderprogramme sind daher eine zwingende Voraussetzung, um Investitionen in der Ladeinfrastruktur anzustoßen. Aktuelle Förderprogramme sind jedoch nur auf die Güterschiffahrt begrenzt und schließen die Freizeitschiffahrt aus.

Best Practice: Innovative Ladeinfrastruktur

Hier kommen innovative Lösungsansätze ins Spiel, wie sie beispielsweise Anbieter wie die **Solar-Yacht** ausgetüftelt haben. Die Idee: Eine schwimmende Ladestation ausgestattet mit einem Aufenthaltsraum, Getränkeautomat und Sanitäreinrichtungen als Kurzzeitliegeplatz. Photovoltaikanlage und Stromspeicher mit 200–300 kWh Kapazität dienen als mobile Energiequelle. An der Charging Lounge können derzeit mehrere Boote gleichzeitig mit Bordstrom versorgt werden, ohne dass eine stationäre Infrastruktur vor Ort erforderlich ist.¹⁸ Die SolarYacht

¹⁶ Dr. Häbich, Steffen, Präsentation im Rahmen des MV-TourismusTreff #18 „Mobilität – Elektromobilität auf dem Wasser“ am 19.2.2025, digital

¹⁷ Kuhnle, Harald „PoluCharge: Ganzheitliche Ansätze für innovative Lösungen“, Präsentation im Rahmen des MV-TourismusTreff #18 „Mobilität – Elektromobilität auf dem Wasser“ am 19.2.2025, digital

¹⁸ Riedel, Max „SolarYacht: Die schwimmende Solarstrom-Tankstelle“, Präsentation im Rahmen des MV-TourismusTreff #18 „Mobilität – Elektromobilität auf dem Wasser“ am 19.2.2025, digital

ermöglicht perspektivisch emissionsfreies Nachladen des Motors auf dem Wasser, reduziert Lärm und Schadstoffe und amortisiert sich laut Einschätzung der Projektentwickler innerhalb von fünf Jahren. Sie ist aktuell auf den Gewässern zwischen Brandenburg an der Havel und Berlin unterwegs sowie auf dem Plauer See. Ansätze wie diese zeigen, wie nachhaltige Mobilität auch im Boots- und Schifffahrtsbereich realisierbar ist, wenn technologische, regulatorische und wirtschaftliche Aspekte gemeinsam betrachtet werden.¹⁹

Motorbootcharter

Mit 95 Anbietern ist der Motorbootverleih das **angebotsseitig bedeutsamste Segment im Chartermarkt** Mecklenburg-Vorpommerns. 58 Anbieter – und damit mehr als 60 % der Motorbootvercharterer – sind in den Binnenrevieren des Landes aktiv; 37 an der Küste. Durchschnittlich verfügt dabei jeder Betrieb über rund 54 Motorboote mit einer Personenkapazität von 5,2 Pax pro Boot. Hochgerechnet auf die 95 erfassten Anbieter in diesem Segment zählt die Flotte der Verleihboote in Mecklenburg-Vorpommern **ca. 5.160 Sport- und Motorboote bzw. Motoryachten**.

Räumlich verteilen sich die Betriebe wie folgt:

- In den Binnenrevieren dominiert mit fast einem Drittel aller Anbieter (28) die Mecklenburgische Großseenplatte, gefolgt von den Mecklenburgischen Kleinseen mit 10 Anbietern.
- An der Küste sind die Regionen Insel Rügen-Stralsund-Greifswald (10), Rostock und Warnemünde (9) und Insel Usedom (8) die anbieterstärksten Reviere.
- Ein stark begrenztes Angebot findet sich in der Feldberger Seenlandschaft sowie an der Warnow, wo jeweils nur ein Anbieter erfasst wurde. In den Revieren Schaalsee/ Ratzeburger Seen sowie Recknitz/Trebel wurden keinerlei Motorbootcharterbetriebe erfasst.

Während fast drei Viertel der Anbieter ausschließlich Motorboote zur Vermietung haben, bieten 21 Unternehmen auch andere Bootstypen zum Verleih an, davon 8 Betriebe Segelboote, 7 Betriebe Hausboote und 6 Betriebe Flöße. Zudem bieten sehr viele Motorbootvercharterer nebenbei auch Kanus an (insgesamt 28 der 95 Betriebe), einige auch SUPs (20 Betriebe) und Angelboote (19).

¹⁹ bwww.org – Alternative Antriebe / Elektromobilität im Wassersport; nautic-markt.ch – Schwimmende Ladestation für Boote, www.solaryacht.com

Segelbootcharter

Der Segelbootcharter spielt im Bootstourismus angebotsseitig mit 22 erfassten Betrieben eine eher **untergeordnete Rolle**. Mit einer äußerst großstrukturierten Anbieterlandschaft, die pro Unternehmen über rund 174 Segelbooten und -yachten verfügt, ergibt sich jedoch eine sehr beachtliche Flotte von **ca. 3.800 Segelbooten**.

- Mit 15 Anbietern ist der Segeltourismus stark auf die Küstenregionen konzentriert (70 %). Besonders das Revier Insel Rügen-Stralsund-Greifswald ist mit 6 Anbietern von großer Bedeutung, aber auch das Revier rund um Rostock und Warnemünde (5 Anbieter).
- Im Binnenland ist das Angebot hingegen schwach ausgeprägt. Das einzige herausragende Segelcharterrevier sind die Mecklenburgischen Großseen mit insgesamt 5 Charterunternehmen. Die 2 weiteren Anbieter finden sich in der Schweriner Seenlandschaft.

Der Segelbootcharter wird zum Teil auch mit dem Verleih von Motorbooten kombiniert. 9 der 22 Anbieter (41 %) haben Motorboote als weiteren Bootstyp im Angebot. Jeweils 3 Anbieter verchartern zudem nebenbei auch Kanus oder Angelboote.

Hausboot-/ Floßcharter

Ein Hausboot ist ein Motorboot, das als kombiniertes Wohn- und Transportmittel für den Urlaub auf Binnengewässern konzipiert ist. Die Grenzen zwischen den verschiedenen Hausboottypen sind fließend, da es keine rechtlich geschützte Definition gibt. In der Regel zeichnen sich Hausboote durch eine Mehrrumpfkonstruktion (anstelle eines Kiels) sowie einem rechteckigen Aufbau aus, wodurch sie stabiler sind und zusätzlicher Stauraum geschaffen wird. Flöße sind im Gegensatz zu Hausbooten oft deutlich rustikaler ausgestattet und verfügen in der Regel nicht über Sanitäreanlagen, Kochmöglichkeiten oder Heizung. Sie sind somit nur bedingt für längere Touren mit Übernachtung geeignet, wodurch meist eher die Tagesvercharterung im Fokus steht.

In Mecklenburg-Vorpommern wurden insgesamt **67 Hausboot- und Floßcharterunternehmen** erfasst, von denen

- 31 Betriebe Flöße,
- 28 Betriebe Hausboote und
- 8 Betriebe beide Bootstypen verleihen.

Die durchschnittliche Zahl der Boote pro Verleihbetrieb beträgt in diesem Teilsegment etwas mehr als 6. Somit ergibt sich eine Gesamtzahl von **ca. 430 Hausbooten und Flößen** im Untersuchungsgebiet.

Die Charterangebote konzentrieren sich zu einem überwiegenden Teil (90 %) auf die **Binnenreviere**, da sie für diese Gewässerform sowie das führerscheinfreie Fahren entwickelt wurden.

- Fast die Hälfte aller Anbieter für Hausboote (17) ist in der Mecklenburgischen Großseenplatte ansässig. Zudem gibt es entlang der Peene sowie in der Kleinseenplatte jeweils 5 Anbieter.

- Das größte Angebot für den Floßverleih findet sich hingegen an den Mecklenburgischen Kleinseen (10 Anbieter), allerdings dicht gefolgt von den Großseen mit 8 Anbietern sowie der Mecklenburgischen Schweiz inkl. Peene mit 6 Anbietern.
- Die Küstenreviere sind für Flöße und Hausboote eher uninteressant, was sich an den niedrigen Anbieterzahlen widerspiegelt. Auf der Insel Rügen sowie rund um Rostock und Warnemünde gibt es keine Floß- und Hausbootanbieter, in allen anderen Küstenregionen zumindest 1-2 Charterbetriebe.

In wenigen Fällen werden neben Hausbooten oder Flößen auch andere Motorboottypen vermietet. Mit 12 Betrieben, die diese Kombination anbieten, ist dies aber nur bei einem Fünftel der Charterunternehmen der Fall. Die meisten anderen Hausbootvermieter fokussieren sich rein auf ihr Kerngeschäft.

Zusammenfassung

Der Charterboottourismus in Mecklenburg-Vorpommern hat sich in den letzten Jahren stark weiterentwickelt und zeigt eine ausgeprägte Binnenorientierung. Zwei Drittel der Anbieter sind in den Binnenrevieren tätig, insbesondere in den Segmenten Motorboot sowie Hausboot und Flöße. Einzig der Segelbootcharter ist vorrangig an den Küsten des Landes zu finden. Die dynamische Entwicklung ist in erster Linie auf die Einführung des fährerscheinfahren Fahrens sowie neuer, niedrigrschwelliger Bootstypen zurückzuführen, die neue Zielgruppen für den Bootstourismus erschlossen haben.

Exkurs: Situation an den Schleusen und „Aktionsplan Ost“

Die Durchgängigkeit der Wasserstraßen ist von enormer Bedeutung für einen funktionierenden Wassertourismus und die regionale Wirtschaft. Vor allem der motorisierte Bootstourismus, aber auch die Fahrgastschiffahrt sind auf eine durchgängige Befahrbarkeit der Gewässer angewiesen, da größere Boote und Schiffe nicht wie muskelbetriebene Boote umgetragen werden können. Aufgrund des punktuell sehr hohen Verkehrsaufkommens sowie einer teils veralteten Infrastruktur an den Schleusenanlagen steht der Wassertourismus vor großen Herausforderungen. So sind 67 % der Schleusen auf Bundeswasserstraßen älter als 80 Jahre – mehr als 40 % sogar älter als 100 Jahre. Ein Fünftel aller Schleusen und Wehre entlang der Bundeswasserstraßen in Deutschland sind in einem mangelhaften Zustand und weisen erhebliche Schäden auf, die eine sichere langfristige Nutzung gefährden. Aufgrund dessen sind in den nächsten Jahren dringend Investitionen nötig, um die Infrastruktur in Stand zu setzen.²⁰

Der Aktionsplan Ost, der mit beteiligten Wasserschiffahrtsämtern, der Generaldirektion Wasserstraßen und Schifffahrt (GDWS) und dem Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) gemeinsam erarbeitet wurde, benennt konkret benötigte Maßnahmen in der wassertouristischen Infrastruktur gegenüber der Politik. Welche Erhaltungs- und Ersatzmaßnahmen müssen durchgeführt werden, um den Bestand zu erhalten? Was braucht es an Mitteln in der Finanzierung und Personal? Wo muss man sich auf Sperrungen bei Bauarbeiten einstellen? Es soll eine Wasserstraßeninfrastruktur geschaffen werden, die zuverlässig funktioniert, dem Bedarf entspricht und durchgängig befahrbar ist. Insgesamt benennt der Aktionsplan Ost 103 Maßnahmen an 99 von 213 betrachteten Bauwerken und benennt einen Bedarf von ca. 1,1 Milliarden Euro Investitionskosten und ca. 85 Millionen Euro jährlich. Das Bundesverkehrsministerium bekennt sich zu diesen notwendigen Maßnahmen.

Zudem gibt es ein laufendes Pilotprojekt zur digitalen Erfassung der Schleusennutzung: anhand bildgebender Verfahren ausgewertet durch Künstliche Intelligenz, die die Art der Boote sowie Stand der Staus vor den Schleusen einheitlich erfassen soll. Ein Betriebskonzept seitens der GDWS fehlt noch. Es werden derzeit ausschließlich Nutzungsdaten an Schleusen erfasst, die automatisiert oder durch Schleusenwärter betrieben werden. An selbstbedienten Schleusen werden keine Schleusungen erfasst. Auffällig in den vorhandenen Daten der Schleusen in Mecklenburg-Vorpommern ist, dass je nach Schleuse unterschiedliche Bootstypen erfasst werden und somit kein einheitlicher Vergleich möglich ist. Mit dem neuen bildgebenden Verfahren durch KI soll diese Datenlage vereinheitlicht werden.²¹

In den Gewässern Mecklenburg-Vorpommerns gibt es insgesamt **35 Schleusen**.²² Für die Schleusen im Zuständigkeitsbereich der Wasserschiffahrtsämter Elbe (Lauenburg) sowie Oder-Havel

²⁰ Schwoon, Gesa " Bedeutung der Freizeitwasserstraßen aus Sicht des Bundes – Masterplan Freizeitschiffahrt", Präsentation im Rahmen der "Informationsveranstaltung Wassertourismus" am 12.3.2025, Waren/Müritz

²¹ Ebd.

²² absolutGPS, Bestandserfassung

liegen Schleusenstatistiken für das Jahr 2023 vor, die in die Auswertung einfließen konnten. Die betreffenden Anlagen befinden sich ausschließlich in drei Revieren im Süden des Landes:

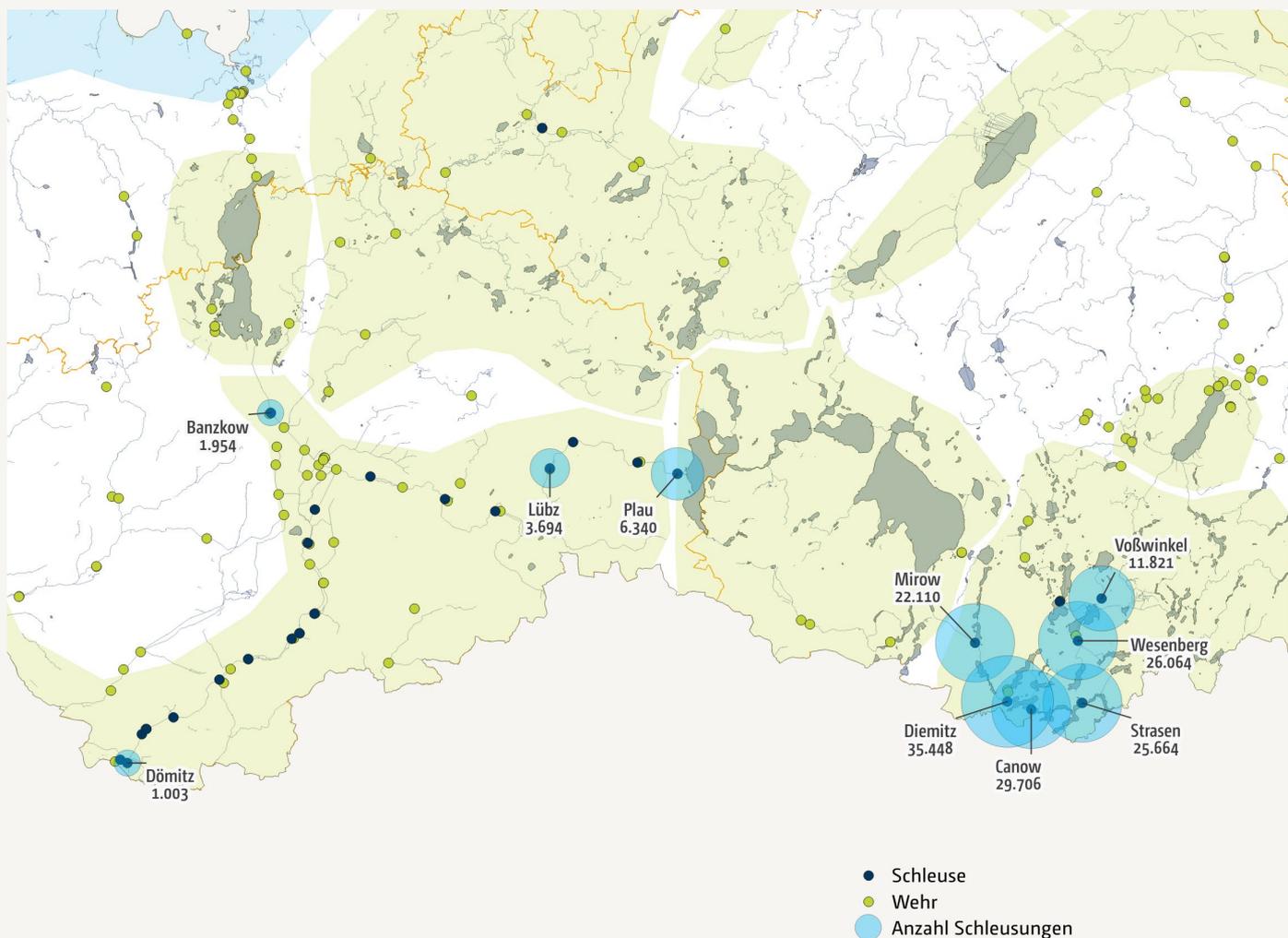
- Mecklenburgische Kleinseen: Schleuden Mirow, Diemitz, Canow, Strasen, Wesenberg und Voßwinkel
- Mecklenburgische Großseen: Schleuse Plau
- Müritz-Elde-Wasserstraße/Störkanal: Schleusen Dömitz, Banzkow, Lübz

Im Jahr 2023 wurden an den genannten Schleusen **163.804 Fahrzeuge geschleust**. Der Schwerpunkt der Schleusungen lag auf dem Revier Mecklenburgische Kleinseenplatte, wo auch besonders viele Anbieter im Bereich Kanutourismus und Boots- und Floßcharter verortet sind (siehe Infografik auf der nächsten Seite).

Aufgrund von Personalmangel kam es in der Saison 2024 an der Müritz-Havel-Wasserstraße vermehrt zu Staus an den Schleusen, besonders an den Schleusen in Mirow, Diemitz, Canow, Strasen, Wesenberg und Steinhavel fehlten Schleusenwärter, die für einen durchgängig möglichen Betrieb nötig sind. Mit Ein-Schicht-Betrieb und Öffnungszeiten von 9 bis 18 Uhr wurde dem versucht entgegenzutreten. Vor allem an ohnehin schon stark frequentierten Schleusen entstanden lange Staus und Wartezeiten, die enorme Auswirkungen auf den Tourismus und die Berufsschiffahrt hatten. Um eine durchgängige Befahrbarkeit zu gewährleisten, kooperierte das Charterunternehmen „Kuhle Tours“ mit dem Wasserschiffahrtsamt und stellte eigenes Personal als Schleusenwärter.²³

²³ /www.ndr.de / Lösung für-Schleusen an Müritz-Havel-Wasserstraße-in-Sicht, <https://skipper.adac.de/> Müritz-Havel-Wasserstraße und Obere Havel-Wasserstraße: Wieder regulärer Schleusenbetrieb

Abb. 10: Bestandserfassung
Schleusen in Mecklenburg-Vorpommern und Zahl der Schleusungen im Jahr 2023



	Schleuse				
Bootstyp	Voßwinkel	Dömitz	Lübz	Plau	Banzkow
Geschleuste Fahrzeuge gesamt	11.821	1.003	3.694	6.340	1.954
Sportboote					
davon mit Antrieb		711	3375	4630	1745
davon ohne Antrieb		220	228	1667	137
Fahrgastschiff		11	8	10	3
sonstige Fahrzeuge	11.821	61	83	33	69
	Schleuse				
Bootstyp	Strasen	Canow	Diemitz	Mirow	Wesenberg
Geschleuste Fahrzeuge gesamt	25.664	29.706	35.448	22.110	26.064
Sportboote	25.429	29.176	35.118	21.963	25.928
davon mit Antrieb					
davon ohne Antrieb					
Fahrgastschiff	27	185	176	42	30
sonstige Fahrzeuge	208	345	154	105	106

Quelle: absolutGPS 2025, Daten: Bestandserfassung und Zulieferung Wasser- und Schifffahrtsämter

Angebotsstruktur

KANUTOURISMUS



Der Kanutourismus in Mecklenburg-Vorpommern lässt sich in zwei Hauptbereiche unterteilen:

- **Verleihbetriebe**, die Kanadier und Kajaks stunden-, tage- oder wochenweise an individuelle Kanutouristen ausgeben, sowie
- **Kanutourenanbieter**, die geführte Wasserwanderreisen oder -touren organisieren. Diese können von wenigen Stunden bis zu mehreren Tagen oder Wochen reichen.

Außerdem brauchen Kanuten zur Ausübung ihres Sports eine bedarfsgerechte Infrastruktur. Daher wurde neben den Anbietern auch die kanutouristische Infrastruktur erhoben, d.h.

- offiziell ausgewiesene **Ein- und Ausstiegsstellen**,
- **Kanustationen**, sowie
- **Kanu-Rastplätze**.

**Angebotsvolumen im Kanutourismus in Mecklenburg-Vorpommern:
139 kanutouristische Anbieter, rund 6.700 Verleihboote,
76 Kanu-Ein- und Ausstiegsstellen, 42 Kanu-Rastplätze und 20 DKV-Kanustationen.**

Insgesamt gibt es in Mecklenburg-Vorpommern **139 kanutouristische Anbieter**, von denen

- 131 Kanadier oder Kajaks verleihen und
- 43 geführte Kanutouren anbieten.

Durchschnittlich verfügen die Verleihbetriebe über rund 27 Kanadier sowie 24 Kajaks pro Unternehmen. Daraus ergibt sich eine **Gesamtzahl von ca. 6.700 muskelbetriebenen Booten**, die im Untersuchungsgebiet zum Verleih angeboten werden. Zudem konnten 76 Ein- und Ausstiegsstellen für Kanus sowie 42 Kanu-Rastplätze und 20 DKV-Kanustationen in der Bestanderfassung registriert werden.

Das Segment ist damit deutlich ähnlich stark aufgestellt wie das Nachbarrevier Berlin-Brandenburg. Hier finden sich im gesamten Gebiet 141 Kanuvermieter, ohne Berlin sind es 123. Die Gesamtzahl der Verleihboote liegt allerdings mit rund 5.000 unter dem für Mecklenburg-Vorpommern ermittelten Wert. Die meisten Verleihangebote sind zudem nicht in der direkt angrenzenden Region im nördlichen Brandenburg angesiedelt, sondern in der Region Süd-Ost, zu der auch der Spreewald gehört.²⁴

73 % der Anbieter (102) sind in den Binnenrevieren tätig, während sich 27 % der Betriebe (37) an der Küste befinden. Dies spiegelt eine deutlich **höhere kanutouristische Aktivität auf den**

²⁴ ProjectM (2024) Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“

Binnengewässern wider. Auch die kanutouristische Infrastruktur befindet sich großteilig im Binnenland: So liegen 71 der 76 erfassten Ein- und Ausstiegsstellen an Binnengewässern. Ähnlich verhält es sich mit den DKV-Kanustationen (14 von 20) und den Kanu-Rastplätzen (35 von 42).

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass in fast allen untersuchten Wassersportrevieren professioneller Kanutourismus betrieben wird, allerdings gibt es erhebliche Unterschiede in der Anbieterzahl.

- Räumlich ist besonders die Mecklenburgische Kleinseenplatte interessant, die mit 22 % die meisten Anbieter auf sich konzentriert. Hier ist sowohl der Kanuverleih (30 Anbieter) als auch das geführte Tourenangebot (13 Anbieter) am stärksten ausgeprägt.
- Jeweils 13 Anbieter entfallen auf die Mecklenburgischen Großseen, die Warnow und Müritze-Elde-Wasserstraße/Störkanal. Aber auch die Insel Usedom (9 Anbieter) sowie Rügen-Stralsund-Greifswald und Mecklenburgische Schweiz (jeweils 8 Anbieter) haben sich als beliebte Kanureviere etabliert. Der Fokus liegt in allen genannten Revieren jedoch stark auf dem Verleihgeschäft, während Tourenanbieter nur sehr vereinzelt zu finden sind.
- Die Region Schaalsee/Ratzeburger Seen hingegen weist mit keinem Kanu-Unternehmen das geringste Angebot auf. Auch die Regionen Recknitz/Trebel, Stettiner Haff/UECKER-Randow sowie Wismar/Wismarer Bucht haben mit jeweils 4 Unternehmen eine geringe Anbieterzahl.

Die meisten Unternehmen konzentrieren sich auf einen der beiden Geschäftsbereiche. Mit 34 Anbietern bietet nur etwa jedes vierte Unternehmen sowohl Kanutouren als auch ein Verleihgeschäft an. 39 kanutouristische Anbieter (28 %) haben mittlerweile zudem SUPs im Angebot. 15 Betriebe verleihen neben dem Kanugeschäft auch Angelboote und 22 Betriebe weitere muskelbetriebene Boote wie beispielsweise Ruder- oder Tretboote.

Die meisten Kanuanbieter sind **kleine Unternehmen mit einem begrenzten Umsatz**. Immerhin fast ein Drittel der Betriebe erwirtschaftet aber einen Jahresumsatz zwischen 250.000 und 1.000.000 Euro. So schwankt auch die Zahl der Boote, über die einzelne Anbieter verfügen, zwischen 1 Kanu/Kanadier und deutlich mehr als 100 Booten. Auch die Auslastung, die durchschnittlich bei recht geringen 40 % liegt, schwankt von Unternehmen zu Unternehmen erheblich.

Die **Kanusaison** ist trotz einzelner Projekte (z.B. Winterpaddeln in der Feldberger Seenlandschaft) kaum länger als 5 Monate – im Kern von Mai bis September – und muss selbst in diesen Monaten immer häufiger mit Wetterwidrigkeiten wie Starkregen oder auch Niedrigwasser durch Dürreperioden umgehen. Für die Betriebe stellt dies eine immense Herausforderung dar.

Im **Mystery Check** schnitten die Kanuanbieter in Mecklenburg-Vorpommern sehr gut ab. Auf die hier lancierte Anfrage sendeten etwa zwei Drittel eine Antwort. Durchschnittlich ging die Antwortmail innerhalb von 36 Stunden ein. Größtenteils beantworteten die befragten Anbieter vollständig alle Fragen rund um die geplante Kanutour. In puncto Freundlichkeit und Professionalität erhält

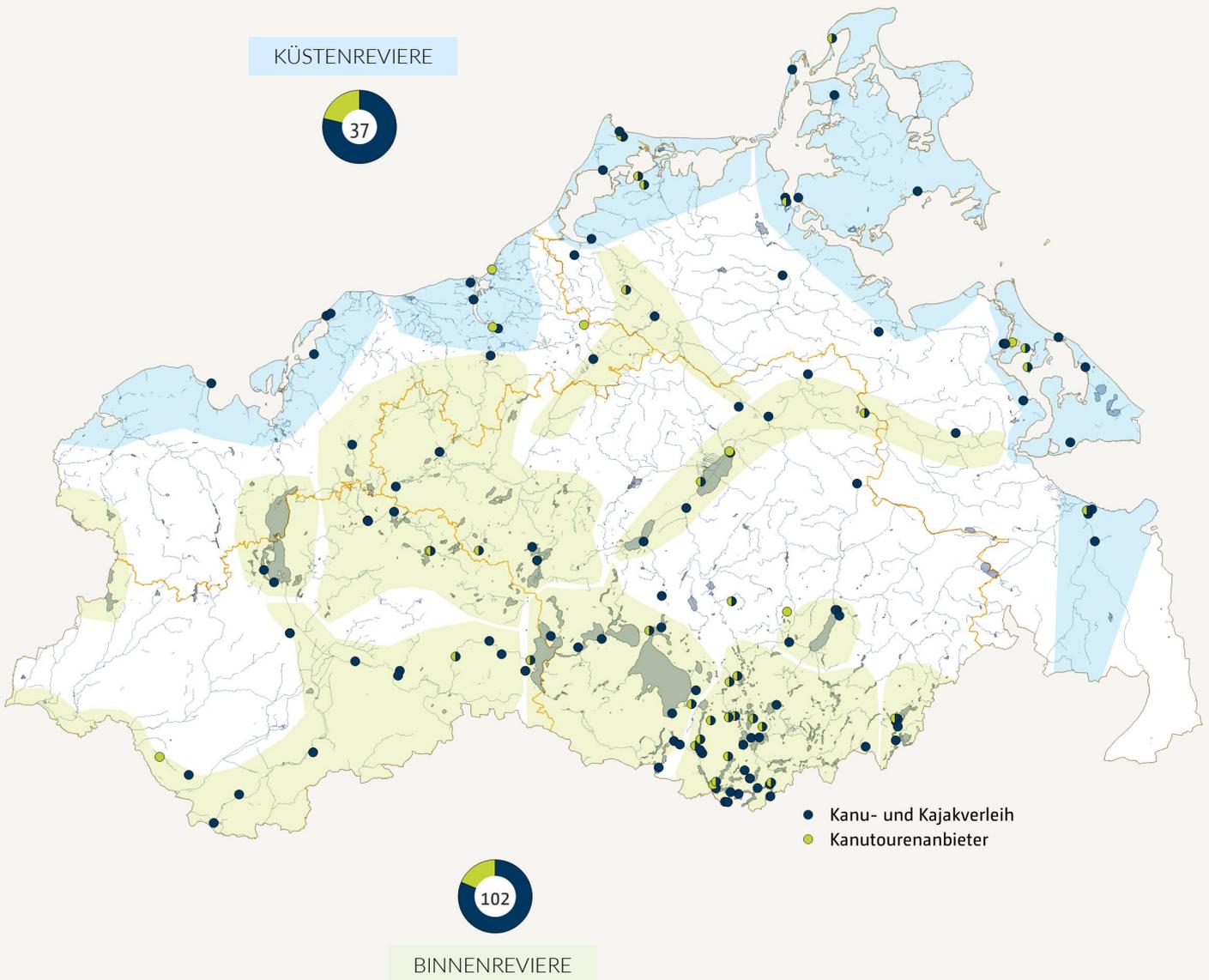
der Kanutourismus daher einen Score von 3,8 Punkten und landet auch beim Gesamturteil mit insgesamt 3,5 Punkten auf dem Siegertreppchen im Segmentvergleich.

Vergleicht man die aktuelle Erhebung mit den vorangegangenen Studien, zeigt sich ein **deutlicher Anstieg der Anbieterzahlen** bei gleichbleibender Verteilung zwischen Binnenland (ca. 75 %) und Küstengewässern (ca. 25 %). Im Jahr 2009 wurden 95 kanutouristische Anbieter in Mecklenburg-Vorpommern gezählt, 2014 waren es allein im Binnenland 88 Anbieter (hochgerechnet auf ganz MV also rund 110). Bis 2024 hat die Zahl der professionellen Kanubetriebe also in den vergangenen 15 Jahren um rund 50 % zugenommen. **Wachstumstreiber war dabei in erster Linie das Verleihgeschäft**, das sich seit 2014 mit einer Verdreifachung der Betriebszahl besonders dynamisch entwickelt hat. Auch in Berlin-Brandenburg entwickelte sich die Kanuvermietung im selben Zeitraum sehr positiv. Die Anbieterzahl stieg dort um 24 %.²⁵ Dahingegen ist die Zahl der Tourenanbieter stark rückläufig. Gab es im Binnenland 2014 noch 60 Betriebe, die Kanutouren angeboten haben, hat sich deren Zahl bis 2024 mit nunmehr nur noch 32 Betrieben fast halbiert. Hier zeigt sich sicherlich eine Auswirkung der Corona-Pandemie: Während der recht kontaktarme, individuelle Kanutourismus insgesamt in der Krisenphase stark nachgefragt war, waren die organisierten Touren aufgrund von Hygieneauflagen zeitweise stark eingeschränkt. Die ohnehin geringen Umsätze in diesem Segment, verbunden mit den starken Umsatzeinbußen haben sehr wahrscheinlich zu zahlreichen Betriebsaufgaben geführt.

Parallel zum Angebot wurde auch die **kanutouristische Infrastruktur** in Mecklenburg-Vorpommern ausgebaut. Vor allem die Zahl der Ein- und Ausstiegsstellen hat sich seit 2014 von 46 auf 71 Standorte deutlich erhöht. Bei den durch den Deutschen Kanuverband zertifizierten Kanustationen ist seit der letzten Studie allerdings nur eine weitere Station im Binnenland hinzugekommen, die Zahl der Kanu-Rastplätze hat sich von 61 auf 35 Standorte sogar stark reduziert. Kanu-Rastplätze finden sich jedoch auch an Wasserwanderrastplätzen, deren Zahl sich in den letzten Jahren erhöht hat (vgl. Kapitel Häfen & WWR) – wenn auch die Infrastruktur häufig eher für Motorboote ausgelegt ist und Bedürfnissen von Kanuten nicht immer gerecht wird.

²⁵ ProjectM (2024) Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“

Abb. 11: Bestandserfassung
Segment Kanutourismus



Segment Kanutourismus	2024			2014			2009		
	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste
Anbieter insgesamt	139	102	37		88		95	69	26
Verleih	131	97	34		28				
Tourenanbieter	43	32	11	x	60	x			
Ein- und Ausstiegsstellen	76	71	5		46			x	
Kanurastplätze	44	37	7		61				
DKV-Kanustationen	20	14	6		13				

Ergänzende Ergebnisse Segment Kanutourismus

Kapazitäten im Kanutourismus in MV

Kanutourismus insgesamt: ca. 6.700 Verleihkanus



davon ca. 3.595 Kanadier
Ø 27 Boote pro Verleihbetrieb

davon ca. 3.149 Kajaks
Ø 24 Boote pro Verleihbetrieb

Kanu-Infrastruktur



ca. 76 Ein- und Ausstiegsstellen
ca. 42 Kanu-Rastplätze
ca. 20 DKV-Kanustationen

Fokus: Binnenreviere

Quelle: absolutGPS 2025, Bestandserfassung

Servicequalität

(Ergebnisse des Mystery Checks im Kanutourismus | Durchschnitt über alle angeschriebenen Betriebe | Score von 1 = geringste bis 5 = höchste Punktzahl)

Gesamtscore: 3,4



Vollständigkeit der Antwort: 3,9

Antwortzeit: 3,8

Freundlichkeit & Professionalität: 3,7

Angaben zu weiteren Infos: 2,3

Quelle: absolutGPS 2025, Mystery Checks, n= 49

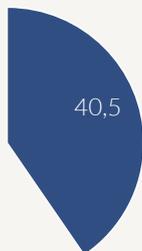
Herausforderungen

(Top-Themen aus Sicht der Branche | Segment Kanutourismus)

- ➔ Investitionen in die öffentliche Infrastruktur
- ➔ Behördliche Auflagen/ Bürokratie
- ➔ Tourismusakzeptanz/-bewusstsein
- ➔ Nachhaltigkeit
- ➔ Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen
- ➔ Gewinnung neuer Zielgruppen

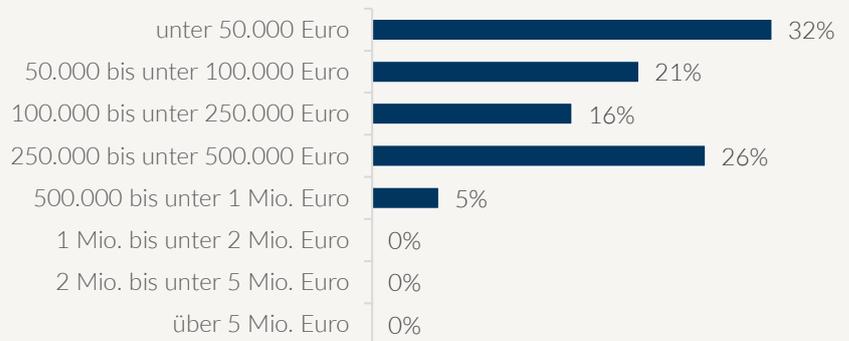
Auslastung

(durchschnittliche Kapazitätsauslastung im Segment Kanutourismus in %)



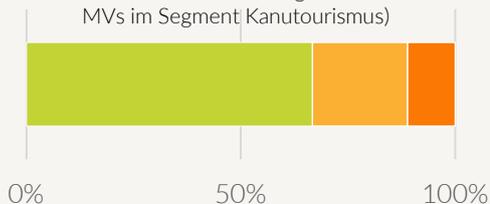
Umsätze

(Anteil der Betriebe nach Umsatzgrößenklassen im Segment Kanutourismus)



Wettbewerbsfähigkeit

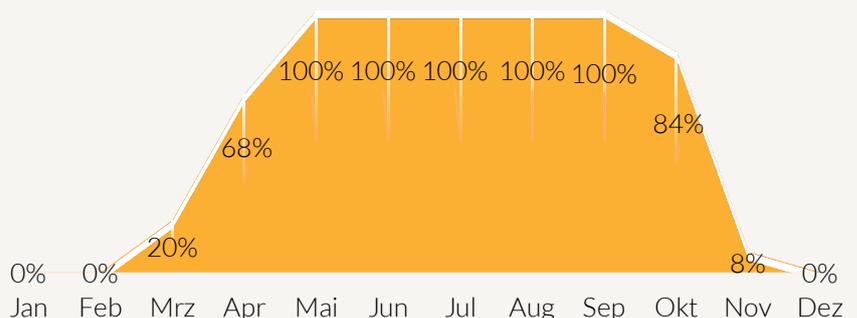
(Einschätzung der Betriebe zur Wettbewerbsfähigkeit MVs im Segment Kanutourismus)



- hohe Wettbewerbsfähigkeit
- geringe Wettbewerbsfähigkeit
- kaum Wettbewerbsfähigkeit

Saisonalität

(Anteil der Betriebe mit Öffnungszeiten im jeweiligen Monat im Segment Schifffahrt)



Quelle: dwif 2025, Daten: Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

Kanu- und Kajakverleih

Im Verleihsegment ist die Mecklenburgischen Kleinseenplatte mit 30 Anbietern mit Abstand das führende Revier in Mecklenburg-Vorpommern. Danach folgen die Mecklenburgischen Großseen (13 Betriebe) und die Warnow und Müritz-Elde-Wasserstraße (12 Betriebe). 34 der erfassten 131 Kanuverleiher sind in den Küstenregionen tätig, davon fast alle auf den drei Inseldestinationen, die auch über Boddengewässer verfügen.

Geführte Kanutouren

Das Tourengeschäft ist anbieterseitig mittlerweile deutlich kleiner als der Verleihsektor. Die Entwicklungen der letzten Jahre haben den Abstand hier nochmal deutlich vergrößert. 2024 boten insgesamt nur noch 43 Anbieter geführte Kanutouren an. Die Verteilung zwischen Binnenland und Küste ist hier gleich ausgeprägt wie bei den Verleihanbietern. Fast ein Viertel der Anbieter ist an der Küste ansässig, fast ausschließlich auf einer der drei Inseln. Mit 13 Anbietern führt auch hier die Mecklenburgische Kleinseenplatte den Reviervergleich an – ca. jeder dritte Anbieter findet sich hier.

Zusammenfassung

Im Vergleich aller wassertouristischen Segmente hat sich der Kanutourismus in Mecklenburg-Vorpommern angebotsseitig seit 2009 am positivsten entwickelt. Dabei trug insbesondere der individuelle Kanutourismus zu der hohen Dynamik bei. Das Verleihgeschäft boomt, während das Angebot an geführten Touren stark zurückgegangen ist. Nicht zuletzt die Corona-Pandemie hat hier für strukturelle Veränderungen im Kanutourismus gesorgt. Unverändert blieb die starke Binnenorientierung in diesem Segment: Nach wie vor konzentrieren sich 73 % der Kanuanbieter im Binnenland, insbesondere in der Mecklenburgischen Kleinseenplatte, aber auch an den Großseen sowie entlang der Warnow.

Praxisbeispiel: Vernetzung von Kanuanbietern in der Mecklenburgischen Kleinseenplatte

Die Mecklenburgische Kleinseenplatte ist eines der wichtigsten Reviere für den kommerziellen Kanutourismus in MV. Ein Erfolgsfaktor ist nicht zuletzt die seit langem gewachsene Netzwerkarbeit innerhalb der Branche. Unter Federführung des für den Tourismus in der Region zuständigen Amtes Mecklenburgische Kleinseenplatte sowie der Nationalparkverwaltung Müritz hat sich das „Kanunetzwerk“ als wichtige Austauschplattform für Anbieter etabliert. Jährlich treffen sich die Akteure zur gemeinsamen Saisonauswertung sowie zur Ideenfindung und Planung neuer Projekte und Angebote. So entstand auch die Idee zum „Winterpaddeln“, einem Ansatz zur Saisonausweitung im Kanutourismus. Aber auch andere wichtige Informationen, bspw. zu Streckensperrungen, Bauarbeiten oder Veranstaltungen, können über das Netzwerk unkompliziert an die Betriebe weitergegeben werden.²⁶

²⁶ Gespräch mit Enrico Hackbarth, Sachgebiet Tourismus & Wirtschaftsförderung des Amtes Mecklenburgische Kleinseenplatte

Angebotsstruktur

SPORTBOOTHÄFEN UND WASSERWAND- DERRASTPLÄTZE



Die vorliegende Studie unterteilt die Hafeninfrastuktur in Mecklenburg-Vorpommern in zwei Hauptsegmente:

- **Sportboothäfen**, dazu zählen
 - Marinas und Yachthäfen, d.h. kommerziell betriebene Sportboothäfen mit einer großen Anzahl an Liegeplätzen und umfassendem Serviceangebot, darunter moderne Ver- und Entsorgungseinrichtungen sowie Kran- und Slipanlagen,
 - Vereinshäfen, die – unabhängig von der angebotenen Infrastruktur oder den Qualitätsstandards – durch ihre Zugehörigkeit zu einem Verein definiert sind,
 - Naturhäfen, die sich meist in naturnaher Umgebung befinden sowie über eine geringe Zahl an Liegeplätzen und eine einfache Infrastruktur verfügen.
- **Wasserwanderrastplätze (WWR)**, also touristisch ausgerichtete Liegeplätze, die vorrangig für Kurzaufenthalte oder Übernachtungen von Wasserwanderern oder Bootsgästen vorgesehen sind. Sie verfügen in der Regel über eine einfache Infrastruktur mit Sanitäranlagen sowie Strom- und Wasserversorgung und können in größere Hafenanlagen integriert sein.

**Überblick über die Hafeninfrastuktur in Mecklenburg-Vorpommern:
Insgesamt 279 Sportboothäfen und Wasserwanderrastplätze mit rund 16.200 Liegeplätzen.**

2024 wurden in Mecklenburg-Vorpommern **279 Sportboothäfen und Wasserwanderrastplätze** erfasst, die sich wie folgt auf die oben genannten Segmente verteilen (Doppeleinteilung von Häfen und WWR möglich):

- 159 Marinas/Yachthäfen,
- 32 Vereinshäfen,
- 12 Naturhäfen und
- 104 WWR.

Bei einer durchschnittlichen Kapazität von etwa 58 Liegeplätzen pro Hafenstandort ergibt sich eine Gesamtanzahl von **rund 16.200 Liegeplätzen in Mecklenburg-Vorpommern**. Zwei Drittel der Liegeplätze sind dabei für Dauerlieger vorgesehen, etwa ein Drittel steht Gastliegern zur Verfügung. Im Vergleich zu Berlin-Brandenburg sind die Häfen in Mecklenburg-Vorpommern etwas kleiner – im Nachbarrevier verfügen die Anlagen über durchschnittlich 66 Liegeplätze.²⁷

Die Standorte verteilen sich nahezu **gleichmäßig auf die Küste** (149 Standorte) **und die Binnengewässer** (130 Standorte), wobei sich rund um die Insel Rügen mit einem Fünftel aller erfassten Häfen und Wasserwanderrastplätze die höchste Konzentration zeigt (59 Standorte). Weitere

²⁷ Projekt M (2024) Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“

räumliche Schwerpunkte sind die Regionen Mecklenburgische Großseen (33), Insel Usedom (29), Müritz-Elde-Wasserstraße/Störkanal (28) und Mecklenburgische Schweiz/Peene (27). In den Revieren Feldberger Seen sowie Schaalsee/Ratzeburger Seen sind hingegen keine Hafenstandorte vorhanden. Auch in den Regionen Tollensesee/Penzliner Seen sowie an der Warnow ist die Anzahl mit jeweils zwei Standorten vergleichsweise gering.

Auch im Hafensegment haben die meisten Anbieter (fast 70 %) **zwischen April und Oktober** geöffnet. Nur etwa jeder achte Hafen betreibt das Geschäft ganzjährig. Die Auslastungswerte sind im Vergleich zu anderen Segmenten erfreulich hoch: Dauerliegeplätze sind zu mehr als 85 % belegt, Gastliegeplätze immerhin zu fast einem Drittel. Entsprechend positiv schätzen die Hafenbetreiber die **Wettbewerbsfähigkeit** Mecklenburg-Vorpommerns ein.

Ein Vergleich mit den Vorgängerstudien fällt an dieser Stelle schwer, da sich aller Wahrscheinlichkeit nach die Erhebungsmethodik stark verändert hat. Zwar lässt sich dies nicht mehr sicher nachvollziehen, dennoch kann vermutet werden, dass in der Studie von 2009 deutlich mehr Standorte, beispielsweise auch öffentliche Anlegestellen, als Häfen eingestuft wurden. Somit ließe sich die Differenz zur aktuellen Erhebung erklären (2009: 350, 2024: 279). Da die Anbieterbefragung für den gleichen Zeitraum auf eine stark gestiegene Nachfrage in den Häfen Mecklenburg-Vorpommerns hindeutet (vgl. Kapitel Nachfrage), ist ein Rückgang der Standorte nicht nachvollziehbar. Zudem zeigt auch der Vergleich mit der Erfassung aus 2014 eine **Ausweitung der Hafenstandorte – zumindest im Binnenland**. Die Zahl stieg von 105 auf 130 Hafenstandorte, und damit um fast 25 %. Vor allem Marinas wurden massiv ausgebaut (+31), aber auch die Zahl der Wasserwanderrastplätze stieg deutlich an (+24). Vereinshäfen hingegen sind in den vergangenen Jahren zunehmend aus der touristischen Nutzung herausgefallen. Ihre Zahl halbierte sich seit 2014 von 33 auf 15 Standorte. Das spiegeln auch Gespräche mit den Vertretern der Branche, die im Rahmen der Studie geführt wurden, wider. Die Verteilung der Dauer- und Gastliegeplätze hat sich seit 2014 nur geringfügig verändert. Auch damals dominierten an den Binnengewässern schon die Dauerliegekapazitäten mit knapp 60 % deutlich gegenüber den Gastliegeplätzen.

Exkurs: Öffentliche Fördermittel für Häfen und Wasserwanderrastplätze in Mecklenburg-Vorpommern

Seit der Wiedervereinigung wurde die gewerbliche wie kommunale Hafeninfrastruktur durch öffentliche Fördermittel in hohem Maße unterstützt. So sind zwischen 1990 und 2024 insgesamt 156 Förderfälle durch die gewerbliche Förderung von Marinas und Sportboothäfen dokumentiert. Die Gesamtinvestitionen belaufen sich auf 260,6 Millionen Euro, wovon 92,8 Millionen Euro als Zuschüsse bereitgestellt wurden. Durch diese Maßnahmen konnten 686 neue Arbeitsplätze geschaffen und 759 Arbeitsplätze gesichert werden.

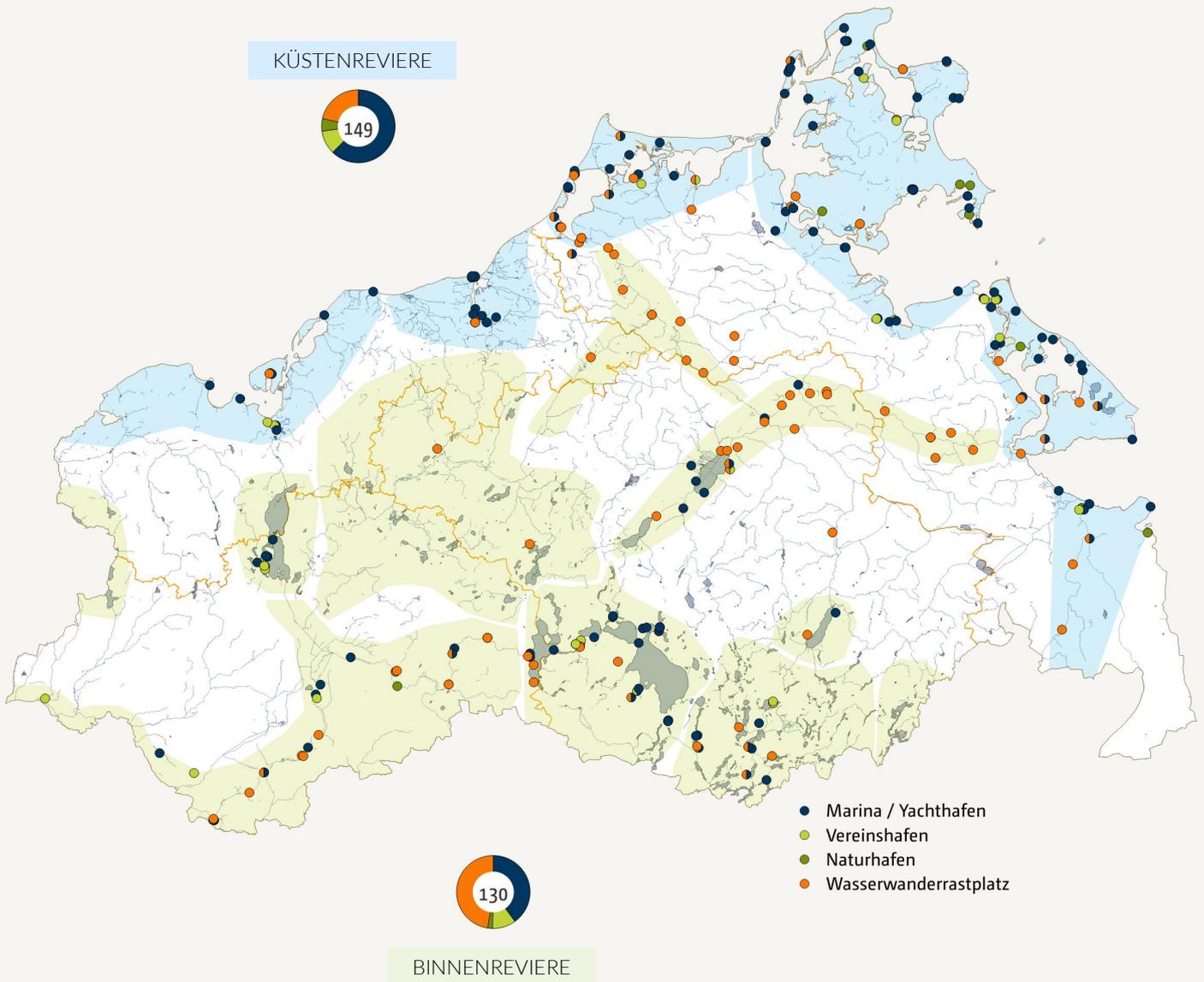
Im gleichen Zeitraum wurden zudem verschiedene Infrastrukturmaßnahmen aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" (GRW) sowie EU-Förderprogrammen (EFRE, ELER) unterstützt. Insgesamt wurden 1,96 Milliarden Euro in touristische Infrastrukturmaßnahmen investiert, wovon 1,38 Milliarden Euro durch Fördermittel finanziert wurden. Der maritime Tourismus erhielt dabei 717 Millionen Euro an Gesamtinvestitionen, davon 575 Millionen Euro gefördert. 41 % der touristischen Infrastrukturfördermittel sind demnach in den maritim-touristischen Ausbau geflossen. Ein Schwerpunkt lag auf der Errichtung, Modernisierung und dem Ausbau von Wasserwanderrastplätzen (WWR), Schiffsanlegern, Häfen, Strandabgängen, Promenaden, Freibädern, Seebrücken und Rettungseinrichtungen. Insgesamt wurden rund 274 Millionen Euro in Wasserwanderrastplätze investiert, bei Gesamtausgaben von 335 Millionen Euro. Diese Maßnahmen trugen wesentlich zur wirtschaftlichen Entwicklung des Wassertourismus und zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur in den betroffenen Regionen bei.

Als Beispiele für maritim-touristische Förderprojekte der vergangenen Jahre sind zu nennen:

- Wasserwanderrastplatz (WWR) Sellin,
- Osthafen Barth,
- Umbau und Erweiterung des Stadthafens Waren (Müritz),
- Errichtung und Erweiterung einer Hafenanlage auf der Mittelmole in Warnemünde mit Bootsanlagestellen, WWR und Sporteinrichtungen,
- Hafenanlage Kaninchenwerder in Schwerin,
- Usedomer-See-Zentrum,
- Errichtung einer Promenade und Modernisierung der Steganlage mit WWR in Dierhagen,
- Koserower Seebrücke.²⁸

²⁸ Zulieferung Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern

Abb. 12: Bestandserfassung
Segment Sportboothäfen und Wasserwanderrastplätze



Segment Häfen/WWR	2024			2014			2009		
	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste
Standorte insgesamt	279	130	149		105		350	201	149
Marinas/Yachthäfen	159	58	101		x		271	154	117
Vereinshäfen	32	15	17	x	33	x	79	45	34
Naturhäfen	12	3	9		x			x	
WWR	104	69	35		45			x	
Dauer-& Gastliegeplätze	ca. 16.200				ca. 7255		ca. 25.000	ca. 11.000	ca. 14.000

Ergänzende Ergebnisse Segment Sportboothäfen und Wasserwanderrastplätze (WWR)

Liegeplätze in Sportboothäfen und WWR in MV

Zahl der Liegeplätze gesamt: ca. 16.200



davon ca. 1/3 Gastliegeplätze
davon ca. 2/3 Dauerliegeplätze

Kosten für einen Liegeplatz in
Marinas/Yachthäfen in MV: **Ø 15,56 Euro**



Binnen

Ø 16,48 Euro
(11,50 Euro – 25,00 Euro)

Küste

Ø 14,73 Euro
(8,00 Euro – 23,00 Euro)

Qualität

(Teilnahme an Zertifizierungssystem
für Marinas und Yachthäfen in MV)



34 der Marinas und Yachthäfen sind mit der
„Gelben Welle“ zertifiziert
(=21% der Marinas und Yachthäfen)

4 Marinas und Yachthäfen, 1 WWR sind mit
der „Blauen Flagge“ zertifiziert
(=3% der Marinas und Yachthäfen)

Quelle: absolutGPS 2025, Bestandserfassung

Herausforderungen

(Top-Themen aus Sicht der Branche | Segment Sportboothäfen und
WWR)

- ➔ Behördliche Auflagen/ Bürokratie
- ➔ Steigende Energiekosten
- ➔ Investitionen in die öffentliche Infrastruktur
- ➔ Digitalisierung
- ➔ Nachhaltigkeit
- ➔ Steigender Qualitätsanspruch

Quelle: absolutGPS 2025, Bestandserfassung

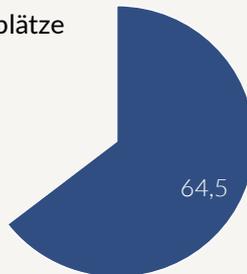
Auslastung

(durchschnittliche Kapazitätsauslastung in Sportboothäfen und WWR in %)

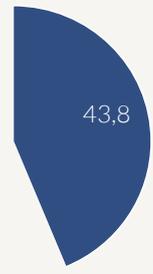
Dauerliegeplätze



Gastliegeplätze

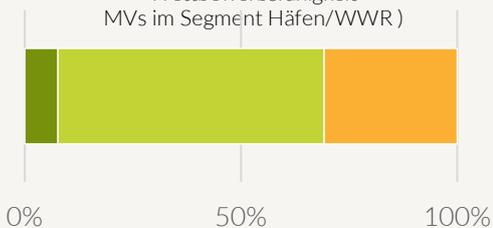


Kurzzeitliegeplätze



Wettbewerbsfähigkeit

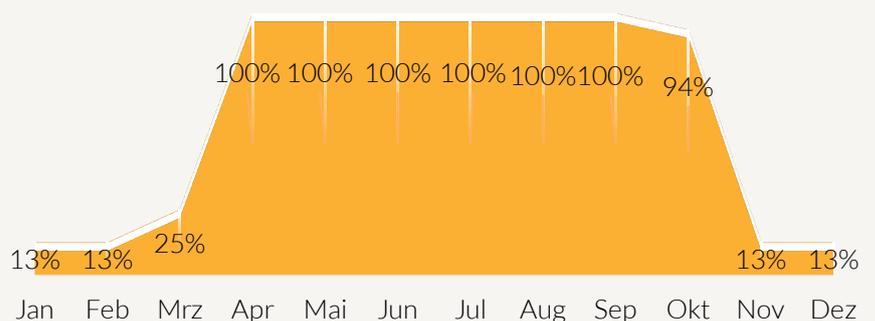
(Einschätzung der Betriebe zur
Wettbewerbsfähigkeit
MVs im Segment Häfen/WWR)



- sehr hohe Wettbewerbsfähigkeit
- hohe Wettbewerbsfähigkeit
- geringe Wettbewerbsfähigkeit

Saisonalität

(Anteil der Betriebe mit Öffnungszeiten im jeweiligen Monat
im Segment Häfen & WWR)

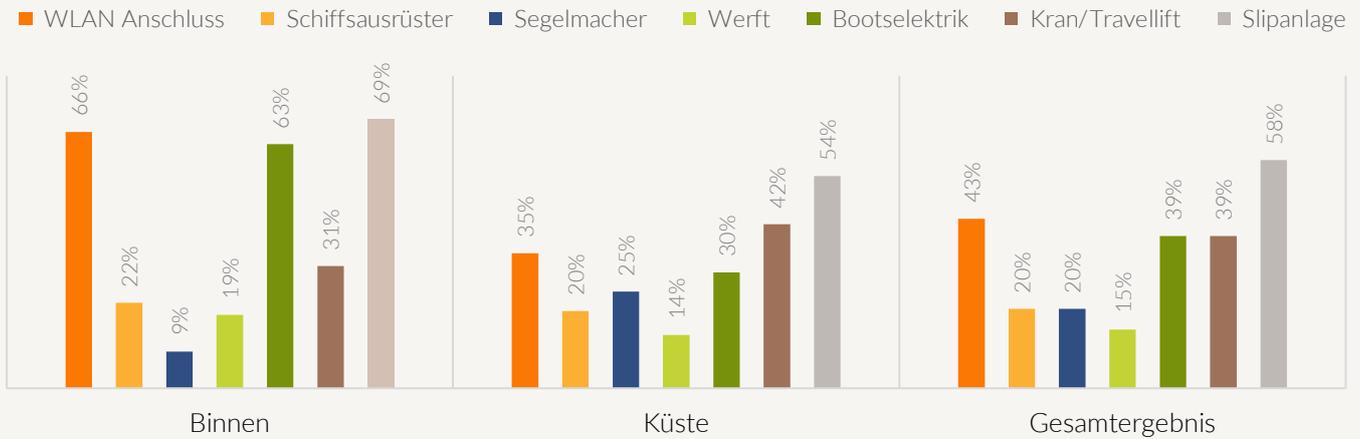


Quelle: dwif 2025, Daten: Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

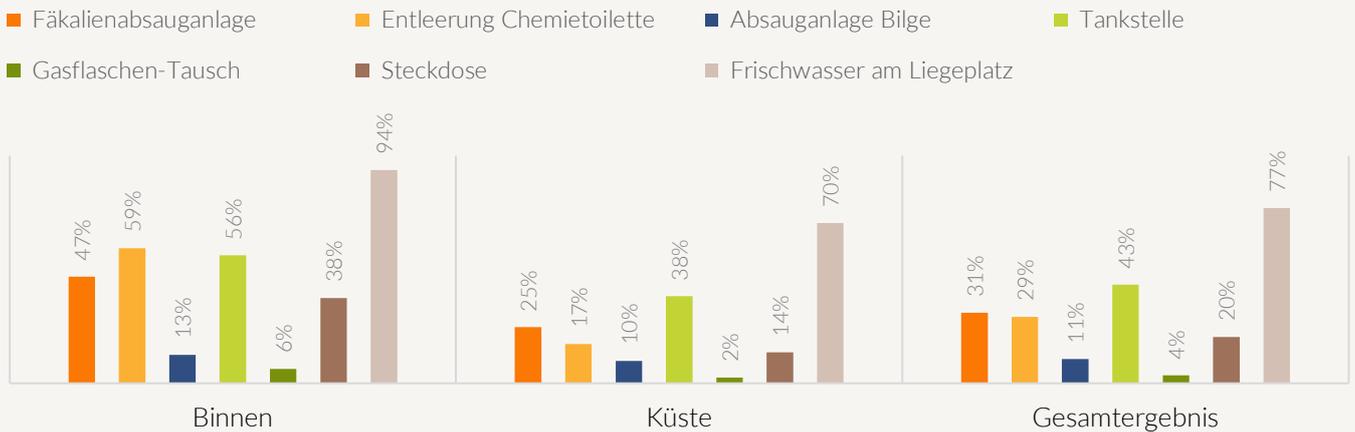
Ergänzende Ergebnisse

Ausstattung von Marinas und Yachthäfen in Mecklenburg-Vorpommern

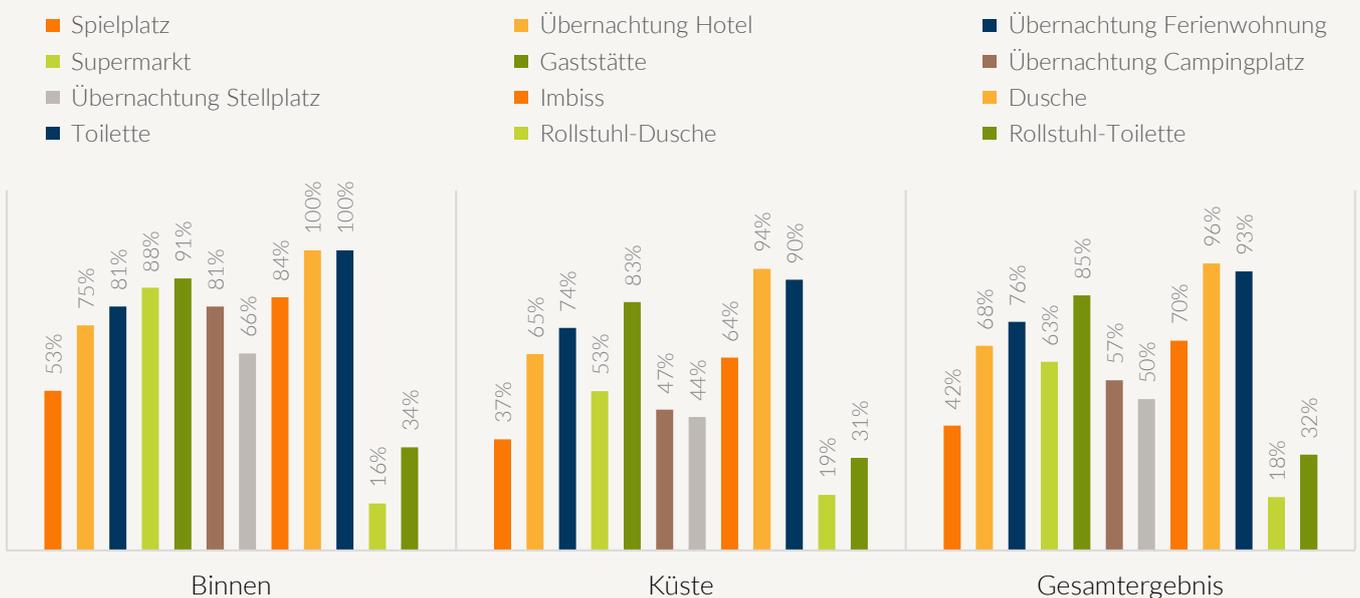
Technische Dienstleistungen



Ver- und Entsorgung



Services am Hafen



Sportboothäfen

Im Segment der Sportboothäfen machen **Marinas und Yachthäfen** mit 159 Standorten den mit Abstand größten Anteil aus. 64 % davon befinden sich in Küstenrevieren, allen voran das Revier Insel Rügen-Stralsund-Greifswald mit 40 Standorten sowie die Insel Usedom mit 20 Standorten. Im Binnenland dominiert die Mecklenburgische Großseenplatte mit 21 Standorten.

Im Rahmen der Bestandserfassung wurden nicht nur Angaben zu den Standorten erhoben, sondern auch zur Ausstattung der Marinas und Yachthäfen.²⁹ Daraus lässt sich ein **detailliertes Bild zum Serviceangebot** zeichnen:

- Nur ein geringer Teil der Häfen verfügt über **Ver- und Entsorgungseinrichtungen**. Während die Frischwasserversorgung noch nahezu flächendeckend zur Verfügung steht und mittlerweile fast die Hälfte der Standorte Treibstoff verkauft, fallen große Lücken bei der Altölentsorgung, Fäkalienabsauganlagen und überraschenderweise auch bei der Stromversorgung direkt am Liegeplatz auf. Gerade letztere ist im Vergleich zu 2009 deutlich zurückgegangen. Für die künftigen Herausforderungen in Bezug auf Elektroantriebe ist das keine gute Botschaft. In den Binnenrevieren (38 %) sind jedoch bei deutlich mehr Häfen als an der Küste (14 %) Steckdosen am Liegeplatz vorhanden. Allgemein ist die Versorgung in den Binnenrevieren besser zu bewerten als an der Küste.
- **Serviceeinrichtungen** wie Toiletten oder Waschräume, aber auch gastronomische Angebote sind in fast jedem Hafen vorhanden. In nur 30 % der Fälle sind die sanitären Einrichtungen allerdings barrierefrei zugänglich. Auch Übernachtungs- und Einkaufsmöglichkeiten stehen den Gästen an einem Großteil der Standorte zur Verfügung, wobei die Häfen in den Binnenrevieren diese Services deutlich mehr aufweisen als die Häfen an der Küste. Etwas seltener findet sich die Möglichkeit zum Bootscharter sowie ein Spielplatz – auch wenn immerhin 4 von 10 Häfen diese Services anbieten.
- Bei den **technischen Dienstleistungen** zeigt sich eine Zunahme der WLAN-Verfügbarkeit seit 2009, die aber noch immer unter 50 % liegt. Mehr als die Hälfte der Marinas bietet ihren Gästen demnach kein kostenfreies Internet am Liegeplatz an. Im Binnenland ist WLAN bei weitaus mehr Häfen (66 %) verfügbar als in den Häfen an der Küste (35 %). Auch der Anteil der Häfen mit einem Bootskran hat leicht zugenommen und liegt bei knapp 40 %. 6 von 10 Häfen bieten zudem eine Slipanlage für kleinere Boote. Während an der Küste mehr Häfen über Bootskrane verfügen, sind in den Binnenrevieren häufiger Slipanlagen zu finden. Werft- und Bootsservices befinden sich hingegen nach wie vor nur in sehr wenigen Häfen in Mecklenburg-Vorpommern. Doch auch hier zeigen sich Unterschiede: In den Binnenrevieren sind doppelt so häufig Bootselektriker in den Häfen vertreten, während an der Küste deutlich mehr Segelmacher ansässig sind. Schiffsausrüster sind in beiden Regionen gleichmäßig verteilt.

²⁹ Quelle: ADAC-Marinaführer

Auch die **Qualitätsorientierung** der Marinas und Yachthäfen ist ausbaufähig: Lediglich 34 Standorte (21 %) sind mit der „Gelben Welle“ zertifiziert. Diese soll nicht ortskundigen Wassertouristen den Weg zu einer geeigneten Anlegestelle weisen und zeigt alle verfügbaren Serviceangebote am Standort auf. Verglichen mit den Küstenrevieren (13) finden sich die meisten Standorte in den Binnenrevieren (21) wieder. Diese sind besonders auf die Reviere der mecklenburgischen Groß- (8) und Kleinseen (3), Müritz-Elde-Wasserstraße und Störkanal (5) und der mecklenburgischen Schweiz (4) verteilt. An der Küste finden sich in den Revieren nicht mehr als vier Standorte mit gelber Welle. Das Umweltzeichen „Blaue Flagge“, welches eine Reihe strenger Kriterien in Bezug auf Umwelt, Bildung, Sicherheit und Zugänglichkeit abprüft, tragen nur vereinzelte Häfen in Mecklenburg-Vorpommern (insgesamt 4, Tendenz rückläufig).

Exkurs: Gütesiegel Blaue Flagge – Zeichen für Umweltqualität in Mecklenburg-Vorpommern

Die Blaue Flagge ist ein internationales Umweltzeichen, das jährlich von der Foundation for Environmental Education (FEE) vergeben und in Deutschland durch die Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung (DGU) betreut wird. Sie wird an Badestellen und Sportboothäfen verliehen, die besonders hohe Anforderungen in den Bereichen Wasserqualität, Umweltmanagement, Sicherheit und Umweltbildung erfüllen.

Im Jahr 2024 konnten sich in Mecklenburg-Vorpommern 27 Badestellen und 5 Sportboothäfen über die Auszeichnung freuen. Damit gehört das Land zu den aktivsten Regionen in Deutschland, wenn es um nachhaltige Qualitätssicherung an Gewässern geht. Viele dieser Orte, wie etwa Kühlungsborn, Zingst, Heringsdorf oder Waren (Müritz), erhalten die Auszeichnung bereits seit vielen Jahren und stehen beispielhaft für langfristiges Engagement in Sachen Umweltschutz.

Auch der wassertouristische Bereich profitiert von der Auszeichnung. Die Blaue Flagge stärkt das Vertrauen von Gästen in die Qualität und Sicherheit der Angebote und unterstreicht den Anspruch des Landes, Natur und Tourismus in Einklang zu bringen.

International gesehen steht Deutschland mit seinen ausgezeichneten Stränden, Marinas und nachhaltigen Tourismusbooten auf Platz 9 von 49 Ländern, die die Blaue Flagge führen. Dies zeigt ein solides Engagement im Bereich des nachhaltigen Tourismus, lässt jedoch im internationalen Vergleich noch Raum für Ausbau und Verbesserung. Länder wie Spanien, Griechenland und die Türkei führen die Liste mit einer höheren Anzahl an ausgezeichneten Standorten an, was darauf hindeutet, dass Deutschland weiteres Potenzial hat, seine Bemühungen im Bereich der nachhaltigen Küsten- und Gewässerbewirtschaftung zu intensivieren.³⁰

Die Qualitätsorientierung zeigt sich auch bei der Gesamtbewertung der Standorte durch die **ADAC-Marina-Klassifikation**.³¹ So erhalten die Marinas in Mecklenburg-Vorpommern sowohl für

³⁰ [Blaue-flagge.de](https://blaue-flagge.de/); tourismus.mv

³¹ Die ADAC-Marina-Klassifikation wird von Experten der Redaktion des ADAC Marinaführers durchgeführt. Ziel der Zertifizierung ist es, Wassersportler eine verlässliche und transparente Orientierungshilfe bei der Auswahl von Sportboothäfen in Europa zu bieten. Bewertet werden die Marinas nach einem einheitlichen Schema in den beiden Hauptkategorien „Technik und

„Technik und Service“ als auch für „Verpflegung und Freizeit“ im Schnitt 2,6 Steuerräder, was einer mittelmäßigen Bewertung zwischen Standardangebot und gehobenem Angebot entspricht.

- Beim Thema „Technik und Service“ schneiden Küste und Binnenland – trotz der oben genannten Unterschiede in der Ausstattung – in etwa gleich ab.
- Hinsichtlich der „Verpflegung und Freizeit“ fallen allerdings Unterschiede auf. Während die Küstenreviere mit einem Durchschnitt von 2,8 Steuerrädern hier relativ gut abschneiden, erreichen die Binnenreviere lediglich einen Mittelwert von 1,8 Steuerrädern, was einem Niveau unterhalb eines Standardangebotes entspricht.

Die Preise für einen Liegeplatz liegen in den Marinas und Yachthäfen Mecklenburg-Vorpommerns bei **durchschnittlich 15,56 Euro**. Dabei ist das Preisniveau in den Küstenrevieren vergleichsweise gering zu den Binnenrevieren: Die Preisspanne der Binnenreviere liegt zwischen 11,50 und 25,00 Euro (durchschnittlich 16,48 €), an der Küste hingegen zwischen 8,00 und 23,00 Euro (durchschnittlich 14,73 €).

Im Gegensatz dazu machen die **Vereins- und Naturhäfen** einen sehr kleinen Teil der Sportboothäfen aus. Die 32 Vereinshäfen verteilen sich gleichmäßig auf Binnen- und Küstenreviere. Die meisten Standorte verteilen sich auf die Insel Rügen mit Stralsund und Greifswald (insgesamt 6), die Mecklenburger Großseen (5) und die Schweriner Seenlandschaft (4). In den vergangenen 15 Jahren haben viele Vereine ihre öffentliche Hafennutzung aufgegeben. Ihre Zahl hat sich sowohl in den Binnen- als auch in den Küstenrevieren seit 2009 mehr als halbiert. Die 12 Naturhäfen hingegen befinden sich zu einem großen Teil an der Küste. Allein die Hälfte aller Standorte konzentriert sich auf das Revier rund um die Insel Rügen. 7 Vereinshäfen und ein Naturhafen sind mit der gelben Welle zertifiziert. Diese sind hauptsächlich in den Binnenrevieren an der Müritz-Elde-Wasserstraße und Störkanal (3), Schweriner Seenlandschaft (2) und mecklenburgischen Schweiz und Peene sowie die Großseen (jeweils 1) vorzufinden. Ausschließlich im Stettiner Haff findet sich an der Küste ein Vereinshafen mit einer gelben Welle.

Service“ sowie „Verpflegung und Freizeit“. Die Bewertung erfolgt in Form eines 5-stufigen Systems mithilfe von Steuerrädern:
0 Steuerräder = Unzureichendes Angebot
1 Steuerräder = Eingeschränktes Angebot
2 Steuerräder = Standard-Angebot
3 Steuerräder = Gehobenes Angebot
4 Steuerräder = Komfortables Angebot
5 Steuerräder = Außergewöhnliches Angebot
(skipper.adac.de/ratgeber-service/die-adac-marina-klassifikation)

Wasserwanderrastplätze (WWR)

Im Gegensatz zu den Sportboothäfen sind Wasserwanderrastplätze vermehrt in den Binnenrevieren zu finden. Insgesamt wurden 104 WWR in MV erfasst, davon liegen zwei Drittel im Binnenland (69 Standorte). Mit Abstand führend ist hier das Revier Mecklenburgische Schweiz/Peene, wo 21 WWR verortet sind. Es folgen die Müritz-Elde-Wasserstraße/Störkanal (16) sowie Fischland-Darß-Zingst (13). 29 Standorte sind mit der gelben Welle gekennzeichnet. In den Küstenrevieren befinden sich je zwei Standorte in Rügen-Stralsund-Greifswald sowie Fischland-Darß-Zingst. Alle anderen liegen in den Binnenrevieren - die meisten davon an der Müritz-Elde-Wasserstraße und am Störkanal (9), in der Mecklenburgischen Schweiz sowie an der Peene (7). Zudem befinden sich in der Schweriner Seenlandschaft, Mecklenburgischen Seenplatte sowie an der Recknitz und Trebel vereinzelt Standorte (jeweils ca. 1-3). Als einziger WWR ist der Standort im Ostseebad Prerow mit der blauen Flagge ausgezeichnet.

Zusammenfassung

Die Hafeninfrastuktur in Mecklenburg-Vorpommern ist breit aufgestellt und reicht von einfachen Wasserwanderrastplätzen und Naturhäfen bis zu Full-Service-Marinas mit breitem Angebot. Insgesamt stehen rund 16.200 Liegeplätze an 279 Standorten zur Verfügung. Hier zeigt sich ein leichter Küstenfokus, insbesondere aufgrund der sehr starken Hafeninfrastuktur rund um die Insel Rügen. Die Wasserwanderrastplätze konzentrieren sich hingegen stärker auf das Binnenland. Besonders viele Standorte finden sich entlang der Peene. In die Hafeninfrastuktur Mecklenburg-Vorpommerns sind in den letzten Jahrzehnten viele öffentliche Fördermittel und private Investitionen geflossen. Insbesondere im Binnenland zeigt sich so auch eine signifikante Zunahme der Standorte – sowohl im Bereich der Marinas als auch der Wasserwanderrastplätze. Allerdings bleibt die Ausstattung der Häfen sowie deren Qualitätsorientierung ausbaufähig. Besonders starke Defizite zeigen sich bei den Ver- und Entsorgungsmöglichkeiten sowie den technischen Dienstleistungen. Der ADAC stuft die Marinas in Mecklenburg-Vorpommern daher nur als mittelmäßig ein,

Exkurs: „5 Anker Connect“

Das Projekt „5 Anker Connect“ bietet eine digitale Plattform, die Akteure im wassertouristischen Sektor vernetzt und ihre Zusammenarbeit über Schnittstellen erleichtert. Die cloudbasierte Lösung unterstützt Charterunternehmen, Agenturen und Hersteller bei der Buchungsabwicklung, Kundenkommunikation und Angebotsverwaltung. Ein zentraler Fokus liegt auf der Digitalisierung und Schaffung von Liegeplätzen. Das übergeordnete Ziel ist es, das wachsende Binnenchartergeschäft effizient zu organisieren und die digitalen Strukturen zu verbessern. Partner des in Berlin ansässigen Unternehmens sind u.a. der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. sowie Charterunternehmen, die in MV tätig sind.³²

³² www.5-anker.com

Angebotsstruktur

WASSERSPORTANBIETER



Zum Segment Wassersport zählen im Rahmen dieser Studie folgende Teilsegmente:

- Segeln (Segelschule, Segelverleih),
- Surfen (Surf- und Kite-Schule, Surf- und Kite-Verleih),
- Wasserski (Wasserskianlage, Wasserskiverleih),
- Tauchen (Tauchbasis/-schule, Tauchausrüstungsverleih),
- Sonstiger Verleih (z.B. Stand Up Paddle, Tretboote).

170 Wassersportanbieter haben ihren Unternehmenssitz in Mecklenburg-Vorpommern, insbesondere Segel- und Surfanbieter.

Über alle Teilsegmente hinweg wurden für die vorliegende Studie 170 Wassersportanbieter mit Sitz in Mecklenburg-Vorpommern erfasst, darunter

- 55 Anbieter aus dem Segelsegment,
- 55 Anbieter aus dem Surfsegment,
- 16 Anbieter aus dem Tauchsegment,
- 15 Anbieter aus dem Wasserskisegment sowie
- 84 Anbieter aus dem SUP-Segment.

(Doppelzuordnungen möglich)

Ein Vergleich zu Berlin-Brandenburg ist nicht möglich, da in der dortigen Studie das Segment Wassersport nicht berücksichtigt wurde.

Das Wassersportangebot findet **zu 56 % an der Küste und zu 44 % im Binnenland** statt. Die Verteilung unterscheidet sich allerdings stark zwischen den Teilsegmenten: Während sich im Segeln, Surfen und Tauchen eine stark ausgeprägte Küstendominanz zeigt, sind Wasserski und Stand-Up-Paddling eher eine Binnenaktivität.

Wassersportanbieter sind in der Regel sehr **unterschiedlich strukturiert**. Mehr als ein Viertel der Betriebe weist weniger als 50.000 Euro jährlichen Umsatz auf, während aber vereinzelt auch umsatzstarke Anbieter mit Umsatzzahlen von über 1.000.000 Euro vorkommen. Dies spiegelt sich auch in einer hohen Spannweite der Kapazitätsauslastung wider – hier werden Werte zwischen 20 und 100 % genannt. Mit durchschnittlichen 58 % steht das Segment insgesamt aber vergleichsweise gut da.

Dabei ist der Wassersport ein sehr **spitzes Saisonprodukt**. Die Monatskurve ist in keinem anderen wassertouristischen Segment so stark auf wenige Monate im Sommer konzentriert. Die Peakphase

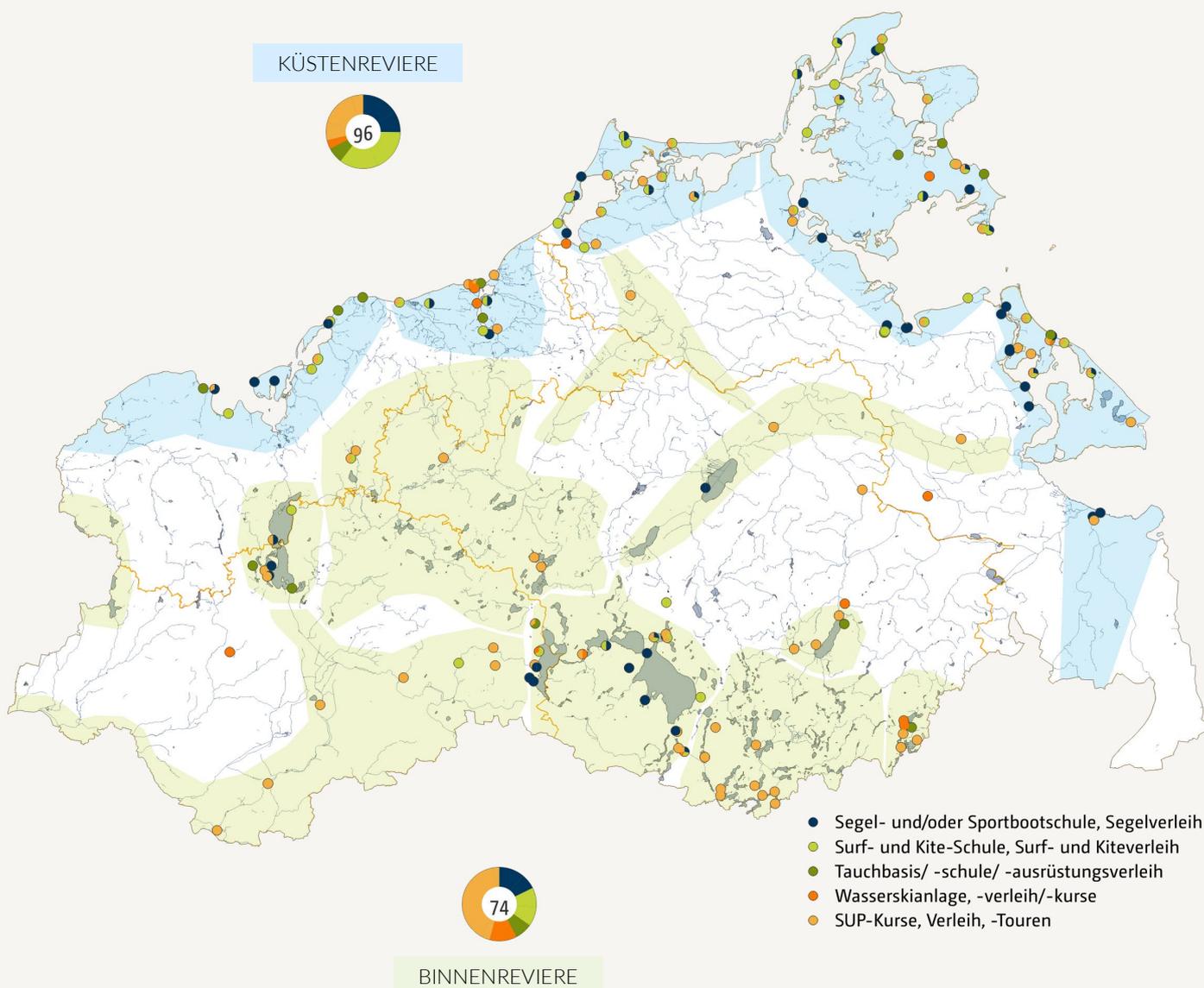
reicht nur von Juni bis September, eine ganzjährige Öffnung gewährleisten nur die allerwenigsten Anbieter. Dies, gekoppelt mit den geringen Umsätzen, spricht dafür, dass der Wassersportbetrieb nur eine Erwerbsquelle von mehreren ist, da sich eine Unternehmung auf dieser Basis nur schwer wirtschaftlich betreiben lässt.

Darüber hinaus ist auch die **Servicequalität** bei vielen Anbietern nicht ausreichend gewährleistet. Das Ergebnis des Mystery Checks weist für die Wassersportbetriebe nur einen Gesamtscore von 3,0 Punkten auf. Ausschlaggebend dafür war nicht zuletzt die lange Antwortzeit, die auch auf die Anfrage in der Vorsaison zurückzuführen ist. Viele Unternehmen waren im März vermutlich noch nicht „back to business“. Aber auch in puncto Vollständigkeit der Antworten sowie Freundlichkeit fällt eine geringe Professionalität im Vergleich zu anderen Segmenten (z.B. Kanu oder Charter) auf.

Auffällig ist jedoch die **sehr gute Bewertung der Wettbewerbsfähigkeit** Mecklenburg-Vorpommerns. Die Eignung für den Wassertourismus wird von den Wassersportanbietern mehrheitlich als hoch eingeschätzt – kein Betrieb hat die Note „kaum wettbewerbsfähig“ vergeben. Vergleicht man diese Einschätzung mit den anderen Segmenten, ist dies das beste Urteil und ein Indiz, dass Mecklenburg-Vorpommern insbesondere im Wassersportgeschäft im Wettbewerb gut mithalten kann.

Vergleicht man die aktuelle Erhebung mit der Wassertourismusstudie von 2009, zeigt sich eine in etwa **gleichbleibende Zahl der Wassersportanbieter** (170 im Vergleich zu damals 177), wobei im Gegensatz zur aktuellen Erhebung kein SUP-Angebot betrachtet wurde. Allerdings waren 2009 Motorbootschulen in die Erfassung integriert. Dementsprechend ist der Vergleich mit der Studie nur bedingt möglich. Gleiches gilt für die Entwicklung in den Binnenrevieren: Im Landeswassertourismuskonzept von 2014 wurden ausschließlich Segel- und Surfschulen (11 Anbieter), Wasserskianlagen (9 Anbieter) und Tauchbasen (6 Anbieter) erfasst. Die Surf- und Segelanbieter haben sich jedoch mit insgesamt 23 Standorten in den Binnenrevieren verdoppelt. Besonders Wingfoiling gilt als Trendsportart und ist mittlerweile in den meisten Surfschulen angekommen. Die Teilsegmente Wasserski und Tauchen haben sich in den Binnenrevieren in den letzten 10 Jahren kaum verändert.

Abb. 13: Bestandserfassung
Segment Wassersport



Segment Wassersport	2024			2014			2009			
	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	
Anbieter insgesamt	170	74	96		k.A.		177	91	59	
Segelverleih	29	8	21		x					
Segelschulen	50	13	37		11					
Surf- & Kiteschulen	53	10	43	x		x				
Surf- & Kiteverleih	49	10	39		x					
Wasserskianlagen	8	5	3		9					
Tauchbasis	16	5	11		6			x		
Tauchverleih	9	4	5							
SUP-Kurse	23	5	18		nicht erfasst					
SUP-Tourenangebot	15	3	12		nicht erfasst					
SUP-Verleih	82	46	36		nicht erfasst					

Ergänzende Ergebnisse Segment Wassersport

Kapazitäten im Wassersport in MV (Anzahl Verleihmaterial)

Wind- und Kitesurfen



Insgesamt: ca. 2.400 Surf-Sets in MV
Ø 27 Sets pro Betrieb

Stand Up Paddling



Insgesamt: ca. 720 Verleihboards in MV
Ø 9 Boards pro Betrieb

Wingfoiling



Ø 9 Foils pro Betrieb

Quelle: absolutGPS 2025, Bestandserfassung

Servicequalität

(Ergebnisse des Mystery Checks im Wassersport)
Durchschnitt über alle angeschriebenen Betriebe | Score von
1 = geringste bis 5 = höchste Punktzahl)

Gesamtscore: 3,0



Vollständigkeit der Antwort: 3,1

Antwortzeit: 3,5

Freundlichkeit & Professionalität: 3,7

Angaben zu weiteren Infos: 1,8

Quelle: absolutGPS 2025, Mystery Checks, n= 49

Herausforderungen

(Top-Themen aus Sicht der Branche | Segment Wassersport)

- ➔ Behördliche Auflagen/ Bürokratie
- ➔ Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen
- ➔ Tourismusakzeptanz/ -bewusstsein
- ➔ Investitionen in öffentliche Infrastruktur
- ➔ Steigende Energiekosten
- ➔ Lobbyarbeit

Auslastung

(durchschnittliche Kapazitätsauslastung
im Segment Wassersport in %)



Umsätze

(Anteil der Betriebe nach Umsatzgrößenklassen im Segment Wassersport)



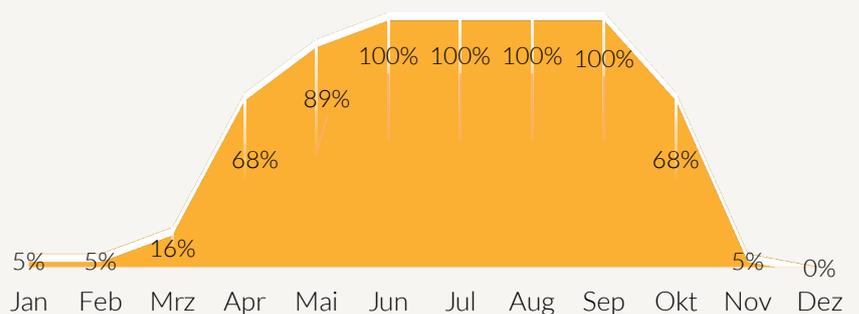
Wettbewerbsfähigkeit

(Einschätzung der Betriebe zur Wettbewerbsfähigkeit
MVs im Segment Wassersport)



Saisonalität

(Anteil der Betriebe mit Öffnungszeiten im jeweiligen Monat
im Segment Wassersport)



Quelle: dwif 2025, Daten: Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

Segeln

Das segeltouristische Angebot umfasst Segelschulen und den Verleih von Segelbooten im Tagesverleih. Die 55 erfassten Unternehmen sind mehrheitlich entweder reine Segelschulen (26) oder haben sowohl Segelkurse als auch Boote zum Verleih im Angebot (24). Mit nur 5 Anbietern sind reine Segelverleihbetriebe die Ausnahme.

Die mit Abstand meisten Segelschulen (37) befinden sich an der Küste, zuvorderst im Revier Insel Rügen-Stralsund-Greifswald mit 15 Anbietern, gefolgt von Usedom (8) und Fischland-Darß-Zingst (5). In den Binnenrevieren ist vor allem die Mecklenburgische Großseenplatte mit 10 Anbietern führend. Andere Binnenreviere weisen nur wenige bis keine Segelanbieter auf. Die Hälfte der Betriebe mit Segelverleih haben daneben auch Surf- und Kite-Equipment im Angebot, etwa ein Drittel auch Kanus oder SUPs.

Surfen

Die insgesamt 55 Surf- und Kiteanbieter in Mecklenburg-Vorpommern sind mehrheitlich sowohl Schule als auch Verleihbetrieb. Neben 47 Unternehmen, die sowohl Kurse als auch Ausrüstungsverleih anbieten, gibt es nur 6 Anbieter, die ausschließlich als Surfschule operieren sowie 2 Anbieter mit ausschließlichem Verleih. Die Verleihbetriebe verfügen dabei durchschnittlich über ca. 27 Windsurf- und 21 Kitesurf-Sets pro Betrieb – das entspricht einer Gesamtkapazität von rund 2.400 Wind- und Kitesurf-Sets. Die allermeisten Surfanbieter verleihen zudem mittlerweile auch SUPs sowie Wingfoiling-Ausrüstung. Mit 8,5 Wing-Foil-Sets sowie 8,8 SUPs pro Betrieb kommen entsprechend weitere Verleihkapazitäten in diesen Trendsportarten hinzu.

Der kommerzielle Surftourismus erfreut sich besonders an der Ostseeküste hoher Beliebtheit. Rund 80 % der Surfunternehmen (43) sind in den Küstenrevieren ansässig. Entsprechend sind auch die offiziell ausgewiesenen Surf-Spots – 90 % der 61 Standorte - mehrheitlich an der Küste vorzufinden. Das Revier Insel Rügen-Stralsund-Greifswald nimmt mit rund einem Drittel der Anbieter (16) sowie mehr als 40 % der Surf-Spots (26) den Spitzenplatz ein. Fischland-Darß-Zingst folgt mit 11 Anbietern und 6 Surf-Spots. Im Binnenland ist – ähnlich wie beim Segelsport – vor allem die Mecklenburgische Großseenplatte relevant. Hier befinden sich 6 Anbieter sowie 3 offizielle Surf-Spots.

Tauchen

Im Vergleich zum Segel- und Surfsegment ist das Tauchangebot in Mecklenburg-Vorpommern begrenzt. Die 16 Tauchanbieter fungieren alle als Tauchbasis/Tauchschule, 9 von ihnen haben außerdem einen Shop oder ein Verleihgeschäft für Tauchausrüstung.

Die Tauchanbieter sind mehrheitlich an der Küste lokalisiert (60 %, 11 Anbieter), die meisten von ihnen rund um die Insel Rügen (5 Anbieter) und in der Wismarer Bucht (3 Anbieter). Im Binnenland befinden sich hingegen insgesamt nur 5 Tauchanbieter – und auch hier nur stark vereinzelt in der Schweriner Seenlandschaft, den Mecklenburgischen Großseen, am Tollensesee/Penzliner Seen

sowie an den Feldberger Seen. Die Hälfte der Wasserportreviere weist keinerlei professionelle Tauchangebote auf.

Wasserski & Wakeboarding

Auch im Wasserski- und Wakeboardsegment verfügt Mecklenburg-Vorpommern über ein geringes Angebotsvolumen. Insgesamt wurden 15 Anbieter erfasst, von denen sich alle mit dem Verleih von Wasserski-/Wakeboard-Equipment befassen. Jedoch nur 8 Anbieter verfügen über eine eigene Anlage zur Ausübung des Sports.

Im Gegensatz zu den anderen Wassersportarten konzentriert sich ein Großteil der Anbieter (60 %) in den Binnenrevieren des Landes. Besonders hervorzuheben ist das Revier Feldberger Seen, das einzige Revier mit zwei Wasserski- und Wakeboardanlagen. Jeweils eine Anlage befindet sich in den Regionen Insel Rügen-Stralsund-Greifswald, Fischland-Darß-Zingst, Rostock/Warnemünde, Tollensesee/Penzliner Seen sowie Mecklenburgische Kleinseen. Die meisten Verleihbetriebe sind an den Mecklenburgischen Großseen sowie in Rostock und Warnemünde (jeweils 3) zu finden.

Stand-Up-Paddling (SUP)

Das SUP-Angebot wurde für die Erfassung in Kurse, Verleih und Touren unterteilt. Mittlerweile gibt es in Mecklenburg-Vorpommern 84 Anbieter, die mindestens eine dieser Dienstleistungen anbieten. Dieses Segment ist also – wenn auch häufig nur im Nebengeschäft – das angebotsseitig größte Wassersportsegment.

Dabei dominiert deutlich der SUP-Verleih. 82 der 84 erfassten SUP-Anbieter verleihen Stand-Up-Paddle-Boards an ihre Gäste. Dabei verfügen sie im Durchschnitt über rund 9 Boards pro Verleihbetrieb. Die geringe Zahl stützt die These, dass der SUP-Verleih in den meisten Fällen nebenbei mitläuft. Das wird auch daraus ersichtlich, dass der Anteil an Segmentkombinationen hier am höchsten ist. So werden SUPs häufig von Kanuunternehmen angeboten, aber auch von Charterbetrieben oder Surfanbietern. Vereinzelt finden sich auch Häfen oder Unternehmensebetriebe, die Boards an Gäste verleihen. Dabei findet der SUP-Verleih häufiger im Binnenland (46 Anbieter) als an der Küste (36 Anbieter) statt. Die meisten Betriebe befinden sich in den Revieren Mecklenburgische Großseen (11), Fischland-Darß-Zingst (10) und Mecklenburgische Kleinseen (9). Alle anderen Regionen – mit Ausnahme des Schaalsees/Ratzeburger Seen – weisen ebenfalls vereinzelte Verleihangebote im SUP-Bereich auf. Insgesamt werden ca. 720 SUPs in Mecklenburg-Vorpommern vermietet.

Das Angebot an SUP-Kursen und -Touren ist im Gegensatz dazu deutlich kleiner und findet sich mit 80 % eher an der Küste. Hier fallen insbesondere die Reviere Insel Rügen-Stralsund-Greifswald (Kursanbieter: 6, Tourenanbieter: 4) sowie Fischland-Darß-Zingst (Kursanbieter: 4, Tourenanbieter: 4) ins Gewicht. Insgesamt bieten in Mecklenburg-Vorpommern 32 Anbieter SUP-Kurse und 15

Anbieter SUP-Touren an. Nur 12 Anbieter haben sowohl Verleih als auch Kurse und/oder Touren im Angebot.

Zusammenfassung

Die Wassersportbranche hat sich in den letzten Jahren weiterentwickelt. Während die Zahl der Gesamtanbieter zwar stabil geblieben ist, haben sich innerhalb des Segmentes die Gewichtungen verschoben. Die angebotsseitig am besten aufgestellten Teilssegmente sind Segeln, Surfen und der SUP-Verleih, während Tauchen sowie Wasserski und Wakeboarding eher als Nischenangebote zu bewerten sind. Die meisten Wassersportaktivitäten konzentrieren sich auf die Küstenregionen, mit Ausnahme des Reviers Mecklenburgische Großseen, das auch im Binnenbereich eine breite Palette an Wassersportmöglichkeiten bietet. Im Wassersport haben sich viele Betriebe verschiedene Standbeine aufgebaut. Dies liegt nicht zuletzt an der sehr kurzen Saison in MV. Zahlreiche Anbieter kombinieren dabei verschiedene (Wasser-)Sportarten und/oder bieten neben dem Kursangebot auch Equipment zum Verleih an. Vor allem SUPs erfreuen sich hoher Beliebtheit. Zudem hat die Trendsportart Wing-Foiling in nahezu allen Surfschulen Einzug gehalten.

Praxisbeispiel: Digitale Technologien für saubere Gewässer und eine lebenswerte Region | Wassersensorik im Projekt „Leben mit meer.seen“

Im Rahmen des Modellprojekts 26 meer.zukunft.seen. wird im Landkreis Vorpommern-Greifswald ein zukunftsweisendes Teilvorhaben umgesetzt: die Maßnahme „Leben mit meer.seen“. Ziel ist es, mit Hilfe moderner digitaler Technologien einen nachhaltigen Umgang mit den natürlichen Wasserressourcen der Region zu fördern. Kern des Projekts ist der systematische Einsatz von Wassersensorik, um die Qualität von Badegewässern und Seen langfristig, präzise und automatisiert zu überwachen.

In enger Zusammenarbeit mit den Fachämtern werden Sensoren in ausgewählten Gewässern installiert, die eine Vielzahl relevanter Parameter erfassen – darunter Wasser- und Lufttemperatur, Sauerstoffgehalt, pH-Wert, elektrische Leitfähigkeit, Sichttiefe, Trübung sowie Konzentrationen von Chlorophyll a und Blaualgen (Phycocyanin). Die kontinuierlich erhobenen Messdaten werden in Echtzeit per Mobilfunk an einen zentralen Server übermittelt. Dort erfolgt die Verarbeitung und Aufbereitung der Informationen, die anschließend über Web Feature Services in die Geoportale der Landkreise integriert werden. Auch Verwaltungsstellen können auf die Daten zugreifen und sie für wasserwirtschaftliche oder umweltrelevante Entscheidungen nutzen.

Ein besonderer Vorteil liegt in der Möglichkeit zur automatisierten Frühwarnung: Bei Überschreitung kritischer Grenzwerte wird sofort ein Warnsignal generiert, das eine schnelle Reaktion auf potenzielle Gefahren – etwa für die Badewasserqualität – ermöglicht. Diese Echtzeitüberwachung bietet nicht nur einen Mehrwert für die öffentliche Gesundheit, sondern auch für den Natur- und Klimaschutz. Neben der technischen Umsetzung steht auch der gesellschaftliche Nutzen im Fokus des Projekts. Die öffentlich zugänglichen Daten tragen dazu bei, das Umweltbewusstsein in der Bevölkerung zu stärken. Gleichzeitig bietet die Maßnahme eine wertvolle Grundlage für Bildungsinitiativen und sensibilisiert Einheimische wie Gäste für ökologische Zusammenhänge. Touristisch ist das Vorhaben ebenfalls relevant: Es schafft Vertrauen in die Sicherheit der Badegewässer und unterstreicht die Qualität der Naturerlebnisse in der Mecklenburgischen Seenplatte.

Langfristig trägt die Maßnahme dazu bei, die Lebensqualität in der Region zu steigern und den natürlichen Reichtum der Landschaft zu bewahren. Sie zeigt beispielhaft, wie digitale Innovationen gezielt zur ökologischen und gesellschaftlichen Weiterentwicklung ländlicher Räume beitragen können. Der Einsatz von Wassersensorik in „Leben mit meer.seen.“ steht somit für ein Zusammenspiel aus Technologie, Nachhaltigkeit und Lebensraumschutz – und ist ein bedeutender Schritt auf dem Weg zu einer klimaresilienten, vernetzten und zukunftsfähigen Region.³³

³³ www.smart-city-dialog.de/wissensspeicher/massnahmen/leben-mit-meerseen

Angebotsstruktur

ANGELTOURISMUS



Der Angeltourismus umfasst verschiedene Dienstleistungsangebote, darunter den

- Verleih von Angelausrüstungen und -booten sowie
- Angebote für Angeltourenanbieter, aber auch
- Verkaufsstellen, in denen Angelkarten, Fischereiabgabemarken und der Touristenfischereisch-ein erworben werden können (siehe Exkurs).

Angeltouristisches Angebotsvolumen in MV: 94 Anbieter, die Boote und Ausrüstung verleihen und/oder Angeltouren anbieten, sowie 436 Verkaufsstellen für Angelberechtigungen

Insgesamt wurden in Mecklenburg-Vorpommern **94 Dienstleister im Angeltourismus** erfasst, davon bieten

- 63 Anbieter Angeltouren an,
- 58 verleihen Angelboote und
- 30 Angelausrüstung.

18 Unternehmen sind in allen drei angeltouristischen Teilsegmenten tätig, weitere 12 haben sowohl Angeltouren als auch den Verleih von Angelbooten im Portfolio. Der **Großteil der Anbieterlandschaft fokussiert sich jedoch ausschließlich auf ein Teilsegment** (insgesamt 64 Anbieter, davon 28 im Bereich Angeltouren, 24 im Bereich Angelbootsverleih und 12 im Bereich Ausrüstungsverleih).

Angeltourismus findet dabei in Mecklenburg-Vorpommern klassisch in den **Binnen- und Küstengewässern** statt. Das vorhandene Angebot ist entsprechend breit verteilt, hat aber mittlerweile einen leichten Schwerpunkt im Landesinneren (50 von 94 Anbietern).

- Das größte Angebot ist dabei an den Mecklenburgischen Groß- (19) und Kleinseen (12) zu finden. Hier ist vor allem der Angelbootverleih stark vertreten.
- An der Küste liegt der Schwerpunkt im Revier Rügen-Stralsund-Greifswald mit 26 angeltouristischen Anbietern. Es dominieren die Angeltouren.
- In nur 2 Revieren (Stettiner Haff/Uecker-Randow, Schaalsee/Ratzeburger Seen) gibt es laut Erfassung kein kommerzielles angeltouristisches Angebot.

Auch im Angeltourismus zählen die meisten Betriebe zu den **Kleinstunternehmen**, das bedeutet, sie weisen einen Jahresumsatz von weniger als 2 Mio. Euro auf. Der Schwerpunkt liegt dabei sogar auf Unternehmen mit weniger als 50.000 Euro Umsatz pro Jahr. Zudem weisen die Angelanbieter im Segmentvergleich das mit Abstand geringste Auslastungsniveau auf. Im Durchschnitt können sie ihre Kapazitäten nur zu 38 % auslasten. Die Saison ist dabei vergleichsweise ausgedehnt.

Einzelne Betriebe sind sogar ganzjährig geöffnet, was sich jedoch mit der Kombination des angeltouristischen Geschäftes mit weiteren Dienstleistungen wie einem Shop oder einem Beherbergungsbetrieb erklären lässt. Insgesamt sprechen die Daten stark dafür, dass viele Angelanbieter ihre Aktivitäten in diesem Segment eher im **Nebenerwerb** anbieten. Vielleicht ist das auch der Grund dafür, dass die Wettbewerbsfähigkeit der Branche in MV nur als mittelmäßig wahrgenommen wird – das Urteil der Angelbetriebe ist zumindest das zweitnegativste im Vergleich aller Segmente (nach Schifffahrt).

Die **Servicequalität im Angeltourismus** ist stark ausbaufähig. Von den im Rahmen des Mystery Checks angeschriebenen 48 Betrieben aus diesem Segment antworten weniger als die Hälfte. Zudem ließ die Qualität der Antworten hinsichtlich der Freundlichkeit und Vollständigkeit der Informationen zu wünschen übrig. Mit einem Gesamtscore von 2,9 fällt die Note im Segmentvergleich hier am schlechtesten aus.

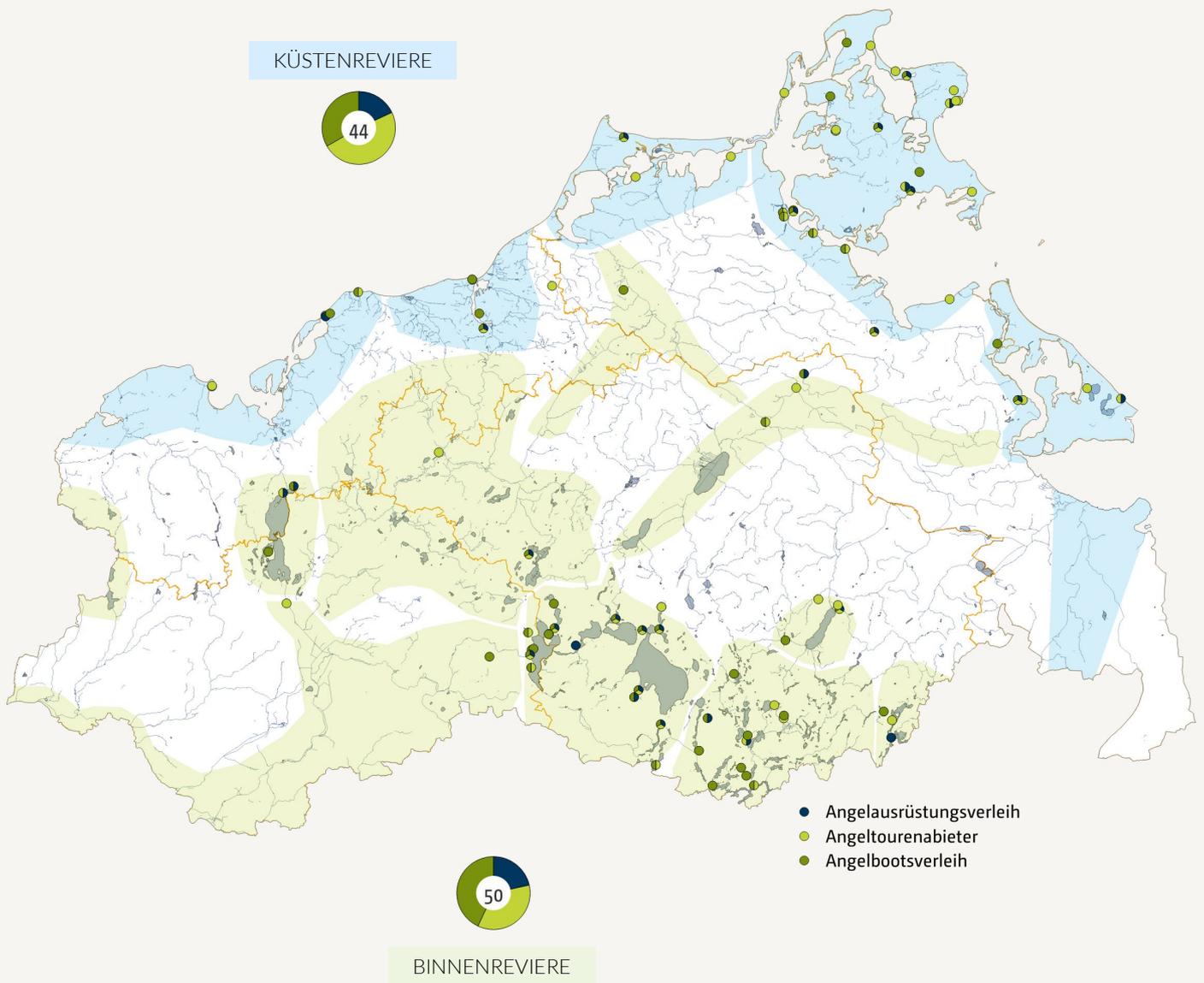
Leider gibt es kein Zertifizierungssystem für angeltouristische Anbieter im engeren Sinn (z.B. Tourenanbieter). Allerdings bietet Mecklenburg-Vorpommern seit vielen Jahren eine **Qualitätsauszeichnung für angelfreundliche Unterkünfte** – das Siegel „Angelurlaub MV – Geprüfte Qualität“. ³⁴ Insgesamt sind 40 Beherbergungsbetriebe zertifiziert, die Zahl ist aber tendenziell eher rückläufig. Die meisten Unterkünfte sind in der Mecklenburgischen Großseenplatte rund um Waren (Müritz) beheimatet, wo auch seitens der Angelanbieter ein deutlicher Schwerpunkt zu erkennen ist. Zudem können sich mittlerweile auch Tourist-Informationen als angelfreundliche Kontaktpunkte auszeichnen lassen. Aktuell nehmen bereits 9 Standorte am System teil. ³⁵

Im Vergleich zur Studie von 2009 zeigt sich ein **deutlicher Rückgang der Anbieterzahlen im Angeltourismus**. Die Zahl der dokumentierten Betriebe ist um rund 60 % gesunken, von damals 220 auf heute nur noch 94. Dabei haben **insbesondere an der Küste** zahlreiche Unternehmen dem Angeltourismusgeschäft den Rücken gekehrt: 2024 wurde weniger als ein Viertel der einstigen Anbieterzahl gezählt. Ein Grund dafür liegt in den dramatisch abnehmenden Fischbeständen in der Ostsee sowie immer höheren Auflagen für die Betriebe. In den **Binnengewässern** zeigt sich hingegen eine **Stabilisierung des angeltouristischen Angebots**. Zudem ist auch das Serviceangebot für individuelle Angelaktivitäten eher größer geworden, was sich unter anderem in der gestiegenen Zahl der Angelbootsverleiher zeigt, zum anderen in den vielen seit 2009 neu hinzugekommenen Verkaufsstellen für den Touristenfischereischein (siehe Exkurs).

³⁴ Das Qualitätssiegel „Angelurlaub MV – Geprüfte Qualität“ kennzeichnet Beherbergungsbetriebe, die sich auf die Bedürfnisse von Angeltouristen spezialisiert haben. Kriterien, die für die Erlangung des Zertifikates erfüllt sein müssen, sind beispielsweise ein verschließbarer Trockenraum für die Angelausrüstung und Kleidung, ein Filetierplatz oder ein ortskundiger Gastgeber, der über Angel-Spots und behördliche Dokumente aufklären kann. Insgesamt drei Jahre darf ein zertifiziertes Unternehmen mit dem Logo werben, bevor eine erneute Überprüfung ansteht. Neben den Beherbergungsbetrieben können sich auch Tourist-Informationen zertifizieren lassen. Mehr Informationen unter qn.tourismus.mv/artikel/angelurlaub-mv-gepruefte-qualitaet

³⁵ www.auf-nach-mv.de/angeln/angelurlaub, qn.tourismus.mv/artikel/angelurlaub-mv-gepruefte-qualitaet

Abb. 14: Bestandserfassung
Segment Angeltourismus



Segment Angeln	2024			2014			2009		
	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste
Anbieter insgesamt	94	50	44		49		220	k.A.	k.A.
Angelshop/-verleih	30	17	13		k.A.				
Angeltourenanbieter	63	28	35	x	23	x		x	
Angelbootsverleiher	58	34	24		26				
Verkaufsstellen Angeln	436	196	240		113		150	k.A.	k.A.

Ergänzende Ergebnisse Segment Angeltourismus

Angelberechtigungen

(Ausgabestellen und Anzahl ausgegebene Touristenfischereischeine)

Ausgabestellen Angelberechtigungen



MV insgesamt: 253

davon Binnenreviere: 138
davon Küstenreviere: 115

Verkaufte Touristenfischereischeine



2005: 4.291
2023: 17.742 **+ 313%**



Quelle: absolutGPS 2025, Bestandserfassung und Zulieferung LALLF

Servicequalität

(Ergebnisse des Mystery Checks im Angeltourismus|
Durchschnitt über alle angeschriebenen Betriebe | Score von
1 = geringste bis 5 = höchste Punktzahl)

Gesamtscore: 2,9



Vollständigkeit der Antwort: 2,8

Antwortzeit: 4,0

Freundlichkeit & Professionalität: 3,5

Angaben zu weiteren Infos: 1,4

Quelle: absolutGPS 2025, Mystery Checks, n= 49

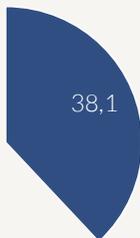
Herausforderungen

(Top-Themen aus Sicht der Branche | Segment Angeltourismus)

- ➔ Behördliche Auflagen/ Bürokratie
- ➔ Tourismusakzeptanz/ -bewusstsein
- ➔ Steigende Energiekosten
- ➔ Nachhaltigkeit
- ➔ Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- ➔ Gästelentkung

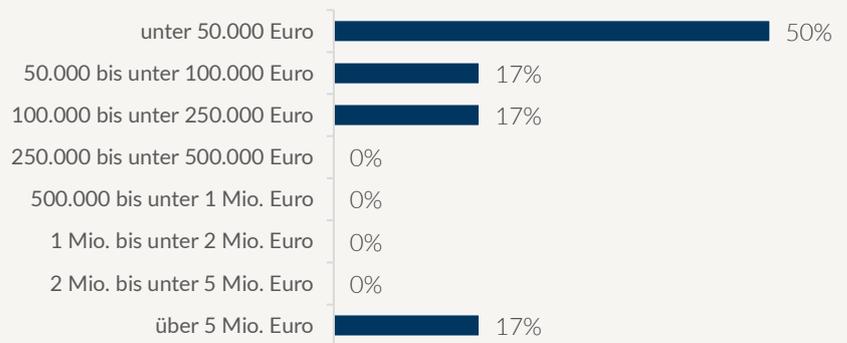
Auslastung

(durchschnittliche Kapazitätsauslastung
im Segment Angeltourismus in %)



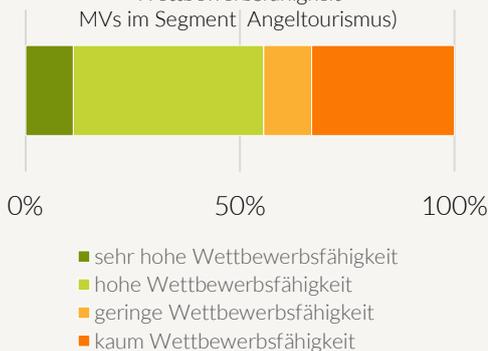
Umsätze

(Anteil der Betriebe nach Umsatzgrößenklassen im Segment Angeltourismus)



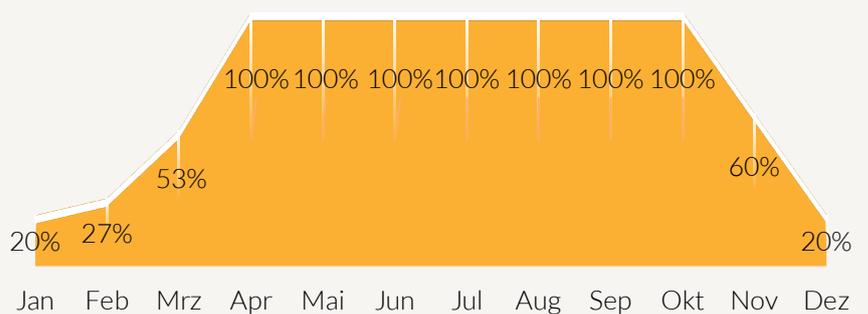
Wettbewerbsfähigkeit

(Einschätzung der Betriebe zur
Wettbewerbsfähigkeit
MVs im Segment Angeltourismus)



Saisonalität

(Anteil der Betriebe mit Öffnungszeiten im jeweiligen Monat
im Segment Angeln)



Quelle: dwif 2025, Daten: Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

Exkurs: Verkaufsstellen und -zahlen für Angelberechtigungen

Ein weiterer Gradmesser für das Volumen im Angeltourismus ist die Zahl der Verkaufsstellen für Angelkarten, Fischereiabgabemarken und Touristenfischereischeine. Im Rahmen der Erhebung wurden insgesamt **436 Verkaufsstellen in MV** erfasst, von denen 216 Angelerlaubnisse für Küstengewässer, 89 Angelkarten und 253 Touristenfischereischeine verkauft. Darüber hinaus gibt es 81 weitere Verkaufsstellen, die sich in anderen Bundesländern befinden.

Für den Tourismus ist besonders der **Touristenfischereischein** von Belang. Er wurde 2005 in MV eingeführt, um Gästen den Einstieg in das Angeln zu erleichtern. Gegen einen Entgeltbetrag von 24,00 Euro (für die Erstaussstellung; bei Verlängerung 13,00 Euro) berechtigt der Touristenfischereischein zum Angeln an den Landesgewässern für bis zu 28 Tage – ohne offiziellen Angelschein. Mecklenburg-Vorpommern war Vorreiter bei der Einführung des Touristenfischereischeins. Mittlerweile gibt es ihn in ähnlicher Form auch in anderen Bundesländern (z.B. Schleswig-Holstein, Brandenburg). Seit Dezember 2024 ist er auch unkompliziert online erhältlich.³⁶

Während sich Verkaufsstellen für Angelerlaubnisse zu 70 % in den Küstenrevieren befinden, gibt es mehr Anlaufpunkte für den Erwerb von Touristenfischereischeinen und Angelkarten im Binnenland. 55 % der Ausgabestellen des Touristenfischereischeins sind in den Binnenrevieren verortet, besonders viele an den Mecklenburgischen Großseen (32) sowie an der Warnow (20). Doch auch die drei Inseln bieten zahlreiche Möglichkeiten für den Erwerb – im Revier Insel Rügen-Stralsund-Greifswald sind es 33, auf Usedom 24 und auf Fischland-Darß-Zingst 23. In den vergangenen 15 Jahren ist die Zahl der Ausgabestellen stark angestiegen. Seit 2019 haben sie sich nahezu verdreifacht. Das steht zwar im Gegensatz zu den rückläufigen Anbieterzahlen, lässt sich aber durch zwei Faktoren erklären:

- Zum einen boomt gerade im Binnenland die Nachfrage nach individuellen Angelerlebnissen, die ganz ohne professionelle Begleitung auskommen, aber dennoch eine Angelberechtigung benötigen.
- Zum anderen sind die Verkaufsstellen häufig mit anderen Dienstleistungen kombiniert (z.B. Angelshop, Tourist-Information, kommunale Verwaltung). Die Ausgabe von Angelberechtigungen ist also ein Service nebenbei – und wurde gerade im öffentlichen Bereich als Dienstleistung zunehmend in den Tourismusservice aufgenommen.

Für eine positive Nachfrageentwicklung spricht auch die Zahl der verkauften Touristenfischereischeine, die sich in den vergangenen Jahren überaus positiv entwickelt hat. Wurden 2005 noch rund 4.300 Scheine ausgegeben, erhöhte sich die Zahl bis 2020 auf knapp 22.000. Das entspricht einer Verfünffachung der Nachfrage. 2021 ging das Niveau allerdings leicht nach unten und liegt seitdem stabil bei etwa 17.700 Touristenfischereischeinen.³⁷

³⁶ www.lallf.de/fischerei/angelfischerei/touristenfischereischein

³⁷ Zulieferung LALLF (Landesamt für Landwirtschaft, Lebensmittelsicherheit und Fischerei Mecklenburg-Vorpommern)

Angeltourenanbieter

Geführte Angeltouren werden sowohl im Binnenland als auch in den Küstenrevieren angeboten. Mit 35 der 63 Anbieter liegt der Fokus allerdings eher auf der Küste, wengleich dort die Zahl der Angebote stark rückläufig ist (siehe oben). Allein 22 Tourenanbieter sind im Revier rund um die Insel Rügen verortet. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Mecklenburgischen Großseenplatte mit 13 Anbietern. Mit weitem Abstand folgen die Reviere Usedom, Wismar/Wismarer Bucht und Mecklenburgische Kleinseen mit je 4 Unternehmen.

Verleih von Angelbooten

Individuelle Angelausflüge mit einem geliehenen Boot werden hingegen eher im Landesinneren unternommen. Hier befinden sich rund 60 % der Verleihbetriebe (34 von insgesamt 58). Besonders die Mecklenburgischen Groß- und Kleinseen bilden mit zusammen 26 Anbietern den Angebotschwerpunkt, davon entfallen 15 Verleihbetriebe auf die großen Seen. An der Küste ist wiederum insbesondere das Revier Insel Rügen-Stralsund-Greifswald von Relevanz. Hier vermieten ebenfalls 15 Unternehmen Boote für individuelle Angeltouren. Weitere Anbieter befinden sich auf Usedom und Wismar (jeweils 4 Betriebe) sowie auf Fischland-Darß-Zingst (3).

Verleih von Angelausrüstung

Auch für den Verleih von Angelausrüstung ist das Angebot im Binnenland (17 Betriebe) größer als an der Küste (13). Allein an den Mecklenburgischen Großseen gibt es 9 Anbieter, im Revier Insel Rügen-Stralsund-Greifswald 8 Anbieter. Kein Ausrüstungsverleih befindet sich an der Recknitz und Trebel, entlang der Müritz-Elde-Wasserstraße, im Stettiner Haff, am Schaalsee sowie in der Mecklenburgischen Schweiz. In den verbleibenden Revieren befinden sich je 1 bis 2 Verleihshops.

Zusammenfassung

Der Angeltourismus in Mecklenburg-Vorpommern ist relativ breit aufgestellt, konzentriert sich jedoch auf wenige Regionen – insbesondere Rügen und die beiden Nachbar(halb)inseln sowie die großen Seen im Binnenland. Allerdings ist das angeltouristische Angebot an der Küste aufgrund zurückgehender Fischbestände seit Jahren stark rückläufig – das betrifft vor allem die professionellen Tourenanbieter. In den Binnenrevieren hingegen ist das Touren- und Verleihgeschäft weitgehend stabil bis steigend. Zudem ist eine immer stärkere Individualisierung von Angelaktivitäten festzustellen. Ein Hinweis darauf ist nicht zuletzt auch die beachtliche Entwicklung im Bereich der Touristenfischereischeine.

Angebotsstruktur

WASSERBEZOGENE VERANSTALTUNGEN



Entlang der Wasserflächen in Mecklenburg-Vorpommern gibt es verschiedene wasserbezogene Veranstaltungen. Für diese Studie wurden unterschiedliche Typen an Veranstaltungen erfasst:

- Großveranstaltungen,
- Hafenfeste,
- Regatten,
- Sonstige Veranstaltungen.

Fast 180 wasserbezogene Veranstaltungen finden pro Jahr in MV statt. Die meisten sind Regatten. Seit der Corona-Pandemie ist ihre Zahl stark gesunken.

Für 2024 wurden **179 Veranstaltungen mit starkem Wasserbezug** in Mecklenburg-Vorpommern erfasst. Darunter folgende 5 Großveranstaltungen:

- Warnemünder Woche (ca. 700.000 Besucher),
- Hanse Sail (ca. 500.000 Besucher),
- Müritz Sail (ca. 60.000 Besucher),
- Fischerfest Gaffelrigg (ca. 50.000 Besucher),
- Rügener Hafentage (ca. 50.000 Besucher).

Den Großteil der Veranstaltungen machen **Regatten** aus (insgesamt 117). Zudem befinden sich in der Liste noch 27 Hafenfeste und 31 weitere Veranstaltungen. Hinzu kommen weitere Veranstaltungen, die von den wassertouristischen Betrieben, beispielsweise Wassersportschulen oder Charterunternehmen, organisiert werden. Dies können unter anderem Strandfeste, Wettbewerbe oder Feste zu speziellen Anlässen sein.

Auffällig ist, dass alle größeren Veranstaltungen an der Küste stattfinden – mit Ausnahme der Müritz Sail, die als einziges Großevent an einem Binnengewässer ausgetragen wird. Hinsichtlich der Gesamtzahl aller wasserbezogenen Veranstaltungen stellt sich die **Verteilung zwischen Küste und Binnenland hingegen sehr ausgeglichen** dar (Küste: 54 %, Binnen: 46 %).

- Küstenreviere mit besonders vielen Veranstaltungen sind Rostock und Warnemünde mit 27, Rügen, Stralsund und der Greifswalder Bodden mit 24 und Fischland-Darß-Zingst mit 18 Veranstaltungen.
- Im Binnenland finden sich die meisten Events an den Schweriner Seen (27), gefolgt von den Mecklenburgischen Großseen (18) und der Warnow (14).

Vergleicht man die Zahl der wasserbezogenen Veranstaltungen mit den Vorstudien, so zeigt sich ein **deutlicher Rückgang**. Gegenüber 2009 - als noch 270 Veranstaltungen mit Wasserbezug in

Mecklenburg-Vorpommern gezählt wurden - ist die Zahl um rund ein Drittel gesunken. Ein möglicher Grund ist die Zeit der Corona-Pandemie, in der die meisten Veranstaltungen ausfallen mussten oder nur mit starken Auflagen stattfinden konnten. Nach der Krise sind viele Veranstaltungen offensichtlich dauerhaft aus dem Veranstaltungskalender verschwunden. 2014 wurden keine wassertouristischen Veranstaltungen erfasst, weshalb ein direkter Vergleich für diesen Zeitraum nicht möglich ist.

Zusammenfassung

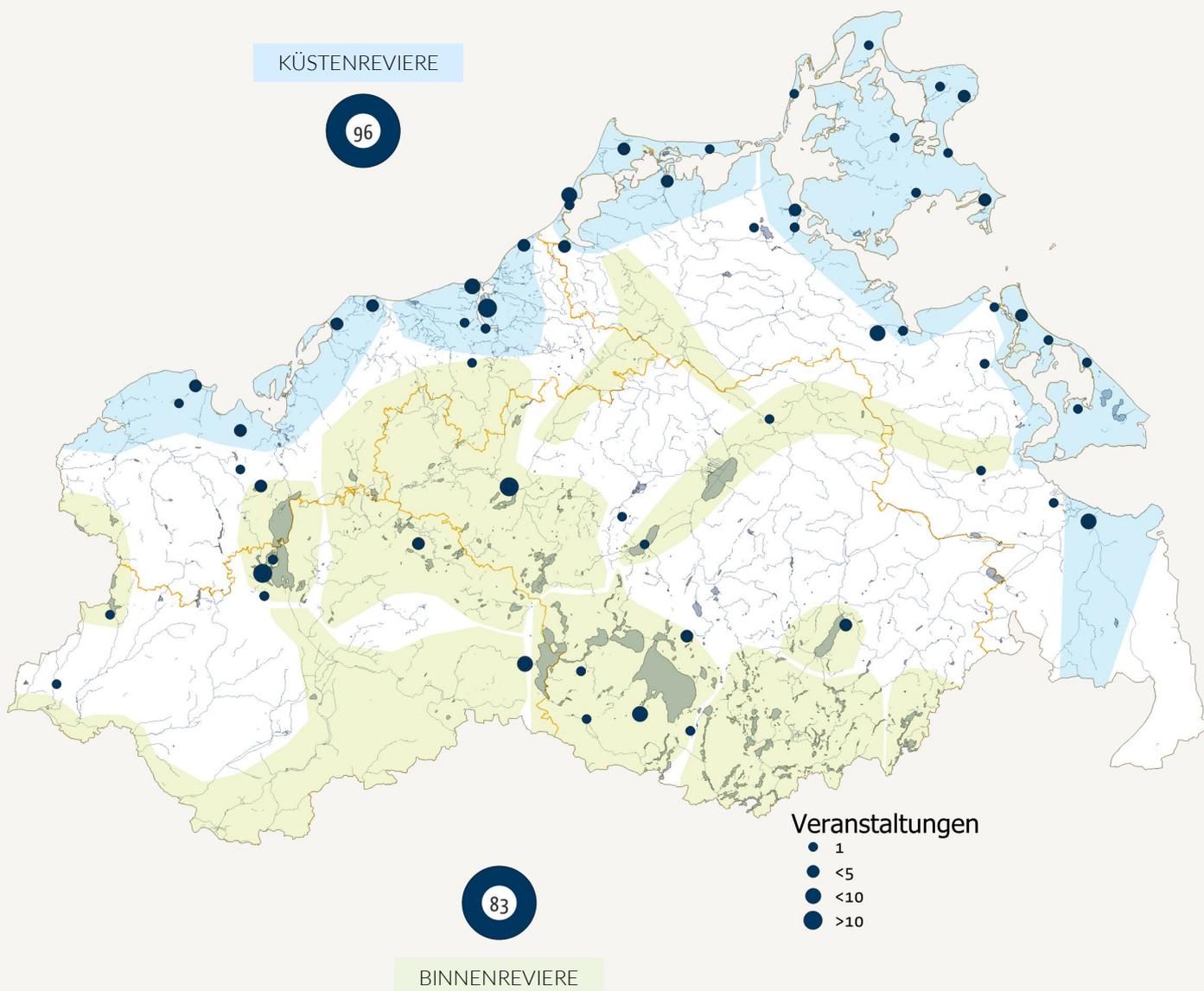
Zum Wassertourismus im weiteren Sinne zählen auch Veranstaltungen, die einen starken Wasserbezug aufweisen. 2024 gab es fast 180 solcher Events, die meisten davon in Form von Wassersportregatten. Besonders nennenswert und imageprägend für Mecklenburg-Vorpommern sind die 5 Großveranstaltungen (Warnemünder Woche, Hanse Sail, Müritz Sail, Fischerfest Greifswald und die Rügener Hafentage). Allerdings ist dieses Segment eher rückläufig – nicht zuletzt, da viele Veranstaltungen nach der Corona-Pandemie nicht wieder neu organisiert wurden. So ist die Zahl der wasserbezogenen Events seit 2009 um ein Drittel zurückgegangen.

Praxisbeispiel: Müritz Rundum – Nachhaltig mobil im Urlaub

Das Angebot MÜRITZ rundum besteht seit 2012 und ermöglicht eine umweltfreundliche Erkundung der Müritzregion mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Seit 2018 können Übernachtungsgäste in Waren (Müritz), Klink, Röbel/Müritz, Rechlin und Kargow das Angebot kostenfrei nutzen, wenn ihre Unterkunft an das System angeschlossen ist. In der Hauptsaison vom 1. April bis 31. Oktober erhalten sie eine Gästekarte, mit der Busverbindungen rund um die Müritz sowie der Stadtverkehr in Waren und Röbel genutzt werden können. Auch Tagesgäste profitieren vom Müritz-Nationalpark-Ticket, das eine flexible und preiswerte Nutzung von Bus und Bahn ermöglicht. So lässt sich die vielfältige Natur der Mecklenburgischen Seenplatte bequem, klimafreundlich und ohne Auto entdecken.³⁸

³⁸ <https://www.muertiz-rundum.de/>

Abb. 15: Bestandserfassung
Segment Wasserbezogene Veranstaltungen



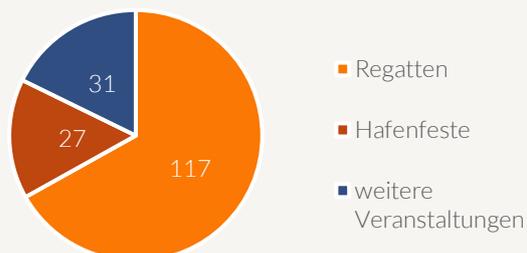
Segment Wassertouristische Veranstaltungen	2024			2014			2009		
	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste	gesamt	Binnen	Küste
Veranstaltungen insgesamt	179	83	96	nicht erfasst			270	x	Fokus

Fünf Großveranstaltungen



- Warnemünder Woche (ca. 700.000 Besucher)
- Hanse Sail (ca. 500.000 Besucher)
- Müritz Sail (ca. 60.000 Besucher)
- Fischerfest Gaffelrigg (ca. 50.000 Besucher)
- Rügener Hafentage (ca. 50.000 Besucher)

Art der wasserbezogenen Veranstaltung



III. WASSERTOURISTISCHE NACHFRAGE

Zur Ermittlung der wirtschaftlichen Effekte im Wassertourismus ist neben angebotsseitigen Kennzahlen auch das Volumen und die Struktur der wassertouristischen Nachfrage von entscheidender Bedeutung. Allerdings liegen dazu keine vollumfänglichen Daten vor.

Um eine **Annäherung an die Nachfragesituation im Wassertourismus** in Mecklenburg-Vorpommern zu erzielen, wurden daher im Rahmen der vorliegenden Studie verschiedene Datenquellen gesichtet und zusammengestellt. Da zu den einzelnen wassertouristischen Segmenten nur teilweise Detailstatistiken verfügbar sind, bestand die Notwendigkeit einer stärkeren Aggregation.

Im Folgenden sind die Ergebnisse differenziert nach den folgenden Segmenten ausgeführt:

- die Schifffahrt als wassertouristisches Segment im weiteren Sinne,
- die weiteren wassertouristischen Segmente als Wassertourismus im engeren Sinn.

Dazu geht die Studie in beiden Teilkapiteln zunächst auf ausgewählte Daten zum Wassertourismus in Deutschland insgesamt ein, um anschließend in das wassertouristische Nachfragevolumen in Mecklenburg-Vorpommern einzutauchen.

Hier kommen zahlreiche unterschiedliche Datenquellen zum Einsatz, aus denen teils exklusiv für diese Studie Sonderauswertungen angefertigt wurden. Dazu zählen insbesondere:

- die Gästebefragung für Mecklenburg-Vorpommern 2022/23: Aussagen für die Teilsegmente Schifffahrt sowie Wassersport (mit und ohne Motor sowie Angeln),
- die Studienreihe Destination Brand: Auswertungen zum Interessenpotenzial im Wassertourismus und der Bedeutung wassertouristischer Infrastrukturelemente für die Reiseentscheidung deutschlandweit sowie zur Themeneignung Mecklenburg-Vorpommerns für das Erlebnis auf und am Wasser,
- die Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse: Häufigkeit der Ausübung einzelner Wassersportaktivitäten in Deutschland im Zeitvergleich,
- die Befragung der wassertouristischen Betriebe in Mecklenburg-Vorpommern: Aussagen zu Nachfragevolumen und -entwicklung in einzelnen wassertouristischen Segmenten in MV.

Die Ableitung des Nachfragevolumens aus den nachfolgend abgebildeten Daten und Studien ist in Kapitel 5 im Rahmen der Ermittlung der wirtschaftlichen Effekte dokumentiert.

Nachfrage

SCHIFFFAHRT (FAHRGAST- & TRADITIONSSCHIFFFAHRT)



Fokus Deutschland

Die Fahrgastschiffahrt zählt zu den **beliebtesten Wassertourismusaktivitäten in Deutschland**. Ein Grund liegt in der leichten Zugänglichkeit: Eine Fahrt mit dem Ausflugsschiff können grundsätzlich alle Gäste unternehmen – unabhängig von Vorkenntnissen, Ausrüstung oder Alter. So fand bereits die bundesweite Wassertourismusstudie im Jahr 2012 heraus, dass rund 60 % der Deutschen bereits eine Fahrt mit einem Fahrgastschiff unternommen hatten und weitere 67 % einen solchen Ausflug für die nächsten fünf Jahre planten.³⁹

Im Jahr 2019 zählte die Ausflugsschiffahrt in Deutschland Schätzungen zufolge **34 Mio. Passagiere pro Jahr**.⁴⁰ Zwar hat die Nachfrage in der Fahrgastschiffahrt aufgrund der Beschränkungen durch die Corona-Pandemie stark gelitten, dennoch ist davon auszugehen, dass das Segment sich mittlerweile wieder von der Krise erholt hat. Insbesondere im Städtetourismus bildet die Fahrgastschiffahrt einen wichtigen Wirtschaftsfaktor. In Berlin unternehmen beispielsweise 11 % der inländischen und 9 % der ausländischen Gäste während ihres Urlaubs eine Fahrt mit einem Ausflugsschiff durch die Stadt – ein ähnlicher Prozentwert wie vor der Pandemie.⁴¹ Und auch in vielen anderen deutschen wie europäischen Metropolen am Wasser, ebenso wie auf den großen Flüssen Elbe, Mosel, Rhein und Trave ist ein Tagesausflug mit einem Personenschiff eine beliebte Urlaubstätigkeit.⁴²

Eine Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie aus dem Jahr 2016 attestiert der Ausflugsschiffahrt durchaus Nachfragepotenziale. Demnach seien Nachfragezuwächse aber in erster Linie durch entsprechende Zielgruppenerweiterung auf Basis neuer Angebote wie die partielle Modernisierung der Schiffsflotten, innovative Schiffstypen (z. B. Solarkatamarane, Panoramaschiffe), eine Umrüstung auf Barrierefreiheit oder innovative Angebotsstrukturen (gastronomische, kulturelle und sonstige Angebote) möglich.⁴³

Fokus Mecklenburg-Vorpommern

Eine Schiffs- oder Bootstour zu unternehmen zählt unter Urlaubern auch in Mecklenburg-Vorpommern zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten. 39 % der Gäste sind in Ihrem Urlaub mindestens einmal mit dem Fahrgastschiff unterwegs, nur sehr wenige davon allerdings häufiger (4 %). Das entspricht Platz 10 aller genannten Urlaubsaktivitäten. Die Fahrgastschiffahrt ist demnach ein **elementares Zusatzangebot für den MV-Tourismus**, in aller Regel aber kein eigener Reiseanlass (anders als der Wassertourismus im engeren Sinn). Besonders häufig gehen die Gäste auf Fischland-Darß-Zingst (44 %) und in der Mecklenburgischen Seenplatte (51 %) auf Schiffstour.⁴⁴

Laut der Gästebefragung MV 22/23 – Sonderauswertung sind Gäste, die mindestens eine Schiffs-tour im Rahmen ihres Urlaubes unternehmen, ...

³⁹ RA Online 5/2011, zitiert in Wassertourismus in Deutschland

⁴⁰ Zentralkommission für die Rheinschiffahrt (2019) „Jahresbericht Europäische Binnenschiffahrt, Marktbeobachtung“

⁴¹ Visit Berlin (2023/24) „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Auswertung für Berlin 2023/2024“

⁴² Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016) „Die wirtschaftlichen Potenziale des Wassertourismus in Deutschland“

⁴³ Ebd.

⁴⁴ Gästebefragung MV, 2022/23

- überdurchschnittlich häufig als Paare (zu zweit) unterwegs (57 % vs. 55 %) und seltener mit Kindern (21 % vs. 25 %).
- kommen hauptsächlich wegen der Seen (70 %), der Ruhe und den Erholungsmöglichkeiten (63 %), wegen der Natur (73 %), den Möglichkeiten zur Tierbeobachtung (32 %) sowie der maritimen Tradition (42 %) nach MV.
- reisen vergleichsweise häufig mit der Bahn an (17 % vs. 11 %).
- übernachten häufiger im Hotel als andere Gäste (35 % vs. 23 %), dafür deutlich seltener in Ferienwohnungen/-häusern (36 % vs. 52 %).⁴⁵

Neben den Urlaubsgästen spielt auch der Tagesausflugsverkehr eine große Rolle für die Fahrgastschifffahrt. Mit fast 40 % ist der **Anteil der Gäste aus Mecklenburg-Vorpommern** deutlich höher als in anderen Wassertourismussegmenten, wo er zwischen 25 und 30 % liegt.⁴⁶

Die **Nachfrageentwicklung** in der Ausflugsschifffahrt in Mecklenburg-Vorpommern stellt sich **relativ stabil** dar. Zwar fielen die Passagierzuwächse in den Jahren 2014 bis 2019 nicht ganz so positiv aus wie in den anderen Segmenten, dafür scheinen die Reedereien vergleichsweise gut durch die Pandemie gekommen zu sein. Immerhin knapp die Hälfte der Betriebe verzeichnete auch zwischen 2019 und 2023 leicht bis deutlich gestiegene Gästezahlen.⁴⁷ Ursache dafür war zum einen die sehr schnelle Erholung des MV-Tourismus insgesamt – vor allem im Vergleich zu vielen Städtedestinationen – sowie die hohe Bedeutung des einheimischen Quellmarkts, der in der Pandemie noch häufiger als ohnehin schon einen Ausflug im eigenen Land unternommen haben dürfte. Im Nachbarland Brandenburg ist die von den Unternehmen wahrgenommene Nachfrageentwicklung seit 2024 deutlich negativer. Hier geben 40 % der Reedereien rückläufige Gästezahlen an – insbesondere im Bereich der Event- und Charterfahrten.⁴⁸

Allerdings nimmt die Wachstumskurve auch in Mecklenburg-Vorpommern seit 2021 spürbar ab. Und auch die **Prognosen für die nächsten Jahre** fallen seitens der Branche verhalten aus. Nur noch gut ein Fünftel der Reedereien erwartet leicht steigende Passagierzahlen, keine einzige jedoch deutliche Nachfragezuwächse.⁴⁹

⁴⁵ Gästebefragung MV 22/23 – Sonderauswertung

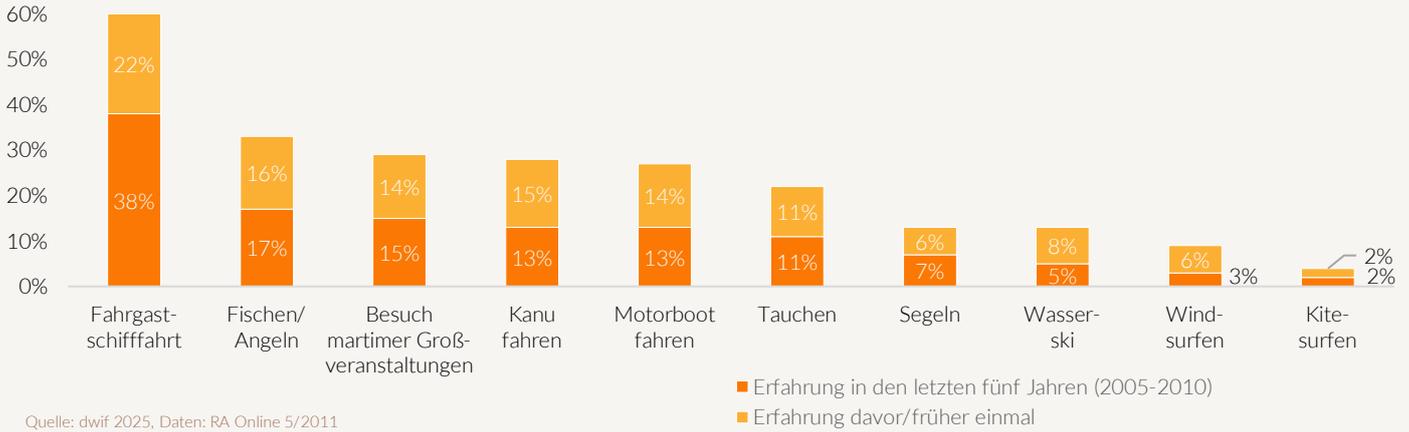
⁴⁶ dwif 2025, Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

⁴⁷ Ebd.

⁴⁸ Projekt M (2024) Studie „Wirtschaftliche Effekte im Wassertourismus in Berlin und Brandenburg“

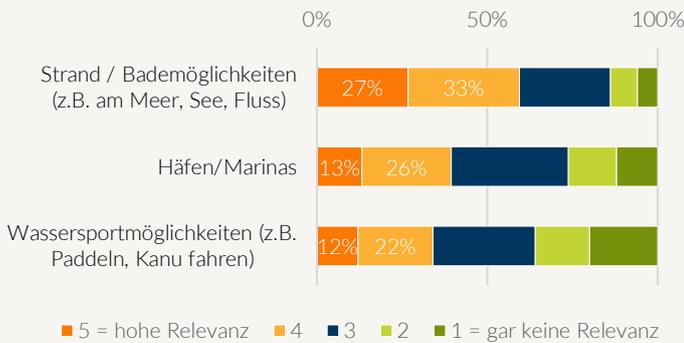
⁴⁹ Ebd.

Abb. 16: Wassertouristische Nachfrage in Deutschland



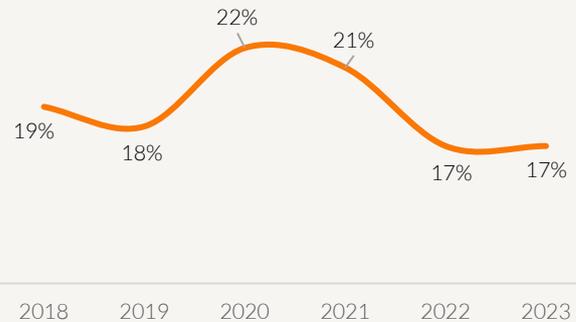
Relevanz wassertouristischer Angebote und Infrastrukturelemente

(Relevanz für die Reisezielentscheidung für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung (unabhängig von einem bestimmten Reiseziel))



Aktivitäten am/im/auf dem Wasser auf Urlaubsreisen der Deutschen

(Entwicklung des Anteilswertes an allen Urlaubsreisen der Deutschen)



Entwicklung der Sportbootführerscheine in Deutschland



Alter der Wassersportler in Deutschland (Mittelwert)



Häufigkeit der Sportausübung wassertouristischer Aktivitäten im Zeitvergleich

(Basis: deutsche Gesamtbevölkerung, Gesamtzahl in Mio. in den Kategorien „Das mache ich häufig“ & „Das mache ich ab und zu,“)

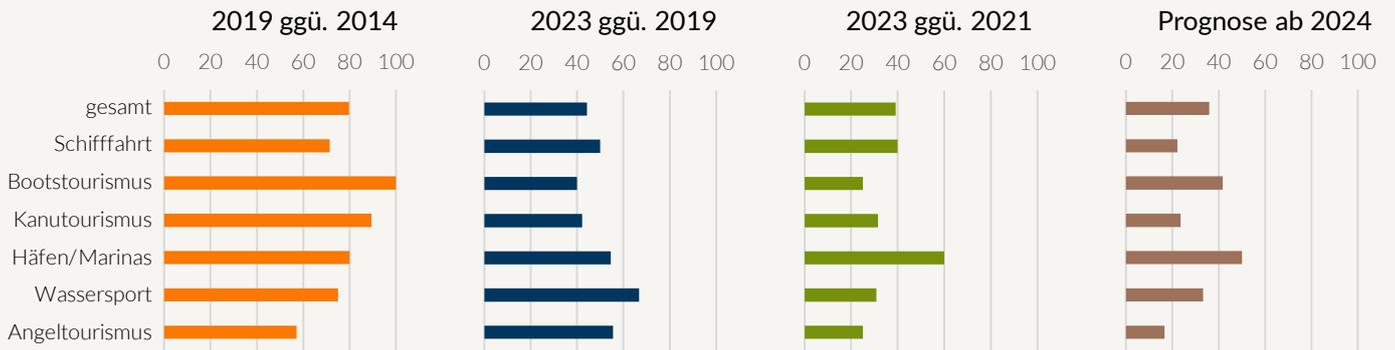
	Tauchen	Angeln	Motorboot fahren	Segeln	Surfen	SUP*
2014	6,19	5,18	3,07	2,77	2,14	-
2024	5,17	6,97	3,87	3,51	3,12	7,67
2024 ggü. 2014	-1,02	1,79	0,80	0,74	0,98	./.

Quelle: IfD Allensbach, AWA - Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2014-2024; * SUP 2024 erstmals erhoben

Abb. 17: Wassertouristische Nachfrage in Mecklenburg-Vorpommern

Nachfrageentwicklung aus Anbietersicht

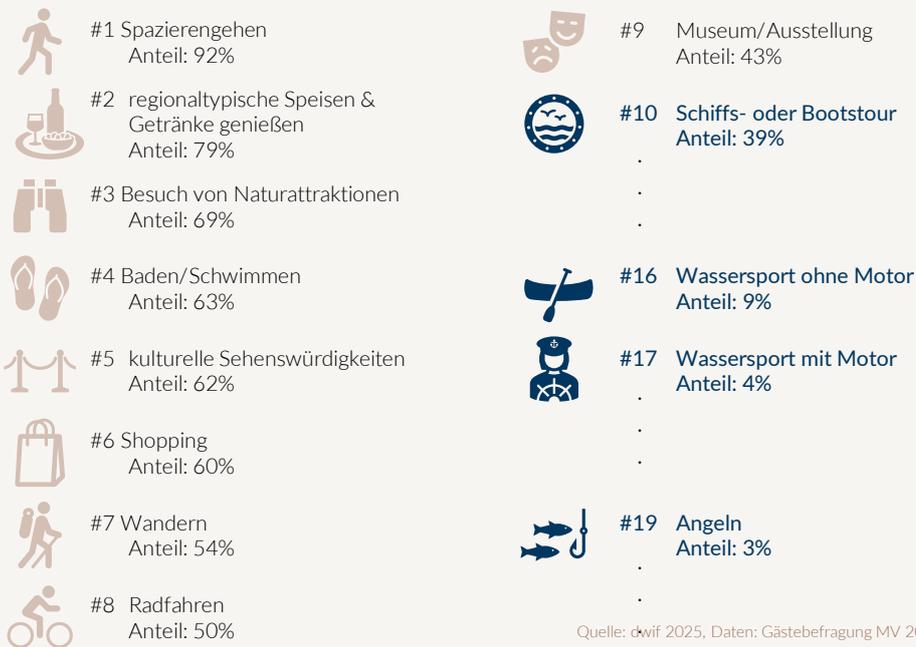
(Anteil der Betriebe mit deutlich oder leicht steigender Nachfrage im entsprechenden Zeitraum in %)



Quelle: dwif 2025, Daten: Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV, n=91

Freizeitaktivitäten in MV im Vergleich

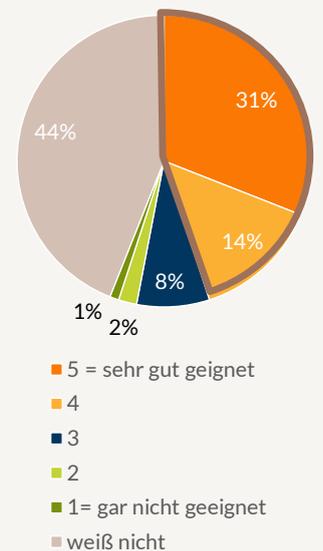
(Anteil der Urlaubsgäste, die der jeweiligen Aktivität während ihres MV-Urlaubes nachgehen)



Quelle: dwif 2025, Daten: Gästebefragung MV 2022/23

Themeneignung MV

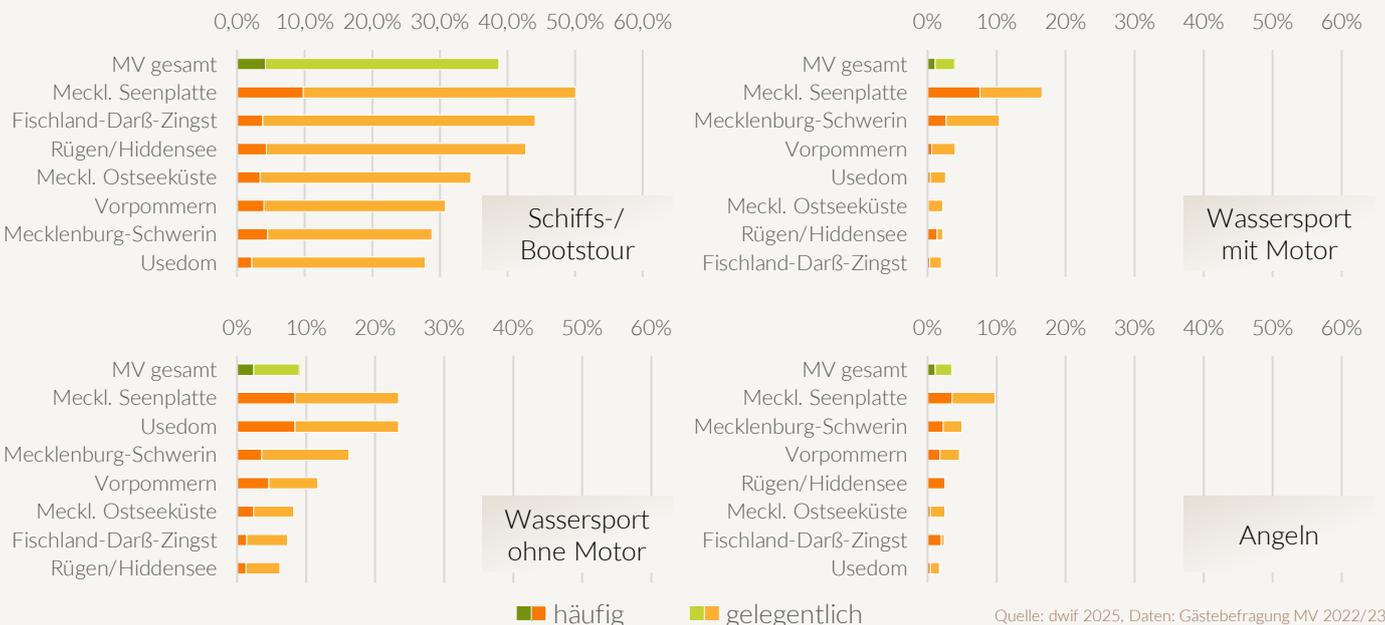
(gestützte Themeneignung des Reiseziels Mecklenburg-Vorpommern für die Urlaubsaktivität „sich aktiv im und am Wasser aufhalten“)



Quelle: dwif 2025, Daten: inspektour GmbH 2021

Relevanz wassertouristischer Aktivitäten in MV nach Destinationen

(Anteil der Urlaubsgäste, die wassertouristischen Aktivitäten während ihres MV-Urlaubes nachgehen)



Quelle: dwif 2025, Daten: Gästebefragung MV 2022/23

Nachfrage

WASSERTOURISMUS IM ENGEREN SINN (BOOTSTOURISMUS, KANUTOURISMUS, WASSERSPORT UND ANGELN)



Fokus Deutschland

Sich aktiv im und am Wasser aufzuhalten, zählt zu den beliebtesten Urlaubsaktivitäten der deutschen Bevölkerung. Im Jahr 2023 gaben 51 % der Deutschen an, an dieser Aktivität im Rahmen einer Reise ein großes bis sehr großes Interesse zu haben. Das entspricht einem Interessentenpotenzial von 31,7 Mio. Menschen. Dahingegen ist der **aktive Wassersport eher ein Nischensegment**. 29 % der Deutschen äußern ein (sehr) hohes Interesse am Wassersport im Urlaub – das entspricht einem Volumen von 17,9 Mio. Menschen. Zum Vergleich: Ein Wanderurlaub stößt bei 48 % der deutschen Bevölkerung auf ein hohes bis sehr hohes Interesse, ein Radurlaub bei 38 %.⁵⁰

Zudem lässt sich feststellen, dass **wassertouristisch relevante Angebots- und Infrastrukturelemente** eine vergleichsweise geringe Rolle für die Reiseentscheidung spielen. So nennen 40 % der Deutschen Häfen und Marinas als besonders relevant für die Wahl ihres Urlaubsortes (davon 13 % sehr relevant), Wassersportmöglichkeiten nennen. 34 % der Befragten (davon 12 % sehr relevant). Im Ranking verschiedener Faktoren landen die beiden Aspekte allerdings nur auf den hinteren Plätzen (30 bzw. 32 von 37).⁵¹

Dies gilt auch mit einem Blick auf die einzelnen wassertouristischen Segmente: Die bundesweite Wassertourismusstudie aus dem Jahr 2012 zeigte die **Erfahrung der deutschen Bevölkerung mit dem Wassersport im Urlaub** eindrücklich auf: Konnten für die Fahrgastschiffahrt 6 von 10 Befragte auf Erfahrungen verweisen, reduzierten sich die konkreten Berührungspunkte mit wassertouristischen Aktivitäten zum Teil deutlich. Der Angeltourismus lag damals mit einem Erfahrungswert von 33 % am weitesten vorn, gefolgt von den Segmenten Kanu (28 %), Motorboot (27 %), Tauchen (22 %) und Segeln (21 %). Weit abgeschlagen lagen in der damaligen Befragung Nischensegmente wie Wasserski (13 %), Windsurfen (9 %) und Kitesurfen (4 %⁵²). Die Angaben spiegeln nicht zwingend die Ausübung der Sportarten in Deutschland wider, sondern beziehen sich auf alle Urlaubsreisen der deutschen Bevölkerung, auch im Ausland. Aktuelle Daten liegen für diesen Detailgrad leider nicht vor. Allerdings ist davon auszugehen, dass sich hier – ähnlich wie angebotsseitig – in den vergangenen 10 bis 15 Jahren eine gewisse Dynamik entfaltet hat.

Dass der Wassersport in den vergangenen Jahren – nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie – **an Beliebtheit in der deutschen Bevölkerung gewonnen hat**, zeigt sich anhand vieler verschiedener Studien und Kennzahlen.

- Aus der Allensbacher Werbeträgeranalyse, die jährlich werberelevante Daten zur deutschen Bevölkerung erhebt, lässt sich die Häufigkeit der Ausübung verschiedener Sportarten, darunter auch wassertouristisch relevante Aktivitäten, herauslesen. Hier zeigt sich, dass Angeln und Tauchen zwar die am häufigsten ausgeübten Wassersportarten sind, touristisch aber offensichtlich noch hohes Potenzial besteht (zumindest im direkten Vergleich mit den oben genannten Zahlen zur touristischen Relevanz). Während die Zahl der aktiven Taucher rückläufig ist, konnten in den

⁵⁰ Destination Brand – Sonderauswertung

⁵¹ Destination Brand – Sonderauswertung

⁵² RA Online 5/2011, zitiert in Wassertourismus in Deutschland

vergangenen zehn Jahren immer mehr Deutsche für das Angeln begeistert werden. Die Corona-Jahre haben diesem Trend noch einmal ordentlich Rückenwind verliehen. Es folgen die Segmente Motorboot fahren, Segeln und Surfen, die alle deutlich an Zielgruppenstärke gewinnen konnten. Am dynamischsten entwickelte sich das Surfsegment. Erstaunlich ist die hohe Zahl der Deutschen, die regelmäßig Stand-Up-Paddling betreiben. Mit mehr als 7,5 Mio. Menschen ist diese Wassersportart bereits weit an allen anderen Segmenten vorbeigezogen.⁵³

- Einer jährlichen Umfrage der GfK zufolge haben 2019 etwa 18 % der befragten Deutschen angegeben, in ihrem Urlaub einer Aktivität am, im oder auf dem Wasser nachgegangen zu sein. In den Jahren 2020 und 2021 stieg dieser Anteil auf über 20 % sprunghaft an – der Wassertourismus übertraf dabei sogar kurzzeitig den Radtourismus an Beliebtheit. Bereits ab dem Jahr 2022 pendelte sich der Anteilswert jedoch wieder bei einem Wert von rund 17 % ein.⁵⁴
- Zudem ist die Zahl der Personen, die einen Sportbootführerschein (SBF-Binnen oder See) abgeschlossen haben, bereits bis 2019 stetig angestiegen, hat aber durch die Pandemie nochmals enorm zugenommen. Im Hochseebereich (Sportküstenschifferschein) ist die Tendenz hingegen rückläufig.⁵⁵ Es bleibt jedoch unklar, wie viele Menschen mit einem Bootführerschein tatsächlich auch für den aktiven Wassersport bzw. den Wassertourismus begeistert werden können. Demgegenüber stehen allerdings Hochrechnungen, die zeigen, dass im Bereich der Bootseigner demografiebedingt starke Rückgänge zu verzeichnen sind. So geht die Forschungsvereinigung für die Sport- und Freizeitschiffahrt zwischen 2015 und 2023 von einem Schwund von rund 78.000 Bootseignern in Deutschland aus – dies entspricht einer jährlichen Abnahme von rund 9.800 Bootseignern. Die Strukturen im Bootsmarkt sind also im letzten Jahrzehnt einer starken Veränderung unterlegen.⁵⁶

Anhand einer Wassersportstudie des Bundesverbandes Wassersportwirtschaft aus dem Jahr 2023 lassen sich die **wassertouristischen Zielgruppen** in ihren wichtigsten Merkmalen zudem eingrenzen und genauer beschreiben⁵⁷:

- So lag das Durchschnittsalter der Wassersportler in Deutschland bei rund 48 Jahren, variiert jedoch nach ausgeübter Haupt-Wassersportart. Am ältesten sind Personen, die in ihrer Freizeit mit dem Hausboot oder Floß unterwegs sind (knapp über 60 Jahre). Und auch Segler, Motorbootfahrer, Kanufahrer und Taucher liegen mit 49 bis 54 Jahren über dem Durchschnitt. Dahingegen sind vor allem Wind- und Kitesurfer deutlich jünger als 37 Jahre. Aber auch das Durchschnittsalter im Foiling und Angeln fällt mit 45 bzw. 47 Jahre zumindest leicht unterdurchschnittlich aus.
- 58 % der Wassersportler besitzen zudem Wohneigentum (Haus oder Eigentumswohnung), was im Vergleich zur bundesdeutschen Gesamtbevölkerung (42 %) ein auffällig hoher Wert ist.

⁵³ IfD Allensbach, AWA - Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2014-2024

⁵⁴ GfK DestinationMonitor Deutschland 2020-2024

⁵⁵ BMDV

⁵⁶ Mell, W.-D. (2023) „FVSF-Forschungsbericht Nr. 9: Strukturen im Bootsmarkt 2023“

⁵⁷ Kirstges, T. H. (2023) „Ergebnisbericht Marktstudie Wassersportler für den Bundesverband Wassersportwirtschaft e.V.“

Erklären lässt sich dieser durch das recht hohe Alter, weist aber dennoch auf eine sehr gute Einkommenssituation von Wassersportlern hin.

- Das zeigt sich auch darin, dass Wassersportler im Durchschnitt über ein Nettohaushaltseinkommen von etwa 5.000 Euro monatlich verfügen (zum Vergleich: Für alle privaten Haushalte in Deutschland liegt dieser Wert bei ca. 3.900 Euro). Entsprechend geben Wassersportler gemäß der Studie deutlich mehr Geld für ihre Urlaubsreisen aus als die Gesamtheit der deutschsprachigen Wohnbevölkerung.
- Interessanterweise verfügt ein Großteil der Wassersportler über einen Bootsführerschein (70 %).
- Wassersportler weisen eine sehr hohe Reiseintensität auf. 97 % haben innerhalb der letzten fünf Jahre mindestens eine längere Urlaubsreise durchgeführt. Dabei hat das Hobby bei mehr als 80 % der Wassersportler einen Einfluss auf die Urlaubsgestaltung. Besonders stark ausgeprägt ist dies bei Tauchern und Surfern (mehr als 90 %) sowie zum Teil bei Motorbootfahrern (86 %). Auch knapp 80 % der Segler unternehmen mindestens gelegentlich Urlaube, die sie mit ihrem Wassersport verbinden können. Andere Wassersporthobbys, wie Angeln oder Kanufahren (jeweils rund 60 %), beeinflussen die Urlaubsgestaltung weitaus weniger.
- Wassersportler verreisen überdurchschnittlich häufig innerhalb Deutschlands – nicht zuletzt auch, um ihre eigene Wassersportausrüstung im Urlaub nutzen zu können. Entsprechend fallen Reisen ins Ausland seltener aus als im Durchschnitt der Gesamtbevölkerung.
- Überraschenderweise hat die Natur für Wassersportler keinen höheren Stellenwert im Urlaub als für andere Zielgruppen. Überdurchschnittlich häufig fahren sie hingegen auf Sport- /Aktivurlaub, Skiurlaub und Kultur-/Besichtigungsurlaub. Dies korreliert mit den weiteren Hobbies von Wassersportlern. Ca. ein Drittel betreibt neben dem Wassersport noch ein anderes Sporthobby, insbesondere Radfahren, Wintersport, Schwimmen und Wandern/Hiking. Demnach sind segmentübergreifende Angebotskombinationen im Wassertourismus überaus erfolgversprechend.
- Bezüglich ihrer Einstellung zu Nachhaltigkeitsthemen sind die Wassersportler allerdings sehr zweigespalten. Zwar sind zwei Drittel der Ansicht, dass sich der Wassersport stärker dem Thema Nachhaltigkeit/Umweltschutz annehmen muss; ein Drittel lehnt dies aber ab. Die meisten Skeptiker befinden sich im Segment Bootstourismus, während Taucher am aufgeschlossens-ten für das Thema sind. Und auch 80 % der Hausbootfahrer bzw. 73 % der Kanufahrer weisen eine hohe Umweltorientierung auf.

Weitere Studien zu einzelnen Segmenten bestätigen diese Ergebnisse.⁵⁸

⁵⁸ vgl. bspw. Bundesverband Kanu 2024; Gardot, M. (2024) „Studie Tauchen in Zukunft 2024“; www.dafv.de/service/zahlen-und-fakten-rund-um-das-angeln

Nachfragepotenziale sind laut einer Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) aus dem Jahr 2016⁵⁹ für fast alle Wassertourismussegmente zu erwarten. In besonderer Weise gilt dies für:

- den Bootstourismus: Eine steigende Nachfrageentwicklung wird hier begünstigt durch die Charterscheinregelung, die starke Angebotsindividualisierung und Diversifizierung von Wassersportfahrzeugen (z. B. motorisierte Flöße, Hausboote, Wohnboote), eine zunehmende Internationalisierung sowie den demografischen Wandel. Die am stärksten befahrenen Reviere liegen dabei in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern als hochattraktive, vernetzte Gewässerlandschaft mit gut ausgeprägter Infrastruktur und größtenteils Charterscheinregelung- 11 -
- den Kanutourismus: Hier bedingt durch Faktoren wie den anhaltenden Trend zum naturverbundenen Tourismus, innovative Angebotsstrukturen und -kombinationen, die geringen Zugangsbarrieren sowie das vergleichsweise niedrige Preisniveau im Kanutourismus. Bundeswasserstraßen mit einer starken Ausprägung sind neben Aller und Lahn insbesondere Flüsse in Mecklenburg-Vorpommern (Müritz-Elde-Wasserstraße, Müritz-Havel-Wasserstraße und Obere Havel-Wasserstraße). Gründe dafür sind optimale Bedingungen wie nicht zu starke Fließgeschwindigkeiten, Ein- und Ausstiegsmöglichkeiten entlang der Routen, eine gute Erreichbarkeit sowie landseitige Angebote wie Übernachtung oder Ausleihmöglichkeiten.
- den Angeltourismus: Nachfragesteigerungen aufgrund einer zunehmenden Anzahl von Nutzern mit Sportbooten, einer steigenden Zahl von touristischen Angelscheinern sowie die Möglichkeiten zur Ausübung des Sports an nahezu allen Gewässertypen. Mecklenburg-Vorpommern zählt auch hier zu den beliebtesten Regionen für den Angeltourismus. [Hinweis: Ein Rückgang der Fischpopulation, der in Mecklenburg-Vorpommern in den vergangenen Jahren zu einem Rückgang des Angeltourismus geführt hat, wurde 2016 nicht berücksichtigt.]

Eine leicht steigende Nachfrage attestiert die Studie den Segmenten Segeln und Wasserski, wohingegen dem Tauchtourismus kaum Nachfragepotenziale zugesprochen werden. Grund sind in erster Linie die rechtlichen Beschränkungen.

Fokus Mecklenburg-Vorpommern

Fragt man die deutsche Bevölkerung nach der **Eignung des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern** für die Aktivität „sich aktiv im und am Wasser aufhalten“, bewerten 31 % diese als sehr gut, weitere 14 % als gut (Top-Two-Box = 45 %). Zudem werden mehrere Destinationen Mecklenburg-Vorpommerns in der ungestützten Abfrage als besonders geeignet genannt:

- Allen voran geht dabei die Ostsee, die im ungestützten Eignungsranking mit einem Anteil von 43,6 % aller Befragten auf Platz 1 steht.
- Die beiden Inseln Rügen (7,7 %) und Usedom (4,4 %) folgen auf den Plätzen 4 und 9.

⁵⁹ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016) „Die wirtschaftlichen Potenziale des Wassertourismus in Deutschland“

- Besonders geeignete Destinationen für die Aktivität „Wassersport-Urlaub (ohne Segeln)“, die der deutschen Bevölkerung ungestützt sofort in den Kopf kommen sind ebenfalls die Ostsee (46,3 %, Platz 1) und Rügen (4,5 %, Platz 8) - allerdings schaffen es hier auch mit der Müritz (4,3 %, Platz 9) und der Mecklenburgischen Seenplatte (4,0 %, Platz 10) zwei Binnenreviere unter die besten 10.⁶⁰

Die Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern gibt zudem Aufschluss über den **Anteil der Gäste, die wassertouristische Aktivitäten während ihres MV-Urlaubs** ausüben. Im Gegensatz zur Fahrgastschiffahrt ist der Anteil der Wassertouristen im engeren Sinn deutlich geringer:

- Insgesamt gehen knapp 15 % der Übernachtungsgäste einer wassertouristischen Aktivität nach, davon 4 % häufig.
- Die beliebteste Aktivität ist dabei der Wassersport ohne Motor, wozu der Kanu- oder Segeltourismus zählt. 9 % der Gäste üben eine entsprechende Aktivität mindestens einmal im Urlaub aus, ein Großteil davon (7%) allerdings nur für einen kleinen Teil der Reisezeit. Im Ranking aller Urlaubsaktivitäten landet der unmotorisierte Wassersport damit nur auf Platz 16.
- Es folgt der Wassersport mit Motor (z.B. Motorboot fahren oder Jetski) auf Rang 17. Diesen geben nur 4 % der Gäste als Urlaubsaktivität in Mecklenburg-Vorpommern an, davon 1 % häufig und 3 % gelegentlich.
- Angeln wird in der Gästebefragung ebenfalls als separate Aktivität ausgewiesen. Mit einem Anteil von 3 % ist der Angeltourismus jedoch eher als Nischensegment (vergleichbar dem Gesundheitstourismus, Golf oder Reiten) einzuordnen.⁶¹

Setzt man den Wassertourismus in Bezug zu anderen touristischen Segmenten in Mecklenburg-Vorpommern, ordnet er sich eher im unteren Drittel ein. Deutlich häufiger nennen die Urlaubsgäste Aktivitäten wie Baden oder Schwimmen (63 %), den Besuch kultureller Sehenswürdigkeiten (62 %), Wandern (54 %) oder Radfahren (50 %).⁶² Hier ist allerdings festzuhalten, dass die Erhebungsmethodik der Gästebefragung eine gewisse Verzerrung mit sich bringen könnte (kombinierte Online- und Offlinebefragung). Um hier noch besser auch klassische Wassertouristen zu erreichen, ist eine Ausweitung der Befragungskontaktpunkte in Häfen und Marinas, auf Wasserwanderrastplätzen, bei Charterbetrieben und anderen wassertouristisch relevanten Standorten zielführend.

Zudem verändert sich das Bild, betrachtet man die einzelnen Regionen in Mecklenburg-Vorpommern. Dabei stechen insbesondere die Binnenreviere hervor.

- So betreiben in der Mecklenburgischen Seenplatte fast ein Viertel aller Gäste Wassersportaktivität ohne Motor (davon ein Drittel häufig), in Mecklenburg-Schwerin sind es etwa 16 % (davon ein Viertel häufig). Auch Usedom punktet mit einem sehr hohen Anteil des unmotorisierten

⁶⁰ Destination Brand – Sonderauswertung

⁶¹ Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/2023

⁶² Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/2023

Wassersports, den hier 23 % aller Gäste ausüben – hier allerdings mit einem deutlich höheren Fokus auf das Segeln, während im Binnenland der Kanutourismus dominieren dürfte.

- Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den anderen wassertouristischen Segmenten: Beim Wassersport mit Motor liegt der Anteilswert in der Mecklenburgische Seenplatte mit fast 17 % mehr als viermal so hoch wie in Mecklenburg-Vorpommern insgesamt. Fast die Hälfte der motorisierten Wassersportler sind hier auch sehr häufig oder einen Großteil der Zeit auf dem Boot unterwegs. In Mecklenburg-Schwerin wird die Aktivität von jedem zehnten Gast genannt.
- Überdurchschnittliche Anteilswerte im Bereich Angeln erzielen ebenfalls die Regionen im Binnenland – nach der Mecklenburgischen Seenplatte mit fast 10 % auch Mecklenburg-Schwerin sowie Vorpommern mit der Peene als wichtigem Angelgewässer. An der Küste spielt das Angeln hingegen kaum eine Rolle.⁶³

Der **Anteil von (Tages-)Gästen aus dem eigenen Land** ist im Vergleich zur Fahrgastschiffahrt geringer. Er liegt in allen Segmenten zwischen 25 und 30 %. Am niedrigsten ist er im Kanutourismus, wo 26 % der Gäste aus MV stammen – am höchsten im Wassersport (Segeln, Surfen, Tauchen, etc.) mit 30 %.⁶⁴

Wirft man einen Blick auf die **Nachfrageentwicklung** der letzten 15 Jahre zeigt sich mehrheitlich ein positives, wenn auch uneinheitliches Bild:

- Der Bootstourismus konnte nach sehr hohen Wachstumsraten bis 2019 in der Pandemiezeit kaum weiterwachsen. Neben nachfrageseitigen Effekten hat hier aber ggf. auch der zunehmende Wettbewerbsdruck durch viele neue Anbieter zu der abflachenden Dynamik nach 2019 beigetragen.
- Eine sehr ähnliche Entwicklung ist auch im Kanutourismus zu verzeichnen. Ein Grund könnten die ausbleibenden Buchungen beim Tourenangebot sein.
- Im Wassersportsegment gab es hingegen durch die Pandemie einen nochmaligen deutlichen Nachfrageschub. Hier spielen neben der starken einheimischen Nachfrage auch die neuen Angebote (SUPs, Foils, etc.) eine treibende Rolle.
- Vergleichsweise stabil zeigt sich die Nachfrage bei den Häfen sowie im Angeltourismus. In beiden Segmenten spielt die einheimische Bevölkerung als Zielgruppe eine große Rolle, was in der Corona-Pandemie für eine höhere Resilienz gesorgt haben dürfte.⁶⁵

Auch die **Prognosen für die nächsten Jahre** fallen zwischen den Segmenten sehr heterogen aus. Häfen bleiben laut Eigeneinschätzung auch weiterhin auf Erfolgskurs, und auch die Charteranfrage könnte nach Ende der wirtschaftlichen Rezession wieder anziehen. Deutlich verhaltener fallen die Zukunftsaussichten aus Sicht der Wassersportanbieter, der Kanuunternehmen sowie

⁶³ Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/2023

⁶⁴ dwif 2025, „Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV“, n=91

⁶⁵ dwif 2025, „Befragung wassertouristischer Unternehmen in MV“, n=91

insbesondere der Angelbetriebe aus. Gerade letztere geraten durch den Rückgang der Fischbestände in der Ostsee in wirtschaftliche Not und geben ihren Betrieb auf (vgl. auch Kapitel Angebotsstruktur).⁶⁶

Zusammenfassung

Die Nachfrage im Wassertourismus ist stark heterogen und segmentabhängig. So stößt die Fahrgastschiffahrt zwar auf ein breites Gästeinteresse, ist aber in den seltensten Fällen ein eigener Reiseanlass. Dennoch ist dieses Segment ein elementares Zusatzangebot für den MV-Tourismus. Die einzelnen Wassersportaktivitäten hingegen sind im Vergleich zu vielen anderen Reiseformen eher Nischenmärkte. Ihr Anteil am MV-Tourismus liegt unter 10 %, wenngleich es hohe Unterschiede zwischen den einzelnen Destinationen gibt. Gerade im Binnenland haben wassertouristische Aktivitäten einen größeren Stellenwert. Die Nachfrageentwicklung im Wassertourismus war in den meisten Segmenten seit 2014 überaus positiv. Allerdings flacht die Wachstumskurve spätestens seit 2019 spürbar ab. Das zeigt sich auch in den verhaltenen Prognosen für die nächsten Jahre. Kaum ein Anbieter geht noch von einer stark steigenden Nachfrage in seinem Segment aus – fast zwei Drittel der Betriebe hingegen von stagnierenden bis rückläufigen Gästezahlen.

Exkurs: Besucherlenkung und -sensibilisierung im Wassertourismus

Der verstärkte Wunsch nach Naturerlebnissen führt in einigen Regionen Mecklenburg-Vorpommerns zu einer hohen bis sehr hohen Gewässernutzung. Diese kann besonders in saisonalen Hochzeiten räumlich und zeitlich zu punktuellen Nutzungskonflikten führen. Dadurch können Überlastungserscheinungen auftreten. Für Ärger und Diskussionen sorgen insbesondere lange Staus an Schleusen, Bootsunfälle durch mangelnde Fahrkompetenz von Chartergästen oder Bootseignern sowie unsensibles Verhalten in der Natur. Dabei stehen nicht nur ökologische und gesellschaftliche Belastungen im Fokus, sondern auch immer wieder Konflikte zwischen einzelnen wassertouristischen Zielgruppen, z.B. Kanufahrern und Anglern, Surfern/SUP-Fahrern und Bootstouristen. Eine gezielte Lenkung von Gästeströmen, aber auch Sensibilisierungskampagnen können zu Lösungen beitragen. Verschiedene Ansätze sind in den nachfolgenden Praxisbeispielen dargestellt.

⁶⁶ Ebd.

Praxisbeispiel: #NatürlichMitVerantwortung

Mit der Kampagne #NatürlichMitVerantwortung wirbt der Tourismusverband MV gemeinsam mit Akteuren aus der Branche für einen verantwortungsvollen, nachhaltigen Umgang mit Natur und Umwelt im Urlaubsalltag. Ziel ist es, Gäste, Einheimische sowie Gastgeberinnen und Gastgeber für ein achtsames Verhalten in den vielfältigen Natur- und Kulturlandschaften des Landes zu sensibilisieren. Die Kampagne nutzt moderne Kommunikationsmittel wie Social-Media, prägnante Bildmotive und einen emotionalen Kurzfilm („Tiger in MV“), um Menschen zum Mitdenken und Mitmachen anzuregen. Ergänzt wird sie durch sogenannte „Nudging“-Elemente, kleine Impulse für umweltfreundliches Verhalten, die auf Erfahrungen aus Modellregionen wie dem Müritz-Nationalpark basieren. Für touristische Akteurinnen und Akteure steht zudem eine kostenfreie Toolbox mit Umsetzungsideen, Textbausteinen und Designvorlagen zur Verfügung, um die Botschaften der Kampagne im eigenen Betrieb oder in der Destination sichtbar zu machen (www.natuerlichmitverantwortung.de). #NatürlichMitVerantwortung ist damit weit mehr als eine Imagekampagne – sie ist ein konkreter Schritt in Richtung zukunftsfähiger Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern.⁶⁷



Quelle: auf-nach-mv.de

Praxisbeispiel: #dubistnichtallein

Die Berliner Bezirke haben die Kampagne „Du bist nicht allein“ ins Leben gerufen, um das Miteinander auf den städtischen Gewässern zu fördern. Ziel ist es, sowohl Einheimische als auch Gäste für einen respektvollen Umgang im Wassertourismus zu sensibilisieren – etwa in Hinblick auf Lärm, Müll und Sicherheit. Unterstützt wird die Aktion von der Berliner Wasserpolizei sowie dem Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt Spree-Havel. Auch die berlinweite Tourismusorganisation visitBerlin begleitet die Kampagne beratend und über seine Social-Media-Kanäle.⁶⁸



Quelle: Visit Berlin

Praxisbeispiel: Forschungsprojekt „GreenBoat“ im Spreewald

Im Spreewald wurde erkannt, dass Wassersportler*innen zu geballt auf hochfrequentierten Strecken, uninformiert und fehlverhaltend auf dem Wasser aktiv sind, was zu Schäden an der Biosphäre führt. Um Wassersportler zu einem informierten, bewussteren und naturschützenden Verhalten zu ermächtigen und animieren („anstupsen“) wurden im Projekt „GreenBoat“ verschiedene kommunikative Maßnahmenideen entwickelt, die aktuell co-kreativ weiterentwickelt und in einem größeren Umfang prototypisch getestet und umgesetzt werden sollen.⁶⁹

⁶⁷ tourismus.mv.wirsendurlaubsland.de

⁶⁸ www.wassertourismus-berlin.de/du-bist-nicht-allein

⁶⁹ www.ifaf-berlin.de/projekte/greenboat

IV. SWOT-ANALYSE

Die in den vorangegangenen Analysekapitel zu Angebot und Nachfrage im Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern dargestellten Detailergebnisse, werden im Folgenden zu einer SWOT-Analyse verdichtet. Hier werden die zentralen Stärken und Chancen sowie Schwächen und Herausforderungen für den Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern allgemein sowie differenziert nach Branchensegmenten aufgeführt. In die SWOT-Analyse fließen auch Erkenntnisse aus Expertengesprächen und Studie sowie Recherchen zu rechtlichen Rahmenbedingungen, Markt- und Wettbewerbssituation bzw. übergeordneten Trends und Entwicklungen ein. Die Ausführungen für die Sportboothäfen sind nicht separat aufgeführt, sondern Bestandteil der anderen Segmente (insb. Bootstourismus). Für das Segment wasserbezogene Veranstaltungen wurde aufgrund fehlender Experteneinschätzungen und Teilnehmenden an der Betriebsbefragung keine eigene SWOT-Analyse erarbeitet.

1. Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern allgemein

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
ALLGEMEINES	
<ul style="list-style-type: none"> • Gewässerreichstes Bundesland (75.000 Hektar Binnengewässer + Ostsee) und Teil des größten zusammenhängenden Binnengewässers Europas; gute Anbindung auf dem Wasserweg aus Richtung Berlin-Brandenburg • attraktive, abwechslungsreiche Gewässerlandschaft der Ostsee-, Bodden- & Binnengewässer • direkte Verbindung zu den skandinavischen Ländern über die Ostsee • Wassertourismus steigert Attraktivität des Lebensraumes für die einheimische Bevölkerung ebenso wie die Freizeitqualität für alle Gäste in MV • Stellenwert und Bedeutung des Wassertourismus ist im Land grundsätzlich erkannt • Verankerung des Themas Wassertourismus in der Landestourismuskonzeption MV sowie in den meisten regionalen Tourismuskonzeptionen, Produktmanagerin mit Fokus Wassertourismus in der LTO verankert (allerdings kaum thematische Wasser-Produktmanager in den Destinationen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Regionen in MV unterschiedlich stark erschlossen; nicht alle Destinationen profitieren in gleichem Maße vom Wassertourismus • Klimawandel mit teils gravierenden Folgen für den Wassertourismus (z.B. niedrige Pegelstände, Extremwetterereignisse wie Hochwasser und Sturmfluten, Gewässerqualität, Fischbestände); Umweltverbände fordern tw. bereits eine Begrenzung des Wassertourismus aus ökologischen Gründen • Starke Konkurrenz durch Regionen am Mittelmeer (wärmeres Wetter, Ganzjahresnutzung, tw. deutlich günstigere Preise) und Regionen mit verzweigtem Wasserstraßennetz und besserer Infrastruktur wie die Niederlande oder Frankreich • Geringe internationale Vermarktung des Wassertourismus und geringe Bekanntheit des Revieres im Ausland (außer DACH) • Wasserbezogene Aktivitäten als begleitendes Angebot während des Urlaubs

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Wasser als zentrales Key Visual und Teil der Markengeschichte im Rahmen der landesweiten Markenstrategie (Urlaubsmarke Mecklenburg-Vorpommern; „Freiraum“ als Markenkern) • Hohe Bekanntheit MVs als wassertouristische Destination, starke Themeneignung der Reviere Ostsee und Mecklenburgische Seenplatte aus Sicht der dt. Bevölkerung • Kooperation „Deutschlands Seenland“ bündelt Ressourcen und steigert die Sichtbarkeit als zusammenhängendes, länderübergreifendes Wassersportrevier • Starke Synergien zwischen Wassertourismus und anderen touristischen Segmenten wie dem Radtourismus oder dem Kulturtourismus • Traditionelle und maritime Volksfeste stärken das kulturelle Profil Mecklenburg-Vorpommerns • Bundesweite Konzepte (z.B. Masterplan Freizeitschiffahrt) verankern klare Ziele und Maßnahmen, um den Wassertourismus in Deutschland und speziell in MV zu fördern • Weitgehend einheitliche Regelungen und gesetzliche Grundlagen sowie verlässliche Ansprechpartner (z.B. bei den Bundeswasserstraßen) • Tourismusverband und IHKn in MV als Teil des Bündnisses für Wasserstraßen • Chance: Ausweitung der Saisonzeiten durch steigende Temperaturen, damit steigt die Attraktivität wassertouristischer Aktivitäten im Frühjahr und Herbst • Chance: Cool-Cation durch kühlere Temperaturen im Vergleich zu südlicheren Ländern. Daher perspektivisch besonders attraktive Wasserdestination im Sommer | <ul style="list-style-type: none"> • Saisonale Abhängigkeit durch Fokus auf Sommersaison trägt derzeit noch wenig zum Ganzjahrestourismus in MV bei • Tw. Überlastungserscheinungen und Nutzungskonflikte durch wassertouristische Nutzung (räumlich und zeitlich); Gefahr einer sinkenden Gästezufriedenheit bzw. einer sinkenden Akzeptanz bei den Einheimischen; Balance zwischen Naturschutz und Tourismus als schwieriger Balanceakt; Bedarf einer besseren Steuerung von Besucherströmen (derzeit schwierige Durchsetzung von Vorschriften aufgrund begrenzter Kontrollkapazitäten durch die Wasserschutzpolizei) • Datenbasis für den Wassertourismus lückenhaft: Gästebefragung MV mit Schwerpunkt Übernachtungsbetriebe (kaum Befragungen an wassertouristischen Kontaktpunkten wie Häfen, WWR, etc.), keine Erfassung von Hafenübernachtungen in der amtlichen Statistik, kein zentrales Bootsregister, geringe Vergleichbarkeit weiterer Datenquellen wie Statistiken zu Schleusennutzung, Personenbeförderung, etc. • Schwache Lobbyarbeit für die Wassertourismusbranche in MV, fehlende Netzwerke und Austauschformate zur Bündelung aller relevanten wassertouristischen Akteure • Aufwendige Genehmigungs- und Verwaltungsprozesse erschweren das unternehmerische Engagement und hemmen die Investitionsbereitschaft wassertouristischer Betriebe |
|---|---|

ANGEBOTE UND INFRASTRUKTUR

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dichte und qualitativ gute wassertouristische Infrastruktur (Marinas, Schleusen, Häfen) sowie Übernachtungsmöglichkeiten in Wassernähe im Vergleich zu anderen Destinationen • Etablierte wassertouristische Anbieter mit hoher Professionalität und eigenen Marketing- und Vertriebsaktivitäten • Vielzahl an Erlebnismöglichkeiten und touristischen Angeboten an Land | <ul style="list-style-type: none"> • Sinkende Wettbewerbsfähigkeit durch veraltete Infrastruktur, hohen Investitionsstau sowie fehlende Infrastrukturpflege, insbesondere hinsichtlich der öffentlichen/kommunalen wassertouristischen Infrastruktur • Schleusensituation als große Herausforderung: baulicher Zustand, eingeschränkte Service- und Öffnungszeiten, teils lange Wartezeiten für Schleusungen von Freizeitschiffen; |
|--|--|

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Aktionsplan Ost als Chance und mögliche Leitlinie für die Infrastrukturoptimierung an Bundeswasserstraßen in Mecklenburg-Vorpommern (derzeit Diskussionen im Rahmen der laufenden Koalitionsverhandlungen) • Zunehmende Automatisierung von Schleusen verringert die Notwendigkeit nach geschultem Personal für den Betrieb, da eine Person aus der Ferne mehrere Schleusen bedienen kann (Hinweis: An stark frequentierten Schleusen ist dennoch ein Schleusenwärter vor Ort zur Sicherheit und optimalen Schleusung erforderlich) • Chancen durch die verstärkte Nutzung digitaler Technologien und Plattformen (z.B. Pilotprojekt des DLRG: Badesicherheit von Gästen durch Drohnen) • Chance: Umnutzung von Fischereihäfen zu maritimen Erlebnisorten (derzeit Pilotprojekt in Vorpommern) | <p>Effizienzprobleme an Selbstbedienungsschleusen; insgesamt zu geringe finanzielle und personelle Ressourcen für den Schleusenbetrieb bei den WSA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoher Anteil an Kleinstbetrieben mit geringen Umsätzen, Personalressourcen sowie niedriger Kapazitätsauslastung über das Jahr hinweg • Mangel an Anlegemöglichkeiten für Wassertouristen außerhalb von Häfen oder Ortslagen • Große Lücken in der begleitenden Serviceinfrastruktur (z.B. Tankstellen, Entsorgungsanlagen, Gastliegeplätze in Häfen) • Investitionen in barrierefreie Angebote nötig (z.B. Rampen, Aufzüge, Boote) • Fehlende Ladeinfrastruktur und hohe Kosten für Elektroboote erschweren den Umstieg auf nachhaltige Antriebsarten, kaum Fördermittel für Ladesäulen und Umrüstung vorhanden • Ausbaufähige Anbindung wassertouristischer Anlagen und Angebote an den öffentlichen Nahverkehr; damit Erreichbarkeit und Kombination mit landseitigen Angeboten eingeschränkt |
|---|---|

2. Schifffahrt

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
ALLGEMEINES	
<ul style="list-style-type: none"> • Fahrgastschifffahrt als beliebte Aktivität im Rahmen eines MV-Urlaubs (ca. 40 % der Gäste unternehmen eine Bootstour) • Hohe Nachfragepotenziale für die Gewässer Müritz-Elde-Wasserstraße & Obere Havel-Wasserstraße sowie für Peene, Ryck und Warnow • Vielfältige Gewässer und attraktive Routen für die Fahrgast- und Traditionsschifffahrt (Binnenreviere, Boddenreviere und Küste) • Historische Traditionsschiffe als identitätsstiftendes Merkmal für MV • Europaweite Vorschriften (v.a. ES-TRIN-Richtlinie – Vorschriften für Binnenschiffer) sorgen für gleichbleibende Qualitätsstandards 	<ul style="list-style-type: none"> • Kein primäres touristisches Highlight: Schifffahrt ist in der Regel ein Zusatzangebot und nicht der Hauptgrund für den MV-Besuch (Ausnahme: Maritime Großveranstaltungen, z.B. Hanse Sail) • Fahrgastschifffahrt stark auf Sommermonate und Hauptsaison konzentriert; Bedarf an attraktiven Produkten für die Nebensaison • Hohe Personal- und Betriebskosten durch Instandhaltung, Kraftstoffpreise, Pachtzahlungen für Anlegestellen, behördliche Auflagen, Zulassungen, Genehmigungen etc. • Zunehmende Herausforderung, geeignetes Personal zu finden, neben generellem Arbeitskräftemangel auch zunehmend höhere

- Fördermöglichkeiten für die Ausbildung von Bootsführern auf Fahrgastschiffen sowie für die Weiterbildung des Personals vorhanden (50-70 % können durch GDWS bezuschusst werden)

Anforderungen an Aus- und Fortbildung der Mitarbeitenden

- Regulatorische Eingriffe (z.B. durch EU-Vorschriften) werden von den Reedereien als Behinderung der unternehmerischen Freiheit wahrgenommen

ANGEBOTE UND INFRASTRUKTUR

- Hohe Dichte an Häfen und Anlegestellen auf gut erschlossenen Routen
- Vielfältige Angebote und abwechslungsreiches Portfolio (Linienverkehr, Charterfahrten und Eventfahrten)
- Vielzahl an alteingesessenen Reedereien mit langjähriger Erfahrung und Expertise
- Fahrgastschiffe werden in der Nebensaison häufig als Eventlocations genutzt, insb. in städtischen Destinationen
- Gute Ansätze zur Kombination von Schifffahrt und landseitigen Angeboten (z.B. Kombitickets mit Kulturangeboten)
- Förderung für Modernisierungsmaßnahmen seitens des BMDV
- Chance: Elektromobilität - geringe Lautstärke fördert Kundenzufriedenheit und Akzeptanz bei der Bevölkerung; einzelne Reedereien, die bereits Schiffe auf Elektroantrieb umgerüstet haben; grundsätzlich hohe Eignung der Schifffahrt für Elektroantriebe, erste Modellprojekte in Deutschland
- Chance: Ausweitung der Saison auf die Weihnachtszeit in vielen Regionen Deutschlands erkennbar

- Starker räumlicher Fokus liegt auf der Küste, vergleichsweise geringes Angebot im Binnenland
- Noch immer hohe Saisonalität (April bis Oktober) in der MV-Schifffahrt
- Tw. starker Modernisierungsbedarf durch veraltete Infrastruktur; zunehmend größere Schiffe erfordern Anpassungen an den Anlegestellen
- Funktionsfähige Schleusen und Bundeswasserstraßen unabdingbar für die Fahrgastschifffahrt
- mangelnde Barrierefreiheit auf vielen Schiffen und Anlegestellen
- Technische Defizite: Schiffe tw. veraltet und nicht mehr zeitgemäß; neue Schiffe kostenintensiv und erfordern höhere Qualifikationen der Mitarbeiter
- Schwierigkeiten bei der Einführung von E-Mobilität aufgrund hoher Kosten für Erstinvestition und Betrieb, fehlender Ladeinfrastruktur sowie Personalintensität
- Gefahr von Betriebsaufgaben und Betriebskonsolidierung: Kleinere, alteingesessene Unternehmen werden durch große Reedereien verdrängt

3. Bootstourismus

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
ALLGEMEINES	
<ul style="list-style-type: none"> • Charterscheinregelung bzw. führungsfreies Bootfahren stärkt die Position als zugängliches Revier auch für Anfänger • Binnengewässer sind ein interessantes Revier für Hausboote und Flöße; Vielzahl an Tourenoptionen durch zusammenhängende Reviere 	<ul style="list-style-type: none"> • Umfangreiche bürokratische Anforderungen bei gleichzeitig uneinheitlichen Regelungen und „Grauzonen“ insbesondere für kleinere Boote und Flöße (z.B. bei Sicherheitsauflagen oder der Entsorgung von Schmutzwasser) • Ungleichheit der Fördermöglichkeiten von öffentlichen und privaten Hafenanlagen
ANGEBOTE UND INFRASTRUKTUR	
<ul style="list-style-type: none"> • In touristisch beliebten Gebieten hohe Dichte an Infrastruktur für Bootstouristen vorhanden im Vergleich zu anderen Destinationen • Hohes Fördervolumen ist in den vergangenen 20 Jahren in die Hafeninfrastruktur geflossen • Professionelle Charterbetriebe mit großer, moderner Flotte und unterschiedlichsten Bootstypen/-größen • Hausboote und Flöße mit einfachem Handling nach Einweisung auch von unerfahrenen Bootsführern nutzbar • Zunehmende Automatisierung von Schleusen erleichtert Bedienung der Kunden • Chance: Saisonverlängerung möglich durch besondere Angebote im Herbst/Winter 	<ul style="list-style-type: none"> • Lücken in der Infrastruktur; das betrifft sowohl Anlegemöglichkeiten und Liegeplatzkapazitäten als auch die begleitende Serviceinfrastruktur (z.B. Abpumpstationen, Entsorgungsmöglichkeiten, Ladestationen, Wassertankstellen) • Qualität: Häfen, Marinas und Anlegestellen variieren stark in Ausstattung und Service • Bislang keine transparenten Qualitätskriterien für Charterboote; Billiganbieter mit geringer Qualität haben Auswirkungen auf die Gästezufriedenheit und das Image insgesamt • Hohes Preisniveau im Vergleich zu vielen internationalen Destinationen • Überlastungserscheinungen an den Schleusen führen zu langen Wartezeiten und Nutzungskonflikten; z.T. eingeschränkte Servicezeiten aufgrund Personalmangels bzw. rechtl. Regelungen (Arbeitszeitschutzgesetz) • Vielzahl an Häfen in öffentlicher Trägerschaft mit begrenzten Möglichkeiten für Investitionen; Liegeplätze in Vereinshäfen fallen zunehmend aus der touristischen Nutzung • Begrenztes Angebot an Einkaufsmöglichkeiten, Gastronomien und Kulturangeboten in Wassernähe; oft keine Anbindung der Häfen an den ÖPNV • Digitale Buchungsmöglichkeiten für Charterboote und Liegeplätze ausbaufähig • Fehlende Förderung für E-Antriebe und alternative Antriebstechnologien

4. Kanutourismus

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
ALLGEMEINES	
<ul style="list-style-type: none"> • MV bietet ein attraktives Netzwerk an Wasserwegen für Wasserwanderer, vor allem auf der Mecklenburgischen Seenplatte, den Wanderflüssen und der Ostsee; insgesamt 26.000 Kilometer Wasserwege in MV; viele etablierte Strecken für Kanutouristen • Ideale Bedingungen für Einsteiger und Familien • Chance: steigendes Interesse der deutschen Bevölkerung an naturnahen Aktivitäten • Vergleichsweise geringe Anzahl an Kanuten, zahlreiche Reviere mit sehr geringer Frequenz • Gute und langjährige Zusammenarbeit zwischen Verleihbetrieben, Landeskanuverband und Schutzgebietsverwaltungen (insb. NLP Müritz) 	<ul style="list-style-type: none"> • Viele Reviere mit zunehmend zu geringen Wasserständen, insbesondere in der Hauptsaison • Relativ geringer Anteil von Kanutouristen im engeren Sinn (Kanuverleih als Hauptaktivität) – Kanuangebote hauptsächlich Begleitangebot • Starker räumlicher Fokus auf wenige Reviere, insbesondere der Kleinseenplatte • Häufige Nutzungskonflikte zwischen Charterbooten und Kanuten, insbesondere im Bereich von Schleusen • Punktuelle räumliche und zeitliche Überlasterscheinungen, fehlende Gästelenkung; Wildcampen als Herausforderung
ANGEBOTE UND INFRASTRUKTUR	
<ul style="list-style-type: none"> • Gute Grundausstattung an kanutouristischer Infrastruktur (Wasserwanderrastplatz, Slipanlagen, etc.), insbesondere in stark frequentierten Revieren und zentralen Lagen • Hohe Dichte an Campingplätzen direkt am Wasser, die Rast- und Übernachtungsmöglichkeiten für Kanutouristen bieten • Hohe Angebotsqualität und professionelle Kanubetriebe; vielfältiges Angebot von Verleih über geführte Touren bis zu Kombiangeboten (z.B. Kanu und Naturführung, Stadtrundfahrten mit dem Kanu, Kanu und Radtour); Chance Saisonverlängerung: Ansommern, Winterpaddeln • 1000Seen Marathon als jährlich stattfindendes, überregional bekanntes Event • Infrastruktur für Kanuten häufig weniger kostenintensiv in Bau und Unterhaltung (z.B. Umtragemöglichkeiten an Schleusen) • Chance: verstärkte Tourenplanung im Kanutourismus durch digitale Plattformen (z.B. canua, Outdooractive); digitale Datenqualität und Abdeckung in MV bereits auf hohem Standard 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Wartezeiten an Schleusen und Wehren, zu wenig Umtragemöglichkeiten/Bootsrutschen (Hinweis: aktuell läuft eine Evaluierung von potenziellen Standorten für Umtragemöglichkeiten für muskelbetriebene Wasserfahrzeuge seitens des GDWS) • Wasserwanderinfrastruktur häufig nicht ausreichend an Bedürfnisse von Kanutouristen angepasst (z.B. Stege zu hoch, keine schwimmenden Steganlagen oder flache Einlassmöglichkeiten) • Lückenhafte Ausstattung an Ein- und Ausstiegstellen außerhalb der Ortslagen sowie in Naturschutzgebieten • Sehr hoher Anteil an Kleinstbetrieben mit stark begrenztem Angebot und geringer Auslastung; Kanuverleih häufig als Nebenerwerb • Beschilderung entlang der Wasserwege häufig veraltet oder nicht ausreichend gewartet

5. Wassersport

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
ALLGEMEINES	
<ul style="list-style-type: none"> • Natürliche Gegebenheiten fördern die Vielfalt des Wassersportangebots (Küsten- und Binnenreviere) • MV punktet mit einzigartigen Naturseen mit einer unverwechselbaren Fauna und Flora; MV als führende Naturdestination • Wassersportanbieter bescheinigen MV eine hohe Wettbewerbsfähigkeit im Vergleich zu anderen Destinationen • Wachsende Nachfrage nach Stand-Up-Paddling (SUP) und E-Antrieben von Wassersportgeräten (z.B. E-Foils) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr kurze Saison für Wassersport in MV • Gefahr von Nutzungskonflikten durch die zunehmende Intensität der Nutzung von niedrigschwelligen Wassersportgeräten (z.B. SUPs oder E-Foils); keine klaren rechtlichen Regelungen für neue Wassersportarten und -geräte • Vielzahl an unterschiedlichen Vorschriften aus Gästesicht wenig transparent (z.B. Verbote und Genehmigungsverfahren im Tauchtourismus) • Kaum Fördermöglichkeiten für Wassersportvereine zur wassertouristischen Ausrichtung • Begrenzte Ausbildungskapazitäten an Wassersportschulen • Konkurrenz durch internationale Wassersportreviere (z.B. Ägypten im Segment Tauchen oder Spanien, Griechenland im Segment Surfen) • Einzelne Wassersportsegmente sind tendenziell Nischen- und Insidermärkte mit jeweils geringen Nachfragepotenzialen
ANGEBOTE UND INFRASTRUKTUR	
<ul style="list-style-type: none"> • Breites Angebot und Möglichkeiten an Aktivitäten wie Segeln, Windsurfen, Kiten und Tauchen durch verschiedene Gewässerarten • Vielzahl an professionellen Wassersportanbietern an der Küste und im Binnenland • Chance: Verknüpfung von Wassersport und Naturschutz/Umweltbildung zur Sensibilisierung von Gästen und Einheimischen (z.B. Naturschutztauchen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr heterogene Unternehmensstruktur und damit verbundene Professionalitäts- und Qualitätsunterschiede im Wassersport • Unzureichend geeignete Zugänge zu Wassersportspots und -zonen; Wassersport- und Badezonen nicht ausreichend beschildert (z.B. Kitezonen, Tauch- und Angelplätze) • Unzureichende Infrastruktur auf Parkplätzen in Wassersportgebieten (Mülleimer, E-Ladesäulen, WCs etc.); fehlende Anbindung der meisten Wassersportgebiete an das Bahnnetz • Auswirkungen von Umweltbelastungen und Klimaveränderungen auf Gewässer • Onlinebuchbarkeit der Wassersportangebote ausbaufähig, ggf. Bündelung durch DMOs sinnvoll

6. Angeltourismus

Stärken und Chancen	Schwächen und Herausforderungen
ALLGEMEINES	
<ul style="list-style-type: none"> • MV als eine der führenden Regionen für den Angeltourismus in Deutschland • Vielfältige Angelgewässer mit zahlreichen Seen, Flüssen und Küstengewässern, die sowohl für das Süßwasser- als auch das Salzwasserangeln attraktiv sind. Besonderes Potenzial in der Peene, der Müritz und den Küstengewässern der Ostsee • Besonderheit: Touristenfischereischein bietet erleichterten Zugang für Anfänger und Gelegenheitsangler (neben MV nur in wenigen anderen Bundesländern in Deutschland); kann seit Dez 2024 auch online erworben werden • Nachfrage nach Angelkarten und Touristenfischereischeinen stabil, besonders an Binnengewässern (eher sinkende Nachfrage für Küstenangeln); Angeln als beliebte Aktivität bei der einheimischen Bevölkerung • Chance: Nachhaltiges Management der Fischbestände durch das LALLF 	<ul style="list-style-type: none"> • Angeln als Nischenthema für den MV-Tourismus (nur 3 % der Gäste angeln im Urlaub, allerdings mit starken regionalen und lokalen Unterschieden) • Fehlendes klares Markenprofil im Vergleich zu Wettbewerbsregionen wie Schleswig-Holstein oder Skandinavien • Nutzungskonflikte: hoher Druck durch gewerbliche Fischerei und touristische Nutzung führt zu Konflikten in bestimmten Regionen • Sinkende Fischbestände in MV (insbesondere bei Hechten) – daher Verlust der zuvor hohen Wettbewerbsposition an andere Regionen (z.B. niederländisches Rhein-Delta) • Mangelnde Kompetenz bzw. Kenntnisse über örtliche Ge- und Verbote, besonders bei Gästen mit Touristenfischereischein
ANGEBOTE UND INFRASTRUKTUR	
<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Dichte an Gewässern, die für Angler zugänglich sind, inklusive Pachtgewässer und öffentlich zugängliche Seen; breites Angebot für unterschiedliche Zielgruppen • Qualitätssiegel „Angelurlaub MV – Geprüfte Qualität“; 40 speziell auf Angeltouristen ausgerichtete und zertifizierte Unterkünfte in MV (Tendenz eher rückläufig); auch für Tourist-Informationen möglich (derzeit 9 TIs zertifiziert) • Lokale Angelanbieter und Angelguides sorgen für persönliche Erlebnisse und Angebote • Digitalisierung der Angelgewässer durch das LALLF für 2025 in Planung • Chance: Kombiangebote – Angeln lässt sich gut mit anderen touristischen Aktivitäten wie Bootstouren oder Naturerkundung verbinden 	<ul style="list-style-type: none"> • Saisonale Einschränkungen durch Schonzeiten und Witterung verringern die Nutzbarkeit des Angebots • Abnehmende Fischbestände und schlechter Zustand der Gewässer, vor allem in der Ostsee, aber auch zunehmend in Binnengewässern; Angeltouren an der Küste kaum noch attraktiv • Deutlicher Anbieterückgang in den Küstenrevieren, daher nur noch Konzentration auf wenige Regionen im Binnenland (Schwerpunkt Großseen) • Fehlende Bündelung von Gewässerinformationen und Buchungsmöglichkeiten (z. B. Angelplätze, Bootsverleih, Angelguides, Fischereischeine) • fehlende multilinguale Informationsmaterialien, um internationale Gäste besser zu erreichen

V. WIRTSCHAFTLICHKEITSANALYSE FÜR DIE BRANCHE

Das Tourismus- und Freizeitengagement von Orten und Regionen zahlt sich für alle Branchen aus und steigert gleichzeitig die Attraktivität und Lebensqualität für Einheimische und Gäste – das gilt auch für den Wassertourismus. Deshalb lohnen sich Investitionen von Kommunen und Unternehmen in die wassertouristische Angebots- und Infrastruktur ebenso wie die Entwicklung konkreter Produkte und eine entsprechende Vermarktung.

Umso wichtiger ist es, die Wirkung und Relevanz des Wassertourismus im Untersuchungsgebiet deutlich zu machen. Denn er bringt über die Ausgaben der Gäste Umsätze in die Region und leistet über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Zudem bietet er Menschen vieler unterschiedlicher Berufsqualifikationen Beschäftigung und Einkommen. Dabei schafft und sichert er ortsgebundene Arbeitsplätze.

Wassertouristische Angebote stellen einen wesentlichen Besuchs- und Buchungsgrund für Gäste in Mecklenburg-Vorpommern dar. Durch die Angebote der wassertouristischen Akteure werden sowohl Übernachtungs- als auch Tagesausflugsgäste angesprochen. Sie beleben Orte und Regionen und tätigen Ausgaben nicht nur auf Grund ihrer direkten wassertouristischen Aktivität, sondern auch darüber hinaus – etwa für Übernachtung, Gastronomie, Einkäufe, etc. Von diesen profitieren wiederum direkt und indirekt zahlreiche Akteure im gesamten Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern.

Nachfragevolumen im Wassertourismus

Die Ermittlung der wassertouristischen Nachfrage basiert auf den Ergebnissen der Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/23. Wie bereits zuvor aufgezeigt, können hier Aussagen zu folgenden beiden **Aktivitätsclustern** abgeleitet werden:

- **„Wassersport & Angeln“** (dazu zählen die Einzelaktivitäten „Wassersport mit Motor“, „Wassersport ohne Motor“ und „Angeln“),
- **„Schifffahrt & Bootstour“**.

Diese Werte wurden mit den vorliegenden Nachfragedaten aus der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern“ aus dem Jahr 2022 abgeglichen und neu gewichtet, um Detailaussagen zur Bedeutung verschiedener Nachfragesegmente (Übernachtungsgäste, Tagesreisen, Verwandten-/Bekanntebesuche/VFR) treffen zu können. Zusätzlich sind ein Abgleich und eine Plausibilisierung mit anderen Datenquellen erfolgt. Eine separate Ausweisung von Küsten- und Binnenrevieren ist aufgrund der Datenbasis nicht möglich.

In der Gästebefragung MV wurde die Häufigkeit der Ausübung einzelner Aktivitäten in „häufig“ und „gelegentlich“ unterschieden. Hierfür wurden zur Ermittlung der Nachfrage folgende Annahmen für Übernachtungs- und Tagesgäste getroffen:

- Für **Übernachtungsgäste (inkl. Verwandten- und Bekanntenbesuche)** bedeutet die Angabe „häufig“, dass eine wassertouristisch relevante Aktivität an 50 % der Aufenthaltstage ausgeführt wurde. Für die Angabe „gelegentlich“ wurde eine entsprechende Häufigkeit von einem Tag pro Gesamtaufenthalt angenommen.
- Für Tagesgäste wurden die Häufigkeiten aus der Gästebefragung übernommen. Hier wurden aber nur die Anteilswerte für die Angabe „häufig“ berücksichtigt und als wassertouristisch relevante Tagesreise in die Berechnung aufgenommen.

Nachfragevolumen im Segment „Wassersport & Angeln“

Der Anteil der Aktivitäten im Marktsegment „Wassersport & Angeln“ an allen Aktivitäten im MV-Tourismus beträgt 14,8 %. Davon gaben

- 4,7 % an, häufig Aktivitäten in dem Bereich „Wassersport & Angeln“ auszuüben. Unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer (Übernachtungsgäste: 4,1 Tage; VFR: 3 Tage; Tagesgäste: 1 Tag) und der angenommenen Häufigkeit von 50 % der Aufenthaltstage entspricht dies einem Nachfragevolumen von 4,4 Mio. Aufenthaltstagen.
- 10,1 % an, gelegentlich Aktivitäten in dem Bereich „Wassersport & Angeln“ auszuüben. Unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer (Übernachtungsgäste: 4,1 Tage; VFR: 3 Tage) und der angenommenen Häufigkeit von einem Aufenthaltstag entspricht dies einem Nachfragevolumen von 1,5 Mio. Aufenthaltstagen.

Zusammen ergibt sich ein Volumen von 5,9 Mio. touristischen Aufenthaltstagen in Mecklenburg-Vorpommern, an denen eine Aktivität im Segment „Wassersport & Angeln“ ausgeübt wird.

Nachfragevolumen im Segment „Schifffahrt & Bootstour“

Der Anteil der Aktivitäten im Marktsegment „Schifffahrt & Bootstour“ an allen Aktivitäten im MV-Tourismus beträgt 38,8 %. Davon gaben

- 4,2 % an, häufig Aktivitäten in dem Bereich „Schifffahrt & Bootstour“ auszuüben. Unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer (Übernachtungsgäste: 4,1 Tage; VFR: 3 Tage; Tagesgäste: 1 Tag) und der angenommenen Häufigkeit von 50 % der Aufenthaltstage entspricht dies einem Nachfragevolumen von 4,0 Mio. Aufenthaltstagen.
- 34,6 % an, gelegentlich Aktivitäten in dem Bereich „Schifffahrt & Bootstour“ auszuüben. Unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer (Übernachtungsgäste: 4,1

Tage; VFR: 3 Tage) und der angenommenen Häufigkeit von einem Aufenthaltstag entspricht dies einem Nachfragevolumen von 5,1 Mio. Aufenthaltstagen.

Zusammen ergibt sich ein Volumen von 9,1 Mio. touristischen Aufenthaltstagen in Mecklenburg-Vorpommern, an denen eine Aktivität im Segment „Schifffahrt & Bootstour“ ausgeübt wird.

Nachfragevolumen im Wassertourismus in MV insgesamt (Aufsummierung)

Summiert man die Werte aus beiden Marktsegmenten zusammen, ergibt sich ein gesamtes **wassertouristisches induziertes Nachvolumen von 15,1 Mio. touristischen Aufenthaltstagen**, die in Mecklenburg-Vorpommern mit mind. einer Aktivität aus den Segmenten „Wassersport & Angeln“ und/oder „Schifffahrt & Bootstour“ verbracht werden. Davon entfallen

- 7,9 Mio. auf Übernachtungsgäste,
- 1,4 Mio. Aufenthaltstage auf Verwandten-/Bekanntebesuche (VFR) sowie
- 5,8 Mio. Aufenthaltstage auf Tagesgäste.

Verglichen mit den gesamten touristischen Nachfragevolumen in Mecklenburg-Vorpommern entfallen damit **rund 12 % der Aufenthaltstage im MV-Tourismus** auf den Wassertourismus bzw. die beiden wassertouristischen Aktivitäten „Wassersport & Angeln“ sowie „Schifffahrt & Bootstour“.⁷⁰

Ausgaben und Umsätze durch wassertouristische Gäste

Für den Übernachtungs- und Tagestourismus wurden aus der Gästebefragung MV 2022/23 die Tagesausgabenwerte für die Aktivitätscluster „Wassersport & Angeln“ sowie „Schifffahrt & Bootstour“ genutzt. Sie sind in die folgenden Bereiche unterteilt:

- Unterkunft,
- Verpflegung,
- Gastronomie,
- Lebensmittel,
- Sonstige Einkäufe,
- Freizeit,
- Transport,
- Dienstleistungen.

⁷⁰ Orientierungswert; vgl. dwif 2023: Wirtschaftsfaktor Tourismus für Mecklenburg-Vorpommern 2022

Die Ergebnisse aus der Gästebefragung wurden mit den Werten aus der Studie „Wirtschaftsfaktor MV 2022“ gewichtet, um eine bessere Vergleichbarkeit mit anderen Berechnungen sowie Ableitungen von Ausgaben für die Segmente Übernachtungstourismus, Tagestourismus und VFR zu gewährleisten. Da in die Ermittlung des landesweiten Wirtschaftsfaktors Tourismus eine Vielzahl an Primärdaten aus anderen Gästebefragungen einfließen, ist das Ergebnis so noch plausibler und differenzierter. Die wassertouristische Spezifik ergibt sich aus der Verschneidung mit den Ergebnissen der Sonderauswertung aus der Gästebefragung MV.

Durch Zusammenführung von Nachfragevolumen und Ausgabeverhalten werden in der Folge die wassertouristisch bedingten Gesamtumsätze ermittelt.

Ausgaben und Umsätze im Segment „Wassersport & Angeln“

Durch die Ausgaben der Gäste, die eine Aktivität im Segment „Wassersport & Angeln“ ausgeübt haben, entstehen folgende Effekte:

- Pro Kopf und Aufenthaltstag werden im Durchschnitt 54,00 Euro ausgegeben. Bei Übernachtungsgästen sind die Ausgaben durchschnittlich 88,20 Euro höher als bei Verwandten- und Bekanntenbesuchern oder Tagesgästen (jeweils 29,40 Euro).
- Insgesamt entstehen aus der Verschneidung der ermittelten Aufenthaltstage mit den Tagesausgaben Bruttoumsätze in Höhe von 319,4 Mio. Euro, die durch wassertouristische Aktivitäten im Segment „Wassersport & Angeln“ in Mecklenburg-Vorpommern generiert werden.

Bruttoumsätze im Segment „Wassersport & Angeln“ = 319,4 Mio. Euro

Ausgaben und Umsätze im Segment „Schifffahrt & Bootstour“

Durch die Ausgaben der Gäste, die eine Aktivität im Segment „Schifffahrt & Bootstour“ ausgeübt haben, entstehen folgende Effekte:

- Pro Kopf und Aufenthaltstag werden im Durchschnitt 73,70 Euro ausgegeben. Bei Übernachtungsgästen sind die Ausgaben mit durchschnittlich 121,20 Euro höher als bei Verwandten- und Bekanntenbesuchern oder Tagesgästen (jeweils 32,30 Euro).
- Insgesamt entstehen aus der Verschneidung der ermittelten Aufenthaltstage mit den Tagesausgaben Bruttoumsätze in Höhe von 673,5 Mio. Euro, die durch wassertouristische Aktivitäten im Segment „Schifffahrt & Bootstour“ in Mecklenburg-Vorpommern generiert werden.

Bruttoumsätze im Segment „Schifffahrt & Bootstour“ = 673,5 Mio. Euro

Bruttoumsätze im Wassertourismus in MV insgesamt (Aufsummierung)

Zusammengefasst wird an Tagen, an denen Gäste in Mecklenburg eine wassertouristische Aktivität ausüben, ein **Bruttoumsatz in Höhe von 992,9 Mio. Euro** erwirtschaftet. Davon entfallen

- 771,3 Mio. Euro auf Übernachtungsgäste,
- 43,6 Mio. Euro auf VFR-Gäste (Verwandten- und Bekanntenbesuch) sowie
- 178,0 Mio. Euro auf Tagesgäste.

Verglichen mit den gesamten durch den Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern generierten Wertschöpfungseffekten entfallen damit **rund 14 % des Gesamtumsatzes aus dem MV-Tourismus** auf den Wassertourismus bzw. die beiden wassertouristischen Aktivitäten „Wassersport & Angeln“ sowie „Schiffahrt & Bootstour“.⁷¹

Profitierende Branchen

Auf Basis der wassertouristisch induzierten Umsätze können auch die Umsatzanteile für die einzelnen, von den Ausgaben der Wassertouristen profitierenden Branchen ausgewiesen werden.

- Das **Gastgewerbe** ist mit einem Anteil von 53,1 % Hauptprofiteur. Insgesamt entfallen 527,6 Mio. Euro Bruttoumsatz aus dem Wassertourismus auf die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe in Mecklenburg-Vorpommern. In den Umsätzen sind auch etwaige Verpflegungsarrangements von Übernachtungsgästen enthalten (z.B. Frühstück, Halbpension).
- Dem **Einzelhandel** kommen 24,9 % bzw. 247,2 Mio. Euro der wassertouristisch bedingten Umsätze zugute.
- Der Umsatzanteil der **sonstigen Dienstleistungsbereiche** (darunter fallen wassertouristische Angebote wie Tickets für Touren oder Kurs- und Verleihgebühren, aber auch weitere Kosten für Freizeit und Unterhaltung, ÖPNV, Parkgebühren, etc.) liegt bei 22,0 %. Das entspricht einem Bruttoumsatz von 218,1 Mio. Euro.

Durch vielfältige Vorleistungsverflechtungen entstehen darüber hinaus Umsätze in anderen, nicht primär touristischen Branchen. Diese werden im nächsten Schritt im Rahmen der Umwegrentabilität berücksichtigt und gesondert ausgewiesen.

⁷¹ Orientierungswert; vgl. dwif 2023: Wirtschaftsfaktor Tourismus für Mecklenburg-Vorpommern 2022

Einkommens- bzw. Wertschöpfungseffekte

Aus den errechneten Gesamtumsätzen lässt sich anhand von branchenspezifischen Kostenstrukturen die Wertschöpfung (Löhne, Gehälter, Gewinne) ableiten. Dafür wird vom Bruttoumsatz die Mehrwertsteuer, gewichtet nach den profitierenden Branchen, abgezogen. Von den wassertouristisch induzierten Bruttoumsätzen in Höhe von 992,9 Mio. Euro fließen gut 116,3 Mio. Euro an Mehrwertsteuer an den Bund. Als Differenz verbleibt ein **Nettoumsatz von 876,6 Mio. Euro**.

Von diesem Nettoumsatz werden im nächsten Schritt die Vorleistungen, die für Lieferanten von Waren und Dienstleistungen anfallen, abgezogen. Die Quantifizierung erfolgt mit Hilfe von individuellen, branchenspezifischen Wertschöpfungsquoten. Für den Wassertourismus lassen sich somit Vorleistungen im Wert von etwa 588,2 Mio. Euro ermitteln. Zieht man diese vom Nettoumsatz ab, enthält man in der ersten Umsatzstufe ein direktes Einkommen von rund 288,4 Mio. Euro. In der zweiten Umsatzstufe entsteht wiederum ein indirektes Einkommen bei den Lieferanten von Waren und Dienstleistungen von anteilig rund 176,5 Mio. Euro. Die Summe aus der 1. und der 2. Umsatzstufe ist die gesamte Wertschöpfung, die aus den wassertouristischen Aktivitäten in Mecklenburg-Vorpommern resultiert.

Einkommens- und Wertschöpfungseffekte aus dem Wassertourismus in MV = 464,9 Mio. €.

Beschäftigungs- und Steuereffekte

Exakte Beschäftigtenzahlen zum Wassertourismus lassen sich – wenn überhaupt – nur durch sehr umfangreiche Erhebungen ermitteln. Dennoch ist es möglich, mit Hilfe von Kennziffern und Erfahrungswerten, das durch den touristischen Einkommensbeitrag bedingte Äquivalent an **Personen, die durch den Wassertourismus ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Primäreinkommen bestreiten können**, zu bestimmen. Bei einem durchschnittlichen Primäreinkommen in Mecklenburg-Vorpommern von 24.213,00 Euro pro Kopf im Jahr 2022⁷² ergibt sich aus den oben genannten Wertschöpfungseffekten **Beschäftigungsäquivalent von 19.198 Personen**.

Auch das aus dem Tourismus resultierende Steueraufkommen lässt sich überschlägig ermitteln. Hier wird allein aus Mehrwertsteuer (umsatzsteuerbereinigt) und Einkommensteuer (nur der Eingangssteuersatz) ein Steueraufkommen von rund 93,0 Mio. € erreicht, welches aus Mecklenburg-Vorpommern an den Fiskus fließt.

⁷² vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2024.

Wirtschaftliche Effekte im Vergleich

Ein direkter Vergleich zu den Vorgängerstudien lässt sich nur annäherungsweise anstellen. Zwar wurde in der Studie „Entwicklungschancen des maritimen Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern“ von 2009 ein sehr ähnlicher methodischer Ansatz zur Ermittlung der wirtschaftlichen Effekte angewendet, die Daten umfassen jedoch deutlich mehr Segmente und sind in den untersuchten Segmenten teilweise lückenhaft. Daher ist die Gesamtzahl von 473,9 Mio. Euro Gesamtumsatz aus dem maritimen Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern nur wenig aussagekräftig im Hinblick auf das aktuelle Studiendesign. Schaut man auf einzelne Branchensegmente, so lassen sich aber gute **Orientierungswerte** ableiten:

- Relativ gut vergleichbar sind die Ergebnisse für das Aktivitätscluster „Wassersport & Angeln“, das in der Studie von 2009 in etwa die gleichen Segmente umfasst wie der dort definierte Bereich „Bootstourismus, Marinas, Wassersport“. ⁷³ Damals ermittelte die Studie einen Gesamtumsatz in diesem Teilsegment von 217,6 Mio. Euro – also rund 100 Mio. Euro weniger als in der vorliegenden Studie. Demnach ist der **Gesamtumsatz in den Bereichen Wassersport und Angeln zwischen 2009 und 2024 um knapp 50 % angestiegen**. Die Inflationsrate lag im gleichen Zeitraum bei ca. 33 % - kann die Zuwächse also nur zum Teil erklären. Da auch die Anbieterzahl in diesem Teilsegment seit 2009 relativ stabil geblieben ist, bedeutet dies, dass die vorhandenen wassertouristischen Betriebe **pro Unternehmen für höhere Umsatz- und Einkommenseffekte** in Mecklenburg-Vorpommern sorgen.
- Nur bedingt vergleichbar sind hingegen die Daten für das Aktivitätscluster „Schifffahrt & Bootstour“. Zwar wurden auch 2009 die Segmente Fahrgastschifffahrt und Traditionsschifffahrt in die Berechnung der wirtschaftlichen Effekte einbezogen, allerdings wurden hier nur die direkten Umsätze in den Betrieben und Reedereien selbst berücksichtigt. Die indirekten Ausgaben von Gästen, die eine Schifffahrt unternommen haben, sind aufgrund fehlender Daten nicht in die Berechnung eingeflossen (z.B. Ausgaben für Unterkunft, Verpflegung, sonstige Dienstleistungen). In der vorliegenden Studie hingegen, machen gerade diese Ausgaben einen großen Teil der wirtschaftlichen Effekte in diesem Teilsegment aus, da sämtliche Ausgaben für den Tag der Schifftour in die Berechnung eingeflossen sind. Die 2009 ermittelten Umsätze von 56,3 Mio. Euro fallen dadurch deutlich geringer aus als die Umsatzwerte aus der aktuellen Berechnung (673,5 Mio. Euro).
- In der Studie 2009 wurden zudem auch Umsätze für die Segmente Fährschifffahrt, Kreuzschifffahrt und Flusskreuzschifffahrt sowie für die Segmente maritime Veranstaltungen und maritime Museen ermittelt, die in der aktuellen Erhebung und Berechnung nicht inbegriffen waren.

Ein Vergleich zur Studie „Wirtschaftliche Effekte des Tourismus in Berlin-Brandenburg“ ist aus Gründen der unterschiedlichen Erhebungsmethodik nicht möglich. Hier basieren die Wertschöpfungseffekte zum großen Teil auf den Angaben der wassertouristischen Unternehmen, die mit Ausgabenwerten von Boots- und Kanutouristen aus dem Jahr 2009 (aktualisiert auf Basis des

⁷³ Nicht eindeutig ersichtlich ist dabei lediglich, ob auch der Angelsport in den Ergebnissen mit abgebildet ist.

Verbraucherpreisindex) hochgerechnet wurden. Die Ausgabenwerte sind nicht direkt mit der vorliegenden Berechnung vergleichbar, da sie Durchschnittswerte darstellen und nicht – wie für Mecklenburg-Vorpommern – differenziert nach Tages- und Übernachtungsgästen. Zudem kann vermutet werden, dass es bei der gewählten Methodik zu Überschneidungen kommt, da Ausgaben für die Bootsmiete sowohl in den Gästebudgets als auch in den Umsätzen der Vermieter enthalten sind. Ein weiterer Unterschied liegt in der Segmentabgrenzung: Während in Berlin-Brandenburg nur der kommerzielle Bootscharter- und Kanumiettourismus in den Berechnungen berücksichtigt wurde, verfolgt die vorliegende Studie einen umfassenderen Ansatz. Zusätzlich werden hier auch Bootsurlauber mit eigenem Boot sowie weitere Wassersportsegmente (z.B. Segeln, Surfen, Tauchen, Angeln) integriert. Für die Fahrgastschiffahrt erfasst die Studie aus Berlin-Brandenburg nur Ausgaben auf dem Fahrgastschiff, also vermutlich nur die Kosten für das Ticket und die Verpflegung an Bord, nicht jedoch landseitige Umsätze vor und nach der Bootstour – auch das ist ein entscheidender Unterschied zur vorliegenden Berechnung für Mecklenburg-Vorpommern.

Allerdings lohnt sich ein Vergleich mit den wirtschaftlichen Effekten anderer Tourismussegmente in Mecklenburg-Vorpommern. Dennoch fällt etwa der **Wertschöpfungsbeitrag aus dem Radtourismus deutlich höher** aus. Wie eine Studie aus dem Jahr 2023 aufzeigt, generiert der Radtourismus im engeren Sinn in Mecklenburg-Vorpommern einen Umsatz von 705 Mio. Euro pro Jahr – inflationsbereinigt beläuft sich der Wert sogar auf knapp 800 Mio. Euro. Verglichen mit dem Wassertourismus im engeren Sinn (hier: Aktivitätscluster „Wassersport & Angeln“) zeichnet der Radtourismus im engeren Sinn demnach für die zweieinhalbfache Umsatzwirkung verantwortlich. Ein ähnliches Verhältnis ergibt sich für den Radtourismus im weiteren Sinne: Mit Bruttoumsätzen von 1,1 Mrd. Euro (inflationsbereinigt 1,3 Mrd. Euro) liegen die Werte auch hier über dem Gesamtumsatz aus dem Wassertourismus von knapp 1 Mrd. Euro.⁷⁴

Zusammenfassung

In Mecklenburg-Vorpommern wird an rund 15,1 Mio. touristischen Aufenthaltstagen eine wassertouristische Aktivität ausgeübt. Damit entfallen ca. 12 % des Nachfragevolumens im MV-Tourismus auf den Wassertourismus. Die Branche erwirtschaftet dabei einen Bruttoumsatz in Höhe von knapp 1 Mrd. Euro, was einem Anteil von ca. 14 % an den gesamten touristischen Umsätzen im Land entspricht. Etwa ein Drittel der Umsätze gehen auf die Aktivität „Wassersport & Angeln“ zurück, zwei Drittel auf Aktivitäten rund um das Segment „Schiffahrt & Bootstour“. Abzüglich der Vorleistungen und Mehrwertsteuer betragen die Wertschöpfungseffekte, die direkt oder indirekt zu Einkommen werden, 465 Mio. Euro. Damit können rund 19.000 Personen mit einem durchschnittlichen Primäreinkommen ihren Lebensunterhalt bestreiten.

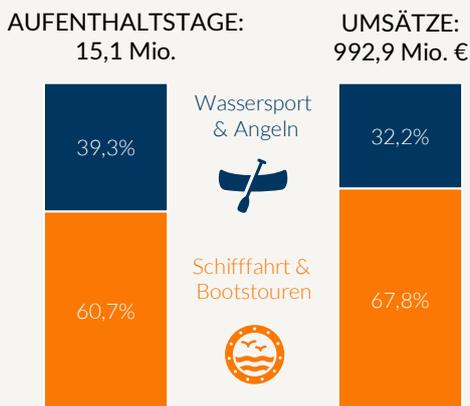
⁷⁴ absolutGPS und dwif 2023: Radverkehrsuntersuchung Mecklenburg-Vorpommern 2020–2022; Werte für 2022

Abb. 18: Wirtschaftsfaktor Wassertourismus in MV
Wassertouristisch induzierte Umsätze nach Marktsegmenten 2024

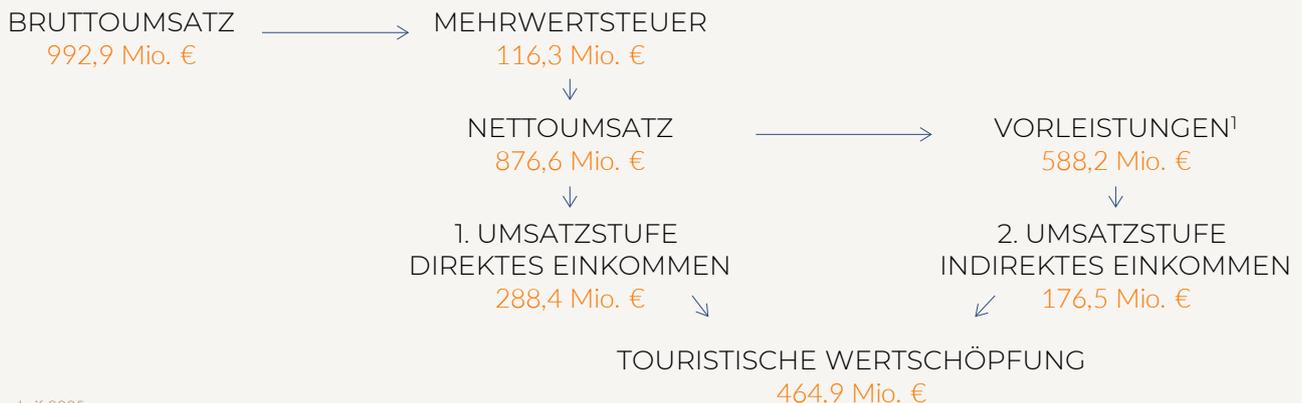
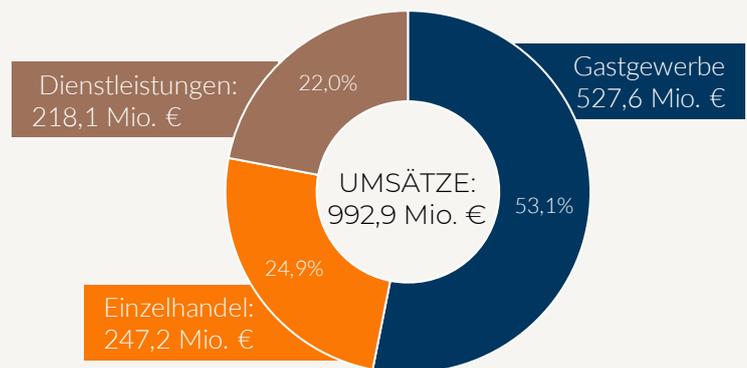
	MARKTSEGMENT	AUFENTHALTSTAGE	X	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
	WASSERSPORT & ANGELN					
	Übernachtungsgäste in gewerblichen und privaten Unterkünften; inkl. Camping	2,47 Mio.	x	88, ²⁰ €	=	217,9 Mio. €
	Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden (VFR)	0,39 Mio.	x	29, ⁴⁰ €	=	11,6 Mio. €
	Tagesreisen	3,06 Mio.	x	29, ⁴⁰ €	=	89,9 Mio. €
GESAMT		5,92 Mio.				319,4 Mio. €
	SCHIFFFAHRT & BOOTSTOUR					
	Übernachtungsgäste in gewerblichen und privaten Unterkünften; inkl. Camping	5,41 Mio.	x	102, ²⁰ €	=	553,4 Mio. €
	Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden (VFR)	0,99 Mio.	x	32, ³⁰ €	=	32,0 Mio. €
	Tagesreisen	2,73 Mio.	x	32, ³⁰ €	=	88,1 Mio. €
GESAMT		9,13 Mio.				673,5 Mio. €

Quelle: dwif 2025. Daten: Wirtschaftsfaktor Tourismus für Mecklenburg-Vorpommern 2022, Sonderauswertung Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/2

Anteile der Marktsegmente



Profitierende Branchen



Quelle: dwif 2025

VI. POTENZIALANALYSE FÜR DIE BRANCHE

Wie die Ergebnisse der Analysen und der Berechnung der wirtschaftlichen Effekte eindrucksvoll ergeben: Der Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern hat eine enorme Bedeutung für das gesamte Urlaubsland MV und hohes Potenzial für die nächsten Jahre. Andererseits steht die Branche vor gravierenden Problemen und Herausforderungen, die es zu lösen gilt.

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden daher die wesentlichen Stellschrauben für die künftige Weiterentwicklung des Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern herausgearbeitet und mit zahlreichen wassertouristischen Akteuren und Akteurinnen im Rahmen eines Think Tanks am 12. März 2025 in Waren (Müritz) diskutiert. Herausgekommen sind **13 Schlüsselmaßnahmen in drei Handlungsfeldern**, die als Leitplanken für die nächsten Jahre dienen sollen. Sie benennen diejenigen Aufgaben, die das Land Mecklenburg-Vorpommern mit all seinen Partnern selbst in der Hand hat bzw. wo die Hebelwirkung aus dem Land heraus am höchsten ist. Dazu werden konkrete Zuständigkeiten benannt und Schnittstellen zu weiteren Partnern ausgeführt.

Neben den konkreten Handlungsempfehlungen formuliert die Studie eine klare **Vision für den Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2040**, die ebenfalls gemeinsam mit den Workshop-Teilnehmenden erarbeitet wurde. Die Vision benennt den wünschenswerten Zustand aus Sicht der Branche und zeigt gleichzeitig den Weg in die Zukunft auf. Untersetzt mit sechs Leitlinien wird die Vision greifbar und mit konkreten Inhalten untersetzt. Sie bildet damit die Grundlage für die sich anschließenden Schlüsselmaßnahmen.

Sowohl die Vision als auch die Handlungsfelder und Maßnahmen orientieren sich an den Vorarbeiten aus dem **Nachbarrevier Berlin-Brandenburg**, wo im Rahmen der Wassertourismusstudie sowie nachfolgender Workshops ebenfalls an einer Vision und Handlungsfeldern gearbeitet wurde und noch immer wird. Hier ist in der Umsetzung eine intensive Zusammenarbeit bei gemeinsamen Themen unabdingbar, um mit den begrenzten Ressourcen bei all den Herausforderungen und Aufgaben voranzukommen. Die bestehende Kooperation „Deutschlands Seenland“ der Landestourismusorganisationen der Bundesländer Brandenburg, Berlin und Mecklenburg-Vorpommern bietet eine hervorragende Grundlage. Dort, wo eine Intensivierung der länderübergreifenden Zusammenarbeit zielführend ist, wurde dies gesondert kenntlich gemacht.

Nicht zuletzt die Vision als Leitstern für die nächsten Jahre wurde daher sehr eng an der für Brandenburg erarbeiteten Vorlage orientiert, im Rahmen des Think Tanks jedoch an die Bedürfnisse und Besonderheiten Mecklenburg-Vorpommerns angepasst.

Potenzialanalyse

VISION FÜR DEN WASSERTOURISMUS IN MECKLENBURG-VORPOMMERN 2040



Die Vision für den Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2040 lautet:

Der Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern ist von der Küste über die Binnengewässer mit den Nachbarrevieren Berlin und Brandenburg zu einem verbundenen Revier zusammengewachsen und Vorreiter für eine nachhaltige touristische Entwicklung.

Untersetzt wird die gemeinsame Vision von **sechs Leitlinien**:

(1) Der Wassertourismus in all seinen Facetten ist das imageprägende Element und Spitzenleistung für das Urlaubsland MV.

Das bedeutet die Stärkung und Integration aller Aktivitäten auf und am Wasser in die Markenführung und Marketingaktivitäten des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern. Ein besonderer Fokus liegt dabei zum einen auf der Betonung der maritimen Traditionen und des maritimen Flairs, zum anderen aber immer stärker auch auf dem Lifestyle am Wasser als zentralem Image- und Attraktivitätsfaktor für jüngere Zielgruppen. Leitspruch sollte 2040 für alle Gäste des Urlaubslandes lauten: „**Wer nicht auf dem Wasser war, war nicht in MV.**“

(2) Deutschlands Seenland ist das führende Wassertourismusrevier in Europa.

Das bedeutet, die Internationalisierung im Wassertourismus voranzutreiben und Mecklenburg-Vorpommern (gemeinsam mit Berlin und Brandenburg) als Top-of-Mind-Destination für das Wassererlebnis in Europa – auch außerhalb des DACH-Raums – zu etablieren. Im Rahmen der Kooperation stehen dabei die Reviergröße und zahlreichen Möglichkeiten durch den Gewässerverbund, die Vielseitigkeit und der Abwechslungsreichtum im Mittelpunkt.

(3) Mecklenburg-Vorpommern legt den Fokus auf einen grünen und naturnahen Wassertourismus.

Das bedeutet, die intakte Natur als zentrales Pfund und Leitmotiv für Wassertouristen anzuerkennen, zu schützen und respektvoll mit ihr umzugehen. Soweit möglich, werden die negativen Auswirkungen des Wassertourismus minimiert und umweltschonende, regenerative Aktivitäten und Maßnahmen gefördert. Dazu zählen die Förderung nachhaltiger Antriebsformen („Green Shipping“) und Klimaanpassungsprojekte ebenso wie der Erhalt der Sauberkeit in und an Gewässern und eine verstärkte Sensibilisierung der Gäste für das Thema Natur- und Umweltschutz.

(4) Unsere wassertouristisch relevanten Angebote und Infrastruktur spielen auf Top-Niveau im internationalen Wettbewerb mit.

Das bedeutet eine gut ausgebaute, wettbewerbs- und zukunftsfähige wassertouristische Infrastruktur, die neben allgemeinen Qualitätsstandards (z.B. Q-Label, Barrierefreiheit), auch innovative Ansätze im Blick hat, um mit der (internationalen) Konkurrenz mithalten zu können. Daneben sollen flächendeckende Serviceangebote auf dem Wasser und an Land den Standard für die Gäste erhöhen und weitere Wertschöpfungspotenziale erschließen (z.B. durch Angebotsvernetzung, bessere Mobilitätsangebote vor Ort).

(5) Unsere Branche ist in allen wichtigen Bereichen voll digitalisiert.

Das bedeutet eine umfassende Digitalisierungsoffensive für den Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern – wenn möglich im Verbund mit Berlin und Brandenburg zur Nutzung von Synergieeffekten. Im Mittelpunkt stehen dabei

- die Gästelenkung in Form digitaler Leitsysteme und Echtzeit-Prognosesysteme,
- die Verbesserung der Datenbestände für eine bessere Auffindbarkeit von wasser- und landseitigen Angeboten,
- die digitale Buchbarkeit und
- die Automatisierung von Prozessen.

(6) Der Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern ist ein attraktiver Wirtschaftszweig für Unternehmen und Mitarbeitende.

Das bedeutet gezielte Investitionen in die Zukunftsfähigkeit der Branche und ihrer Betriebe. Ein Hebel ist die gezielte Förderung von resilienten Strukturen sowie die Stärkung der Saisonunabhängigkeit im Wassertourismus. Als weiterer Schwerpunkt soll die Qualität der Arbeit in den wassertouristischen Unternehmen erhöht werden, um Personal besser akquirieren und halten zu können. Durch eine gezielte Netzwerkarbeit wird der Austausch in der Branche intensiviert, sodass Ideen und Ansätze schneller von anderen Akteuren übernommen werden können. Innovative Pilotprojekte unterstützen dabei, Maßnahmen zu erproben und bei Erfolg flächendeckend zu implementieren.

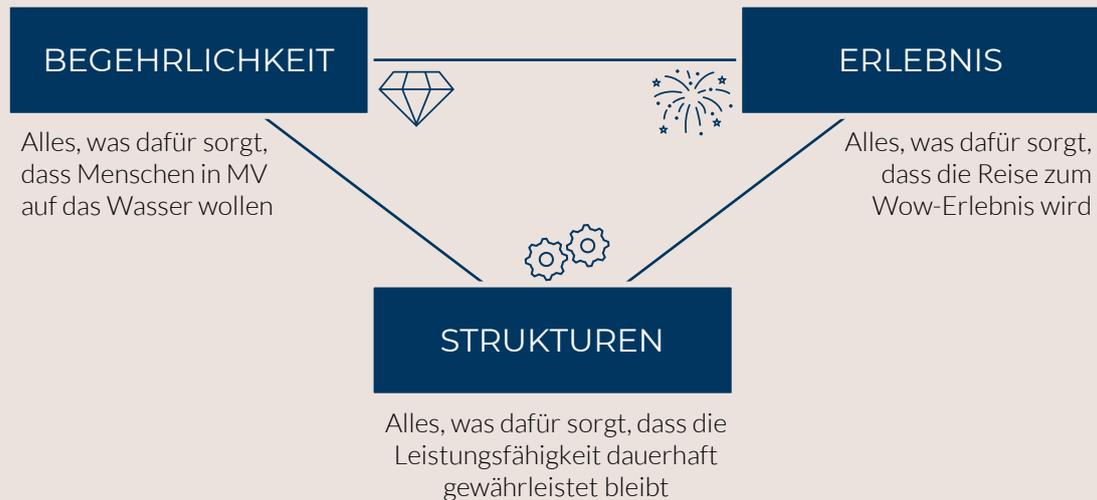
Potenzialanalyse

HANDLUNGSFELDER UND SCHLÜSSEL- MAßNAHMEN FÜR DIE WEITERENTWICKLUNG DES WASSERTOURISMUS IN MECKLENBURG-VORPOMMERN



Im Rahmen der Potenzialanalyse wurden gemeinsam mit der Branche Schwerpunktthemen für die Weiterentwicklung des Wassertourismus in MV identifiziert und mit Handlungsempfehlungen unteretzt, dessen Fokus auf einer realistischen Umsetzbarkeit liegt. Die auf dem Think Tank gesammelten Ideen wurden zu 3 Handlungsfeldern und 13 Schlüsselmaßnahmen verdichtet.

Die drei Handlungsfelder für den Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern sind:



- Das **Handlungsfeld „Begehrlichkeit“** sorgt dafür, dass Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern zum Leuchtturm-Angebot und „Must-Do“ für einen MV-Urlaub wird. Gäste sollen stärker motiviert werden, mindestens einmal während ihres Aufenthaltes einer wassertouristischen Aktivität nachzugehen. Unter dieses Handlungsfeld fallen Maßnahmen in den Bereichen Markenführung, Marketing und Vertrieb.
- Im **Handlungsfeld „Erlebnis“** dreht sich alles um ein lückenloses Reise- und Serviceerlebnis im Wassertourismus. Ziel ist die Sicherstellung einer wettbewerbsfähigen, überzeugenden Qualität entlang der gesamten wassertouristisch relevanten Servicekette, die nahtlos ineinandergreift. Der Fokus liegt dabei auf den zentralen Kontaktpunkten, die aus Gästesicht eine besonders große Bedeutung haben und damit am kritischsten für die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft sind. Zudem werden innovative Produkte und Serviceerlebnisse gefördert.
- Ziel des **Handlungsfeldes „Strukturen“** ist die dauerhafte Gewährleistung der Leistungsfähigkeit der Organisationsstrukturen im Wassertourismus als Basis für die Weiterentwicklung in den anderen Handlungsfeldern. Schwerpunkte sind hier die Stärkung der Interessenvertretung & Lobbyarbeit für die Branche, die Ausweitung von Netzwerken und Austauschformaten sowie eine bessere Koordination der wassertouristischen Aktivitäten in Mecklenburg-Vorpommern.

Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Begehrlichkeit“



(1) Schlüsselmaßnahme: Wasser als Lifestylefaktor für MV

Der Wassertourismus in MV soll durch eine intensiviertere Kampagnenarbeit noch sichtbarer werden und als zentraler Image- und Lifestylefaktor Mecklenburg-Vorpommerns stärker in den Köpfen von potenziellen Gästen verankert werden. Wassertouristische Angebote drücken dabei ein besonders positives und erstrebenswertes Lebensgefühl aus, das bei Aufenthalt oder Aktivitäten am, im oder auf dem Wasser erlebt werden kann. Wasser wird so zu einem Sehnsuchtsort, einem Leuchtturm für MV. Das passt gut zur Marke des Urlaubslandes, wo Wasser als Key Visual bereits die Markenpositionierung „Freiraum“ stützt. Hier jedoch noch stärker auch die wassertouristischen Aktivitäten im engeren und weiteren Sinne zu transportieren und zu Reiseanlässen zu machen, ist das Ziel dieser Maßnahme.

Das Hauptaugenmerk liegt auf der internationalen (mind. europaweiten) Ausweitung der Kampagnenarbeit mit dem Ziel, den Wassertourismus in MV auch im Ausland sichtbarer, bekannter und begehrlicher zu machen. Der Fokus auf die ausländischen Quellmärkte ist allerdings nicht als Ausschluss des deutschen Marktes zu verstehen, sondern vielmehr als gezielte Erweiterung der Zielgruppe. Gerade in der Internationalisierung werden die höchsten Nachfragepotenziale gesehen.

Die Internationalisierungsoffensive sollte möglichst im Verbund mit den Nachbarländern im Rahmen der Kooperation „Deutschlands Seenland“ erfolgen. Ziel muss es sein gerade im Ausland die Vorteile als verbundenes, abwechslungsreiches Revier gezielt hervorzuheben. Zudem kann dies auch die Position nach innen gegenüber weiteren Umsetzungspartnern stärken.

Federführung: Landestourismusorganisation



(2) Schlüsselmaßnahme: Wasser als Treiber für Lebensqualität und Tourismusbewusstsein

Diese Maßnahme setzt gezielt bei der lokalen Bevölkerung an und rückt den herausragenden Stellenwert des Themas Wasser für die Freizeit- und Lebensqualität in Mecklenburg-Vorpommern in den Fokus. Das Erlebnis am und auf dem Wasser kommt nicht nur Gästen von außerhalb zugute, sondern ist zentraler Bestandteil eines attraktiven und lebenswerten Wohn- und Freizeitumfelds. Durch die emotionale Aufladung des Themas Wasser als identitätsstiftender Erlebnisraum, der in MV allgegenwärtig ist, kann der Stolz auf die eigene Region vergrößert werden. Das stärkt das Tourismusbewusstsein der Bevölkerung und erhöht die Sensibilität für und Akzeptanz von Schutzmaßnahmen ebenso wie (wassertouristische) Infrastrukturprojekte.

Hier werden bereits bestehende Formate zur Stärkung der Lebensqualität und des Tourismusbewusstseins in Mecklenburg-Vorpommern genutzt und gezielt mit dem Thema Wasser aufgewertet.

Federführung: Destinationen, Landestourismusorganisation (beratend)



**(3) Schlüsselmaßnahme:
Neue Marketing- und Vertriebskanäle**

Um die Begehrlichkeit zu erhöhen und MV stärker mit dem Imagefaktor Wasser in Verbindung zu bringen, sollen neue Marketing- und Vertriebskanäle erschlossen werden. Ziel ist auch eine Ausweitung der wassertouristisch relevanten Zielgruppe – hin zu jüngeren, lifestyleaffinen Menschen. Dabei können Kooperationen mit Influencern helfen, authentische Erlebnisse auf und am Wasser als Kernkompetenz und Spitzenleistung Mecklenburg-Vorpommerns zu platzieren. Im Fokus stehen dabei vor allem niedrigschwellige Aktivitätsformen wie SUP, Kanu, Hausboot/Floß, etc. Auch die Erstellung von entsprechendem eigenem Content sowie die Ausspielung über Social-Media-Kanäle und andere Plattformen ist Teil der Maßnahme.

Hierzu werden gezielte Kooperationen mit wassertouristischen Anbietern und der Bevölkerung („Local Heros“) angestrebt, die das Storytelling durch eigene Erfahrungen und Geschichten authentischer und zielgruppengerechter gestalten.

Federführung: Landestourismusorganisation (Ausland), Destinationen (Inland)

Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Erlebnis“



(4) Schlüsselmaßnahme: Servicequalität im Wassertourismus erhöhen

Ziel ist die Verbesserung der Gästezufriedenheit im Wassertourismus und damit die Erhöhung der Wahrscheinlichkeit einer Weiterempfehlung. Dazu ist es notwendig, das Reiseerlebnis möglichst reibungslos zu organisieren und kritische Stellen in der Servicekette, die erfolgskritisch sind und gleichzeitig häufig zu einem negativen Erlebnis führen, gezielt zu optimieren. Zu diesen sogenannten „Pain Points“ zählen beispielsweise die Einweisung vor einer Hausboot- oder Kanutour, die Informationssuche nach landseitigen Angeboten am Hafenstandort, die Onlinebuchung eines Wassererlebnisses oder die Beantragung einer behördlichen Genehmigung im Angel- oder Tauchtourismus.

Um das Serviceerlebnis an diesen Punkten zu verbessern, sollen im Rahmen dieser Maßnahme zunächst relevante Kontaktpunkte/„Pain Points“ gemeinsam mit Betrieben und Gästen identifiziert werden, um dort mithilfe von einheitlichen Qualitätsstandards und Checklisten direkt anzusetzen.

Hierfür wird die vorhandene Partner-Plattform „Qualitätslose MV“ genutzt, um Anbietern die Möglichkeit einer Selbstbewertung anzubieten und weiterführende Empfehlungen zu geben. Dies kann in Form von definierten Standards für einzelne Kontaktpunkte, Leitfäden oder Checklisten, praxisnahen Lösungsansätzen/Best Practices oder auch Hinweisen auf externe Zertifizierungsanbieter geschehen.

Federführung: Landestourismusorganisation, Destinationen, Wirtschaftsministerium MV



(5) Schlüsselmaßnahme: Innovative Pilotprojekte

Der Wassertourismus ist mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert, die als einzelner Betrieb oder Akteur kaum lösbar sind. Vielmehr braucht es mutige, kreative und innovative Lösungsansätze, um in der Polykrise mit all ihren globalen, unüberschaubaren Entwicklungen voranzukommen. Insbesondere mit Blick auf die Vision und die dort verankerte Vorreiterschaft im nachhaltigen Wassertourismus ist dies für MV in Zukunft unabdingbar.

Hier setzt die fünfte Schlüsselmaßnahme an. Geplant ist die proaktive Suche nach möglichen Pilotprojekten, die innovative Lösungen für zentrale Herausforderungen im Wassertourismus bieten können. Wichtig ist dabei vor allem ein sektorübergreifender Ansatz, damit auch Fördermittel jenseits der klassischen Tourismusförderung genutzt werden können. Damit qualifizieren sich insbesondere folgende Themen:

- Elektromobilität/Ladeinfrastruktur,
- Gästelenkung und Besucherprognosen,
- Naturschutz und Naturbildung,
- Klimaanpassung wassertouristischer Infrastruktur,
- Kreislaufwirtschaft,
- Mobilitätsangebote an Land,
- Personalmangel bzw. Automatisierung von Prozessen und Abläufen,
- digitale Buchbarkeit,
- Wassertourismus als Gesundheitsvorsorge,
- etc.

Um hier in Bezug auf das Binnenland das volle Innovationspotenzial auszuschöpfen, sollten die Pilotprojekte möglichst im Rahmen der Kooperation „Deutschlands Seenland“ mit entwickelt und umgesetzt werden. Hier sind das vorhandene Wissen, die Netzwerke sowie die Start-Up-Landschaft in Berlin-Brandenburg von enormem Wert auch für Mecklenburg-Vorpommern. Umgekehrt profitiert das Nachbarrevier von wirtschaftlich starken Wassertourismus-Betrieben in MV als Umsetzungspartner.

Federführung: Wirtschaftsministerium MV, Landestourismusorganisation, Destinationen, Betriebe



(6) Schlüsselmaßnahme: Wasserspezifische Leitprodukte für die Marke Freiraum

Um die Relevanz des Wassertourismus zu stärken, braucht es Leitprodukte, die dem Thema Wasser bzw. Lifestyle am und auf dem Wasser ein Gesicht nach außen geben. Sie sollten daher eine überregionale Strahlkraft haben und positiv auf die Marke und die Markenpositionierung „Freiraum“ einzahlen.

Laut Markenhandbuch für die Urlaubsmarke sind Leitprodukte ganzheitliche Urlaubserlebnisse mit hoher Alleinstellung. Sie ...

- verkörpern die Werte der Urlaubsmarke,
- sind klar auf die Zielgruppe ausgerichtet,
- sind Reiseanlass und überregional bekannt – oder haben das Potenzial dazu,
- vermitteln regionale Besonderheiten/ Stärken,
- sind digital sichtbar und/oder buchbar,
- erfüllen in höchstem Maß die Ansprüche an Qualität und Nachhaltigkeit,
- dienen als Orientierung für die Entwicklung weiterer Produkte im Land,

- werden in das kommunikative Schaufenster gestellt.⁷⁵

Wasserspezifische Leitprodukte dienen also einerseits dazu, die Urlaubsmarke stärker emotional aufzuladen, verhelfen aber andererseits auch dem Wassertourismus zu mehr Reichweite, Sichtbarkeit und (internationaler) Strahlkraft. Zudem können sie dazu beitragen, die Qualität weiterer wassertouristischer Produkte und damit der gesamten Servicekette zu verbessern.

Federführung: Landestourismusorganisation, Destinationen, Betriebe



(7) Schlüsselmaßnahme: Angebotskombinationen ausbauen

Kombinierte Angebote, die zu einem Teil aus einer wassertouristischen Serviceleistung bestehen und zum anderen Teil aus einem Produktbestandteil eines anderen touristischen Segmentes (z.B. Radtourismus, Wandern, Kultur), können dazu beitragen, neue Zielgruppen für den Wassertourismus zu erschließen. Besonders positiv: Hier werden gezielt Gäste angesprochen, die bereits in Mecklenburg-Vorpommern Urlaub machen und/oder in der Regel aufgeschlossen sind für wassertouristische Aktivitäten.

Durch die Verbindung mehrerer Tourismussegmente entstehen zudem neue, zum Teil innovative Produkte, die einen Alleinstellungs- oder Leitproduktcharakter entfalten können. Da Wassertouristen ebenfalls ein hohes Interesse an anderen Aktivitätsclustern haben, sind die Effekte wechselseitig und können auch auf andere Segmente ausstrahlen. Der Fokus sollte hier zunächst auf wassernahen Produktbestandteilen liegen, beispielsweise die Kombination aus Kanu und Radfahren am Wasser, einer Bootstour mit integrierter naturkundlicher Führung, einer Stadtführung zu Fuß und auf dem Wasser oder einem Yogaevent mit Surf- und SUP-Festival am Wasser.

Federführung: Destinationen, Betriebe

⁷⁵ <https://urlaubsmarke.tourismus.mv/document/10#/markenerlebnis-1/urlaubserlebnisse>

Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Strukturen“



(8) Schlüsselmaßnahme: Zentrale Anlauf- und Koordinierungsstelle für den Wassertourismus

Dem Wassertourismus in MV fehlt bislang eine zentrale Anlaufstelle, bei der die Fäden, das Wissen und die Einzelaktivitäten von Betrieben, Verbänden, Organisationen, Destinationen und Kommunen zusammenlaufen. Daher soll unter Federführung des Wirtschaftsministeriums eine Koordinierungsstelle für den Wassertourismus geschaffen werden, die als zentraler Ansprechpartner für alle wassertouristisch relevanten Akteure im Land dient.

Sie soll an allen thematischen Aktivitäten rund um das Thema Wassertourismus beteiligt und beratend involviert sein – von der Planung und Umsetzung von Infrastrukturvorhaben über die Erarbeitung von (wasser-)touristischen Konzeptionen auf regionaler und lokaler Ebene bis zur Teilnahme an und aktiven Einbringung mv-spezifischer Beläge in (inter-)nationale Netzwerke und Branchenveranstaltungen. Zudem soll sie für die Fördermittelberatung und Bündelung von förderrelevanten Projektvorhaben zur Verfügung stehen.

Federführung: Wirtschaftsministerium MV



(9) Schlüsselmaßnahme: Lobbyarbeit für die Wassertourismusbranche intensivieren

Derzeit ist die Interessenvertretung für den Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern trotz der immensen Bedeutung und Wirtschaftskraft stark ausbaufähig. Erfahrungen aus anderen Bundesländern, nicht zuletzt Brandenburg, zeigen die hohe Bedeutung, die der Verwaltung, aber auch den Industrie- und Handelskammern bei dieser Aufgabe zuteilwerden kann.

Daher soll die Strukturentwicklung für die Branche deutlich intensiviert werden. Die Themen betreffen in erster Linie Handlungsfelder, die nicht oder nur zum Teil in der Hand der handelnden Akteure liegen, z.B.

- Sanierung der maroden Infrastruktur an den Bundeswasserstraßen des Landes,
- Personalmangel in den Betrieben,
- Anpassung von Fördermitteln für Elektromobilität, Digitalisierung oder Klimaanpassung,
- Verbesserung der Datenverfügbarkeit im Wassertourismus (z.B. zentrales Bootsregister),
- Bürokratie und langwierige Verwaltungsprozesse,
- etc.

Federführung: Wirtschaftsministerium MV, Industrie- und Handelskammern



**(10) Schlüsselmaßnahme:
Netzwerke und Austauschformate auf- und ausbauen**

Gerade im Wassertourismus sind viele verschiedene Partner beteiligt – vom Naturschutz über kommunale Planungsämter und Schifffahrtsbehörden auf unterschiedlichen Ebenen bis hin zur breit gefächerten und diversen Unternehmens- und Vereinslandschaft. Eine wichtige Basis für die Weiterentwicklung des Wassertourismus in Mecklenburg-Vorpommern ist daher eine stärkere interdisziplinäre Zusammenarbeit und Vernetzung aller relevanten Akteure.

Geplant ist vor diesem Hintergrund die Schaffung und Intensivierung geeigneter Netzwerke und Austauschformate für die Branche. Dies können regelmäßige runde Tische, aber auch Workshops, Fachforen, Netzwerktreffen, Online-Dialoge oder Zukunftslabore sein, in denen drängende Herausforderungen diskutiert, Lösungen gesucht und innovative Projekte angestoßen werden. Diese Formate richten sich explizit auch an die wassertouristischen Akteure aus Berlin-Brandenburg. Ebenso sollen dort verortete Foren und Formate verstärkt auch von Unternehmen und Organisationen aus MV genutzt werden. Damit soll die Branche zum einen an relevanten Projekten beteiligt, zum anderen besser aufgestellt werden, um komplexen Herausforderungen besser entgegenzutreten.

Federführung: Wirtschaftsministerium MV, Industrie- und Handelskammern, Landestourismusorganisation, Destinationen, Betriebe



**(11) Schlüsselmaßnahme:
Engagement MVs in der Kooperation „Deutschlands Seenland“ fortsetzen**

Um das Revier „Deutschlands Seenland“ als europaweit führendes Wassertourismusrevier und Vorreiter für einen nachhaltigen Wassertourismus zu etablieren, braucht es eine starke Kooperation zwischen MV, Brandenburg und Berlin. Bereits seit 2018 vermarkten sich die Wassersportreviere in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern unter der Marke „Deutschlands Seenland“. 2022 kam Berlin dazu. Eine gute Basis für die Zusammenarbeit ist damit vorhanden.

In den nächsten Jahren soll diese fortgesetzt und das Engagement Mecklenburg-Vorpommerns weiter ausgebaut werden. Ziel ist es, neben gemeinsamen Marketingaktivitäten auch Synergieeffekte für die Produkt- und Qualitäts- und Projektentwicklung sowie den Austausch mit der Branche noch besser zu nutzen. Die Rolle MVs könnte sich hier zu einer treibenden Kraft auf dem Weg zu einer gemeinsamen Vision und Vorreiterschaft in Europa entwickeln.

Federführung: Landestourismusorganisation



(12) Schlüsselmaßnahme:
Wassertourismus als zentrales Thema in Tourismuskonzepten verankern

Wassertourismus als imageprägende Branche und Leuchtturm für den MV-Tourismus soll auch in allen relevanten Tourismuskonzeptionen Verankerung finden. Neben den Konzepten auf Destinationsebene stehen hier in erster Linie kommunale Tourismusstrategien und -konzepte im Fokus. Die im Rahmen dieser Studie entstandene Vision sollte sich dabei möglichst auch in Maßnahmen auf der lokalen und regionalen Ebene widerspiegeln. Auch der Beitrag des Wassertourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor sowie zur Erhöhung der Lebensqualität sollte in Tourismuskonzepten auf Orts- und Regionsebene verankert werden. Die Zuständigkeit hierfür liegt bei der Koordinierungsstelle in Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen.

Federführung: Wirtschaftsministerium MV, Landestourismusorganisation, Destinationen



(13) Schlüsselmaßnahme:
Datengrundlage für den Wirtschaftsfaktor Wassertourismus verbessern

Die Datengrundlage für den Wassertourismus ist derzeit lückenhaft und in Teilen wenig aussagekräftig. Zwar liegt mit der Gästebefragung MV eine solide Grundlage zur Abschätzung der wirtschaftlichen Effekte der Branche vor, allerdings sind detaillierte, belastbare Aussagen auf Regions- oder Segmentebene nicht möglich.

Daher soll die Marktforschung zum Wassertourismus intensiviert werden. Dazu gehören unter anderem die Ausweitung der Gästebefragung MV auf weitere Segmente, die gezielte Befragung an wassertouristischen Kontaktpunkten sowie die Erfassung und Aufbereitung von Nutzerzahlen wassertouristischer Einrichtungen (Häfen, Schleusen, Wehre, etc.). Unterstützen können auch neue Verfahren, die Gästezahlungen mithilfe von künstlicher Intelligenz automatisieren und damit auch zur Besucherlenkung genutzt werden können.

Federführung: Landestourismusorganisation

Eine Studie im Auftrag von:



Mecklenburg-Vorpommern
Ministerium für Wirtschaft,
Infrastruktur, Tourismus
und Arbeit

Die Studie wurde mit finanziellen Mitteln des
Ministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern erstellt.

Diese Broschüre wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit des Landes Mecklenburg-Vorpommern herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von deren Kandidaten oder Helfern während des Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für alle Wahlen. Missbräuchlich ist besonders die Verteilung auf Wahlkampfveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder -kleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist auch die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die vorliegende Druckschrift nicht so verwendet werden, dass dies als eine Parteinahme des Herausgebers zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Diese Beschränkungen gelten unabhängig vom Vertriebsweg, also unabhängig davon, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Informationsschrift dem Empfänger zugegangen ist.