











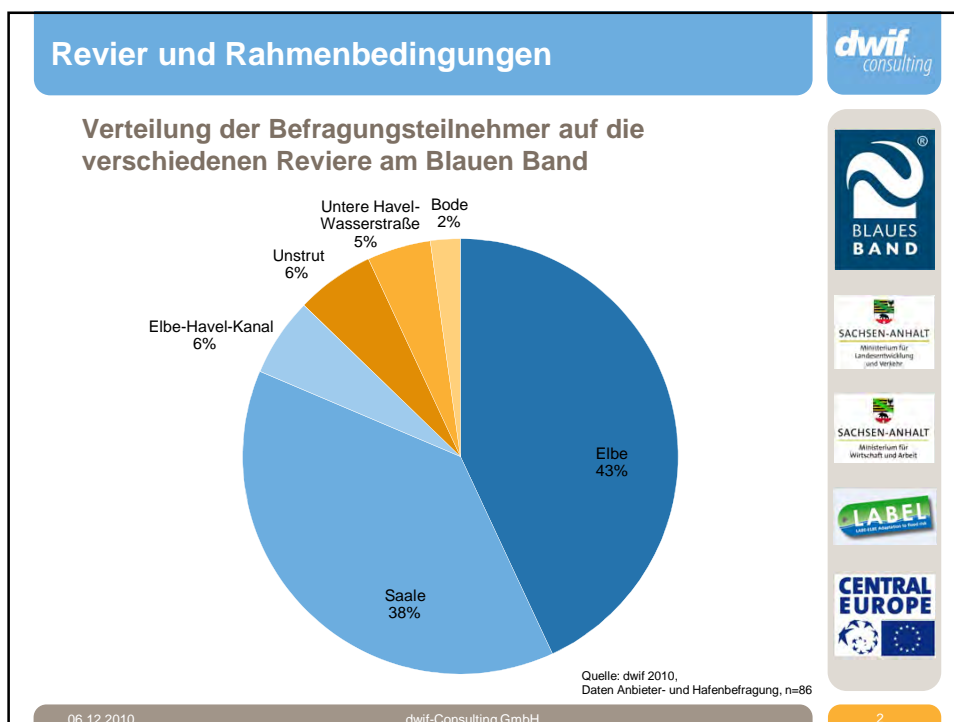


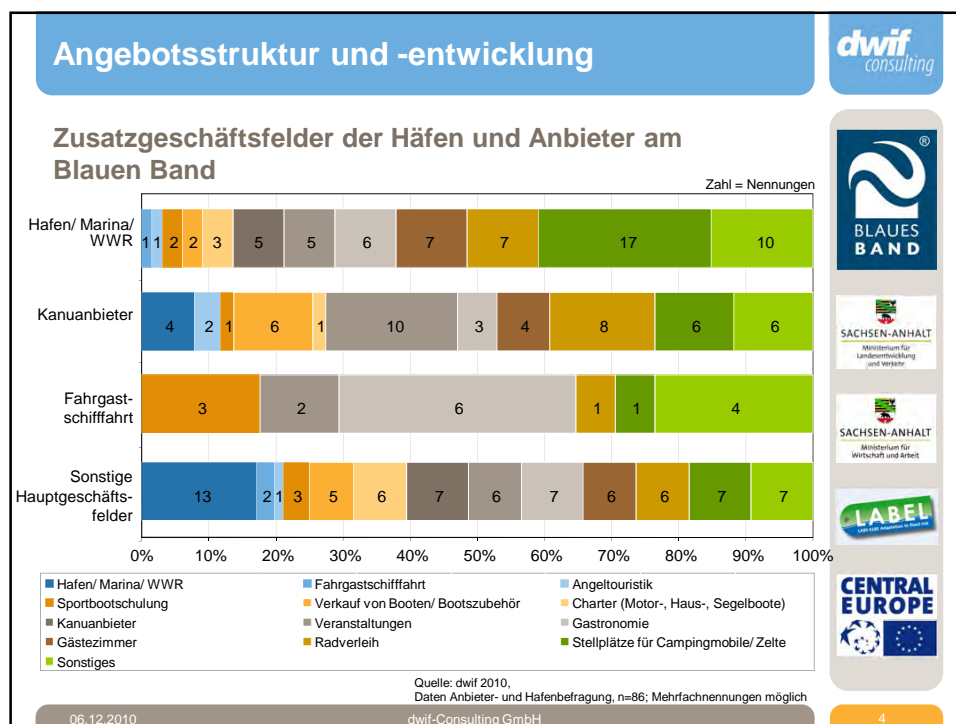
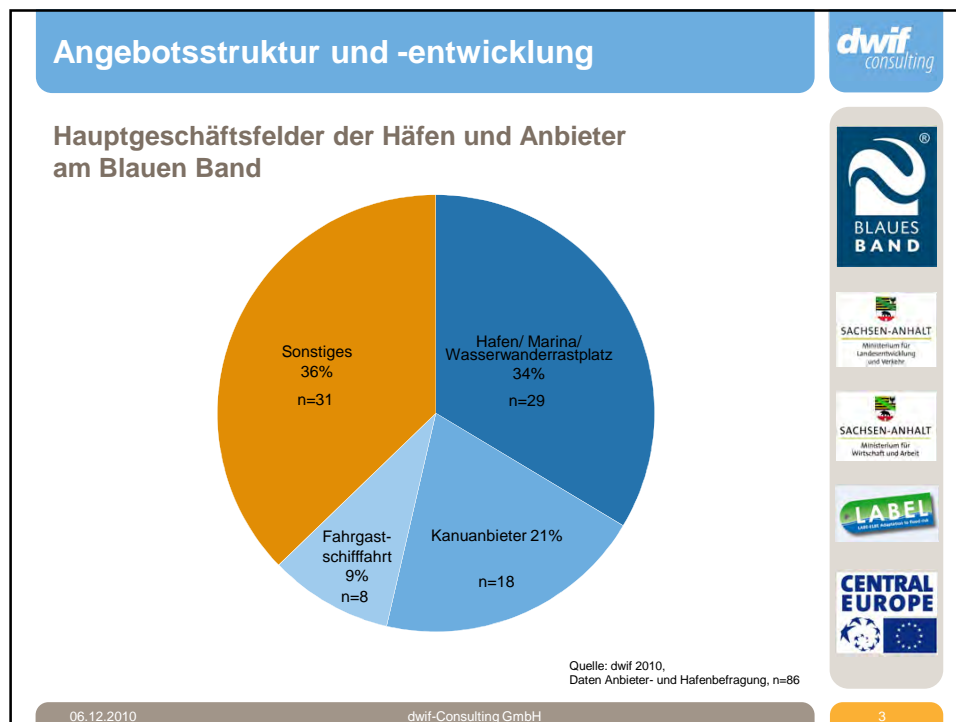
Evaluierung der touristischen Markensäule „Blaues Band – Wassertourismus in Sachsen-Anhalt“

Abbildungen aus Zwischen- und Endbericht

Claudia Richter M.A., c.richter@dwif.de
 Maike Berndt, Dipl.-Geogr., m.berndt@dwif.de
 dwif-Consulting GmbH, Berlin
 Tel.: 030/7579490
 www.dwif.de

Berlin, 30. November 2010

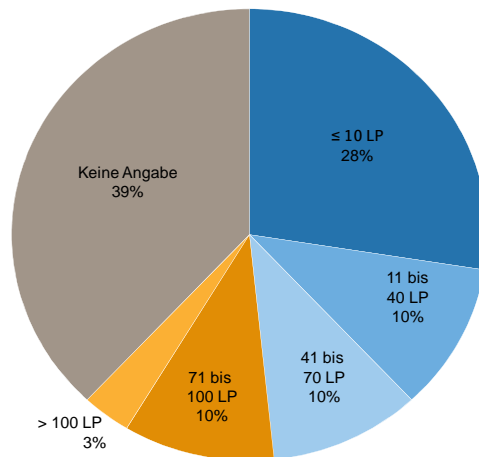




Angebotsstruktur und -entwicklung

dwif
consulting

Anzahl der Liegeplätze (LP) in den Häfen/Marinas/WWR am Blauen Band

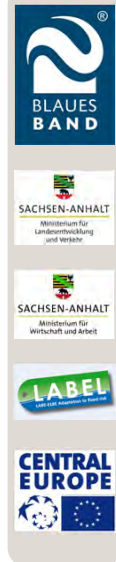


Quelle: dwif 2010, Daten Anbieter- und Hafenbefragung, n=29

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

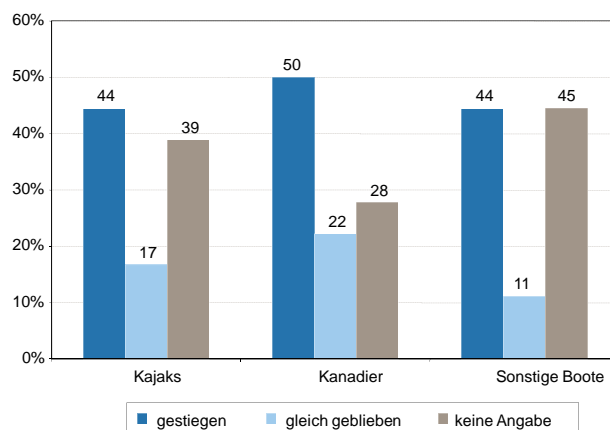
5



Angebotsstruktur und -entwicklung

dwif
consulting

Entwicklung des Bootsbestandes der Kanuanbieter am Blauen Band 2004 – 2009



Quelle: dwif 2010, Daten Anbieter- und Hafenbefragung, n=18

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

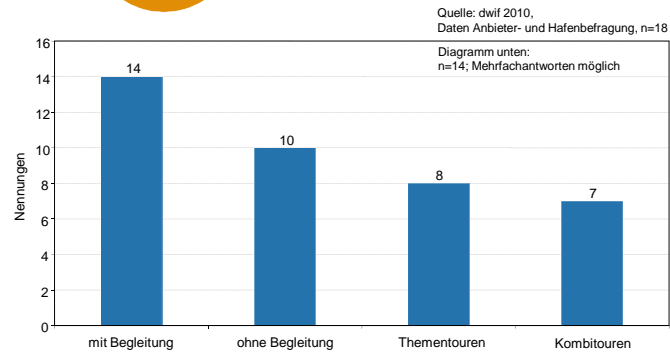
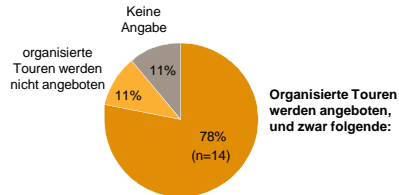
6



Angebotsstruktur und -entwicklung

dwif
consulting

Tourenangebot der Kanuanbieter am Blauen Band



06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

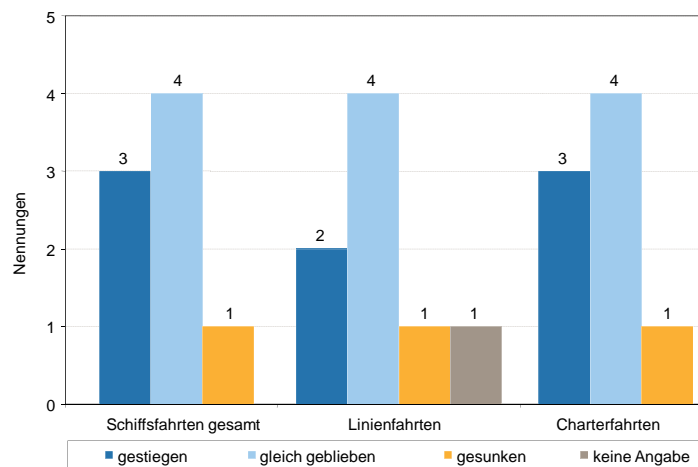
7



Angebotsstruktur und -entwicklung

dwif
consulting

Entwicklung des Fahrtenangebotes der Fahrgastreedereien am Blauen Band 2004 – 2009



Quelle: dwif 2010, Daten Anbieter- und Hafenbefragung, n=8

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

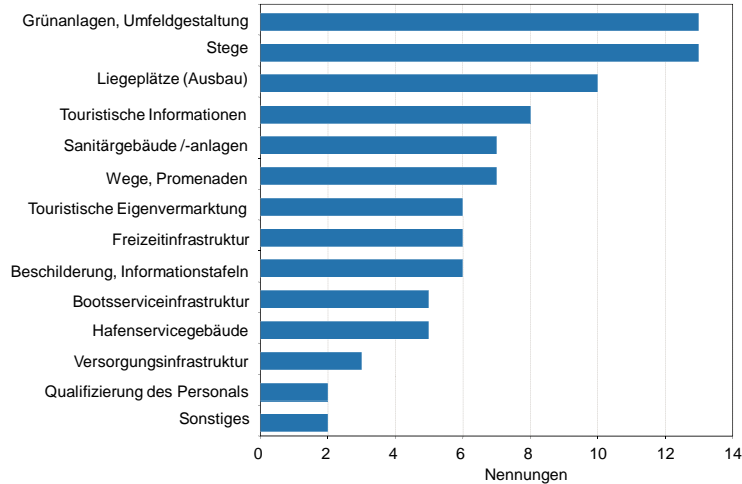
8



Angebotsstruktur und -entwicklung

dwif
consulting

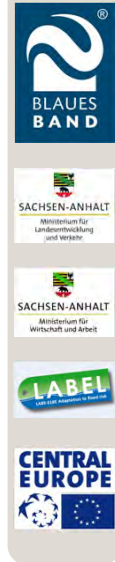
Investitionen in den Häfen/Marinas/WWR am Blauen Band 2004 – 2009



06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

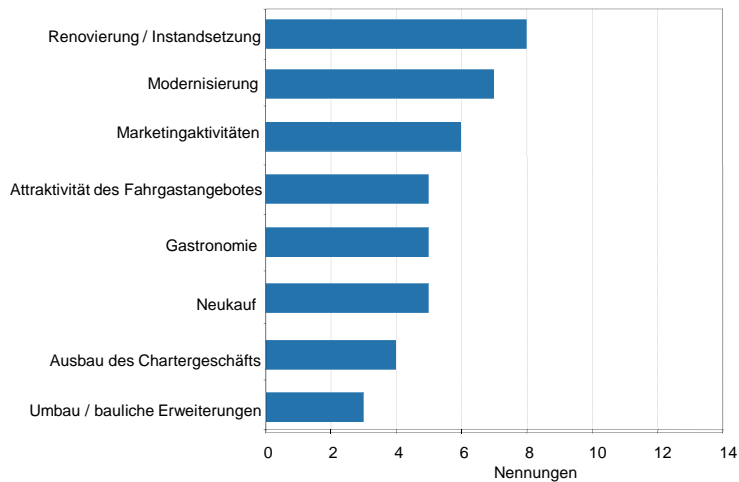
9



Angebotsstruktur und -entwicklung

dwif
consulting

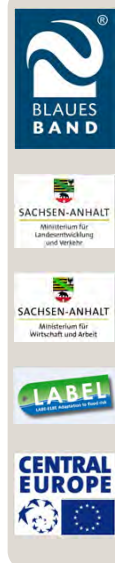
Investitionen in der Fahrgastschifffahrt am Blauen Band 2004 – 2009

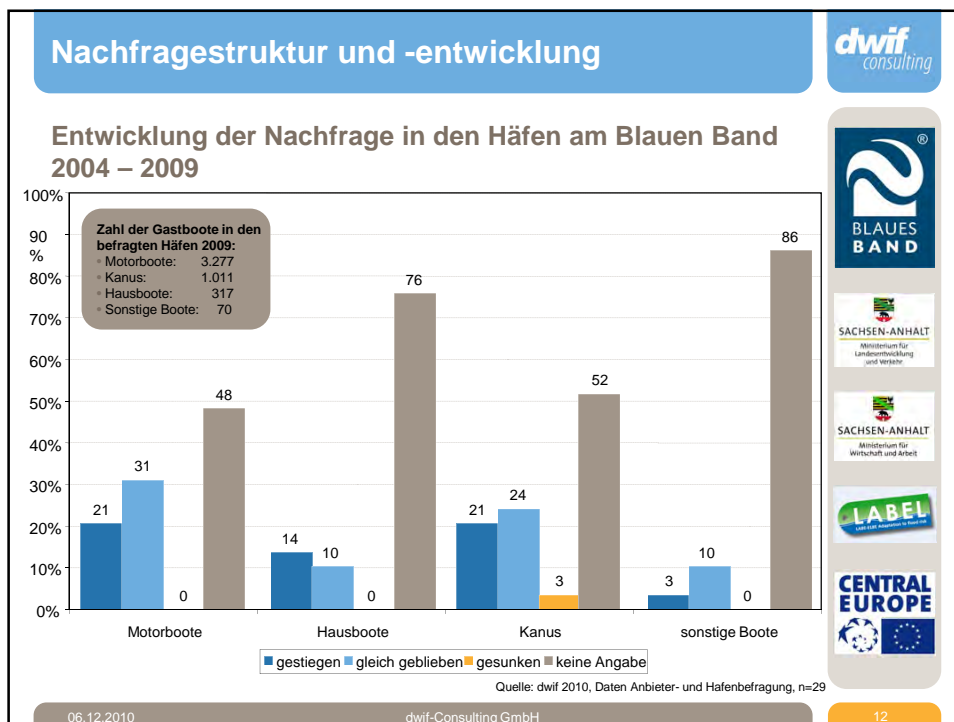
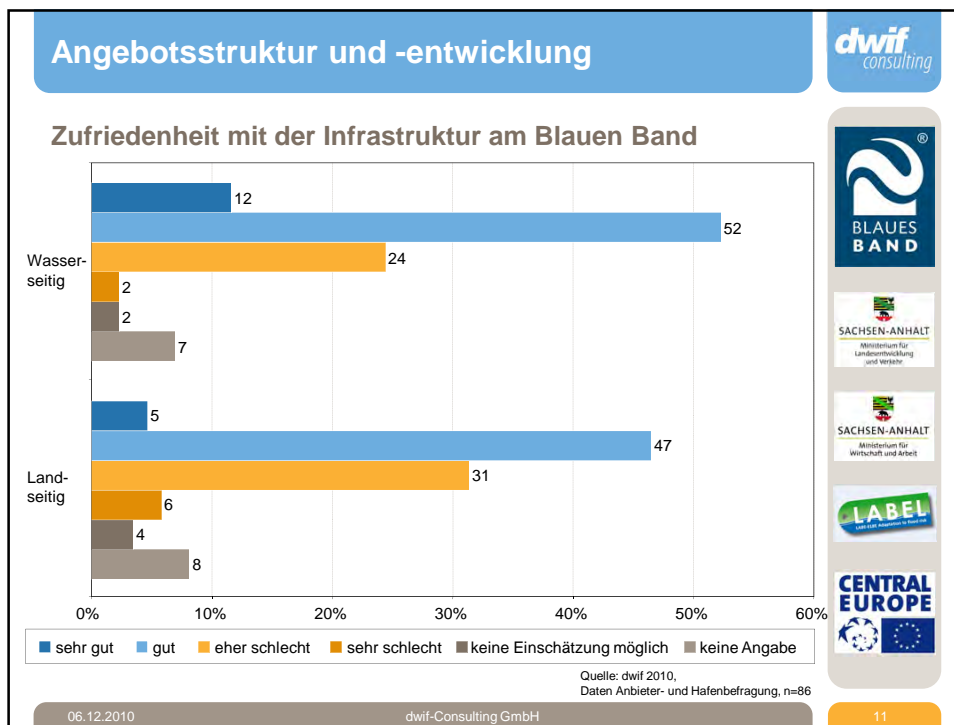


06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

10

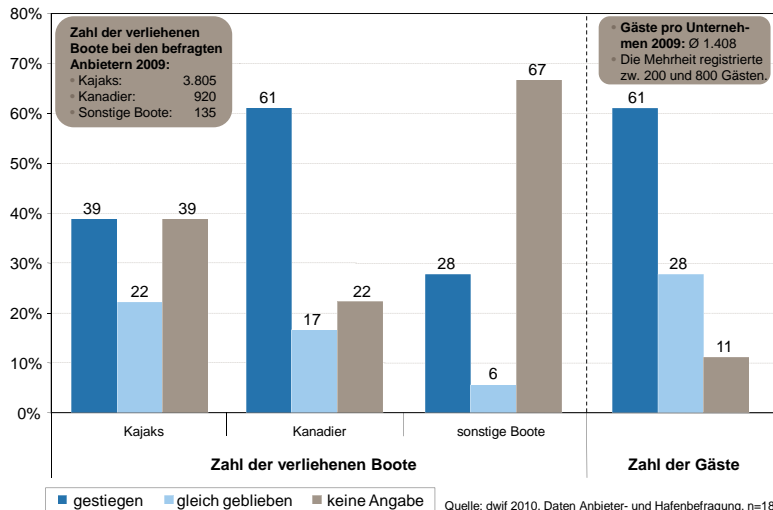




Nachfragestruktur und -entwicklung

dwif
consulting

Entwicklung der Nachfrage bei Kanuanbietern am Blauen Band 2004 – 2009



06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

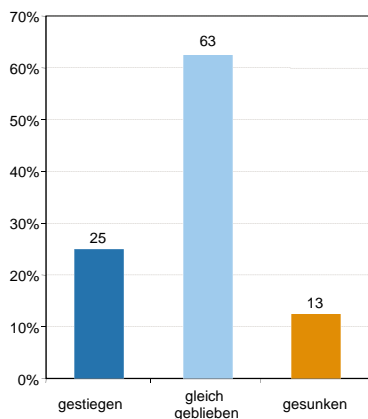
13



Nachfragestruktur und -entwicklung

dwif
consulting

Entwicklung der Nachfrage in Fahrgastschiffahrtsunternehmen am Blauen Band 2004 – 2009



Quelle: dwif 2010, Daten Anbieter- und Hafenbefragung, n=8

- Anzahl der Passagiere bei den befragten Reedereien 2009 insgesamt: 92.500
- Passagiere pro Reederei 2009: Ø 15.400
- Zahl der Passagiere variiert aber stark:
2 Reedereien registrierten weniger als 10.000 Passagiere,
3 Reedereien zwischen 10.000 und 20.000 Passagiere,
1 Reederei sogar 36.000 Passagiere
(2 Reedereien: keine Angabe)

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

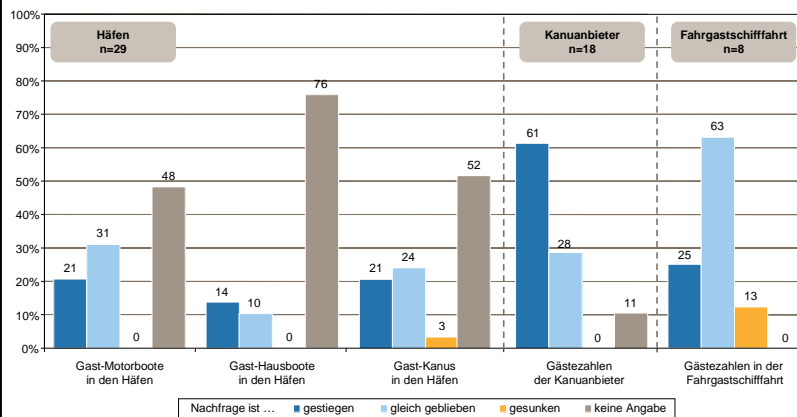
14



Nachfragestruktur und -entwicklung

dwif
consulting

Nachfrageentwicklung in den Häfen, bei Kanuanbietern und Fahrgastschiffahrtsunternehmen am Blauen Band 2004 – 2009



Quelle: dwif 2010, Daten Anbieter- und Hafenbefragung, n=86

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

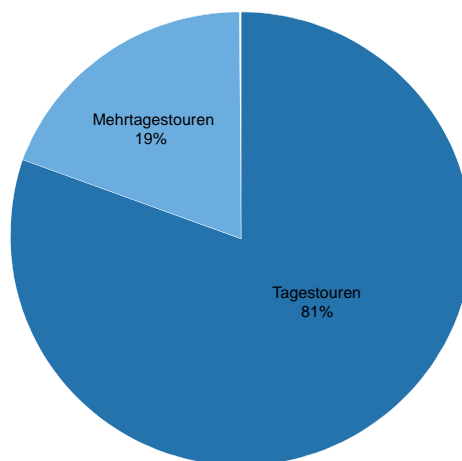
15



Nachfragestruktur und -entwicklung

dwif
consulting

Verhältnis von Tages- und Mehrtagestouren bei den Kanuanbietern am Blauen Band



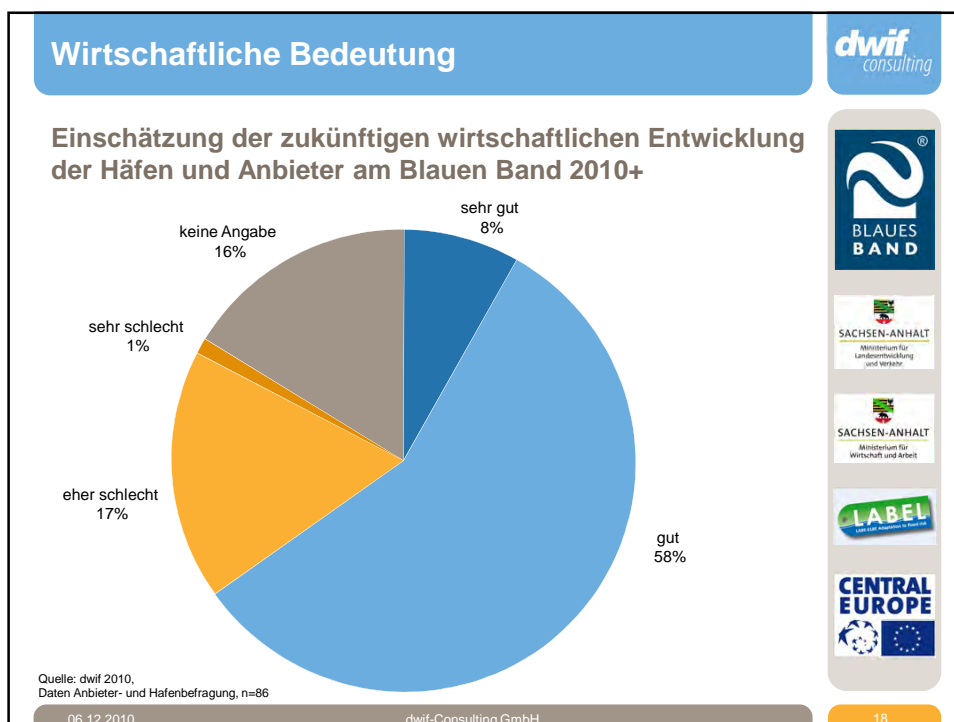
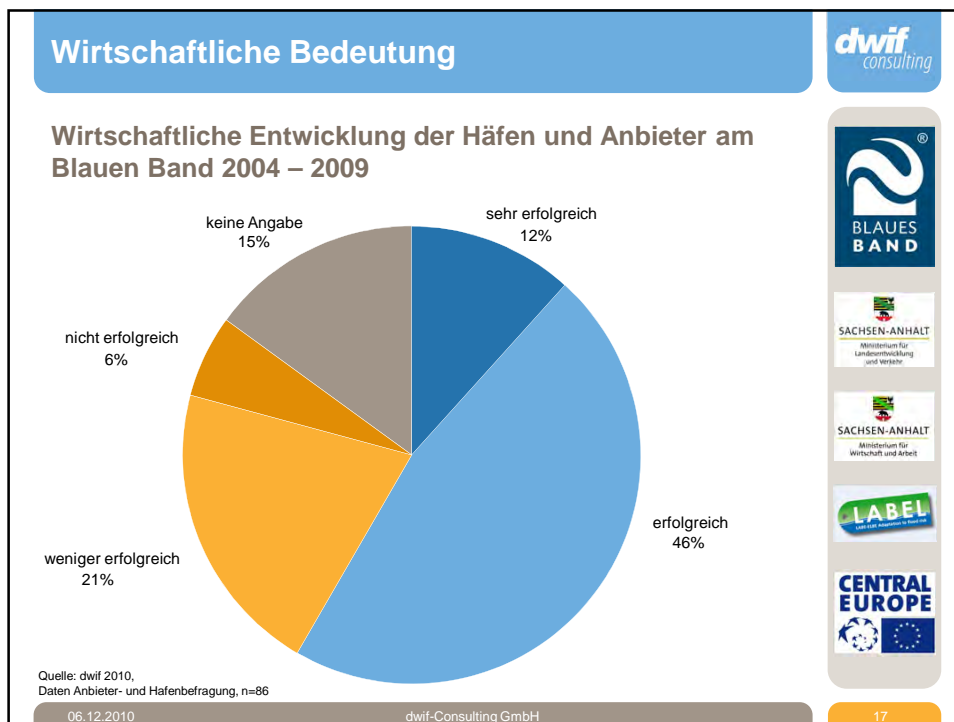
Quelle: dwif 2010, Daten Anbieter- und Hafenbefragung, n=18

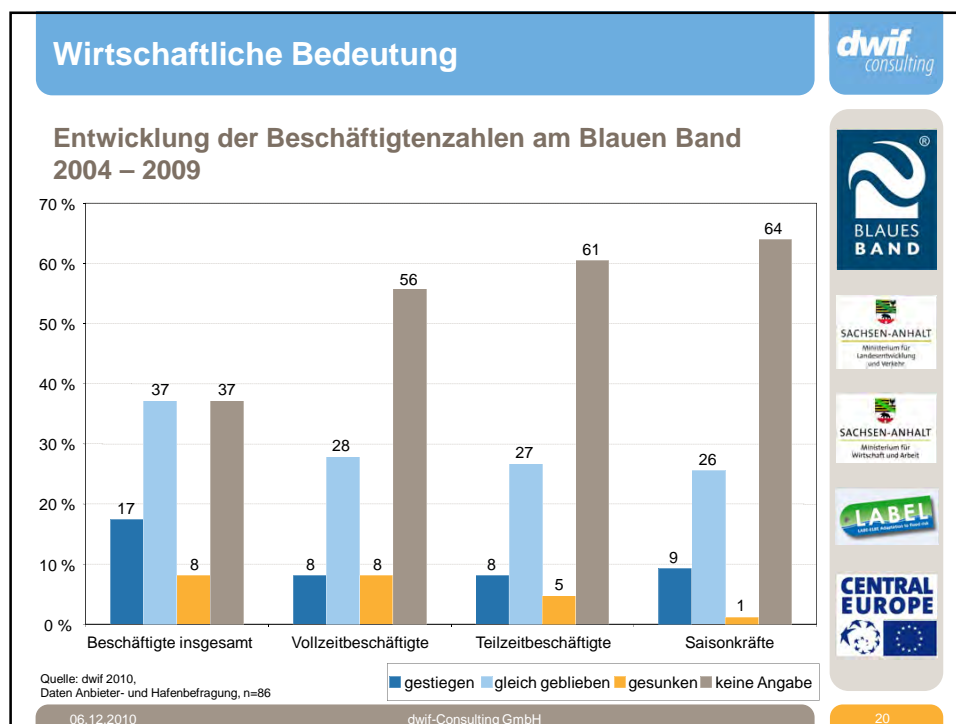
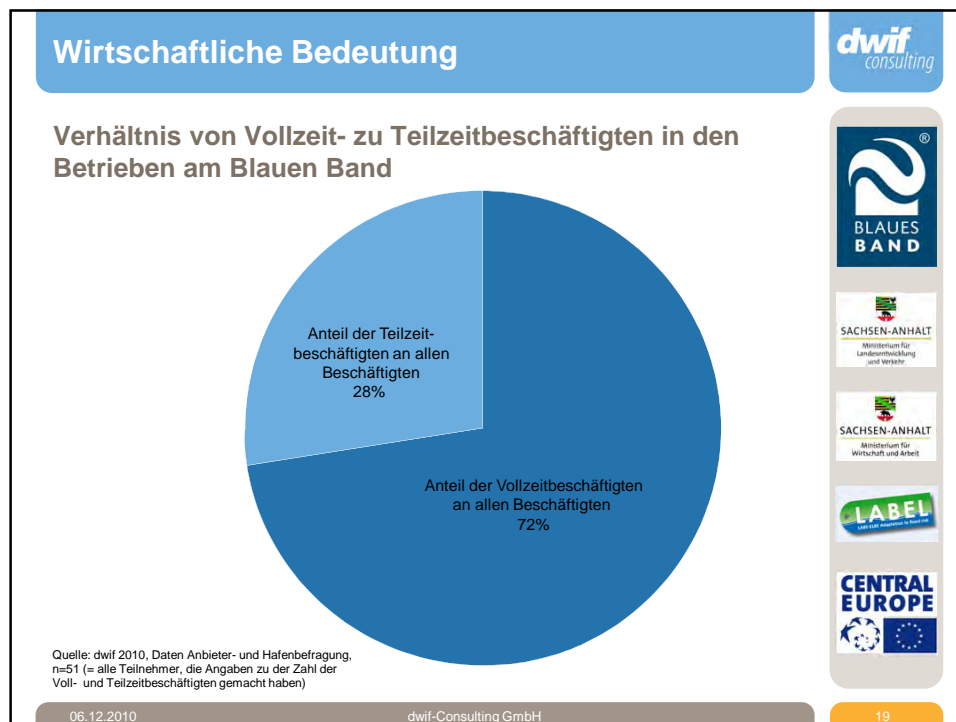
06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

16

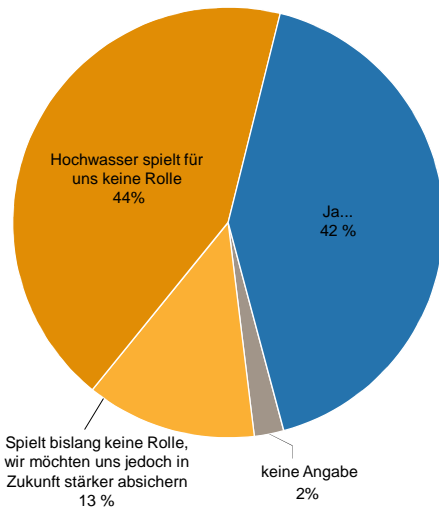






Natur- und Hochwasserschutz

Anpassung der Häfen und Anbieter an Hochwasserrisiken



Maßnahmen zur Absicherung gegen Hochwasserrisiken (Mehrfachnennungen möglich):

- 21 Befragte gaben an, dass der Hochwasserschutz bereits bei der (Infrastruktur-)Planung eine Rolle spielte.
- 15 Befragte schützen sich durch weitere Maßnahmen vor Hochwasser, z.B. durch:
 - Sicherung und Erhöhung der Steganlagen (6 Nennungen)
 - Räumung und Betriebsruhe bei Hochwasser (4 Nennungen)
 - Sicherung und Erhöhung des Uferbereiches (2 Nennungen)
 - Gästeförderung (1 Nennung)
 - Finanzrücklagen (1 Nennung)

Quelle: dwif 2010, Daten Anbieter- und Hafenbefragung, n=86

06.12.2010

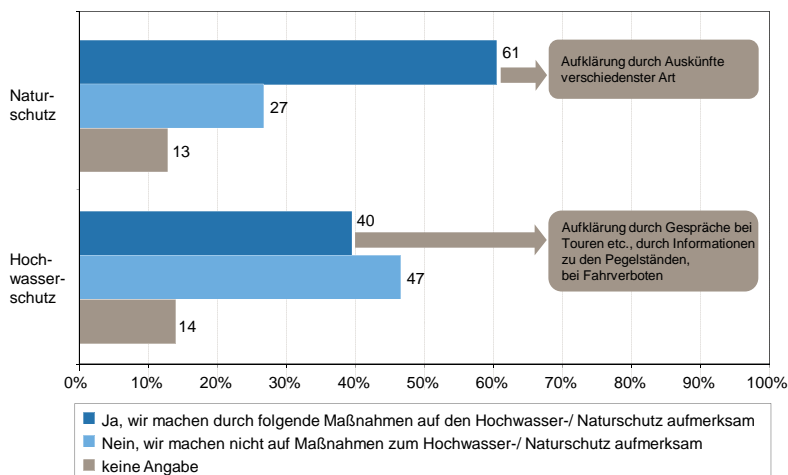
dwif-Consulting GmbH

21



Natur- und Hochwasserschutz

Aufklärungsarbeit zum Hochwasser- bzw. Naturschutz durch die Häfen und Anbieter am Blauen Band



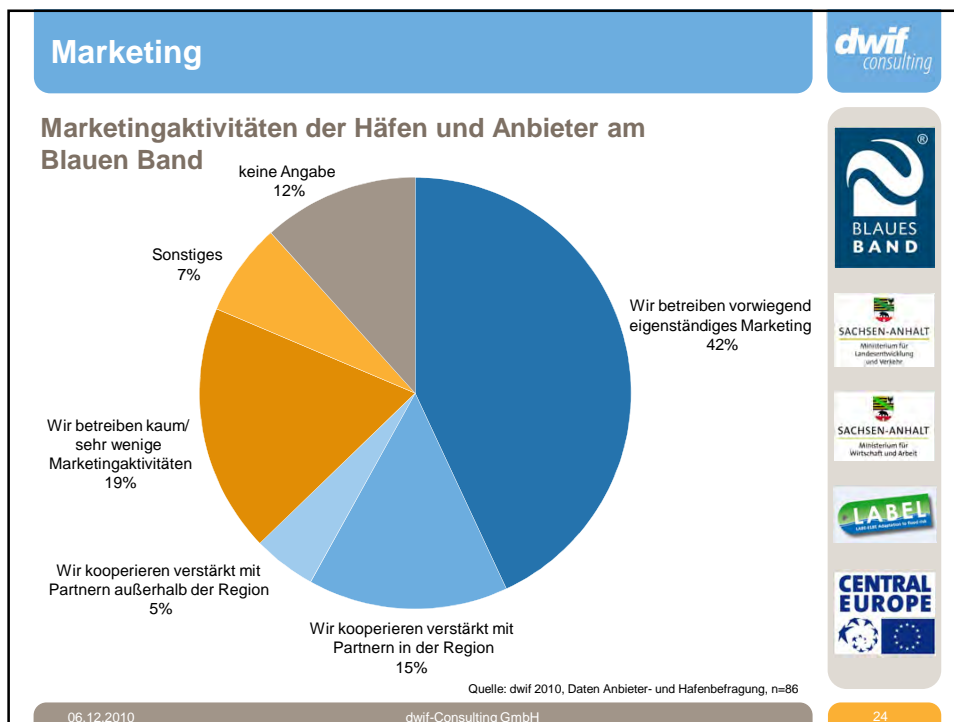
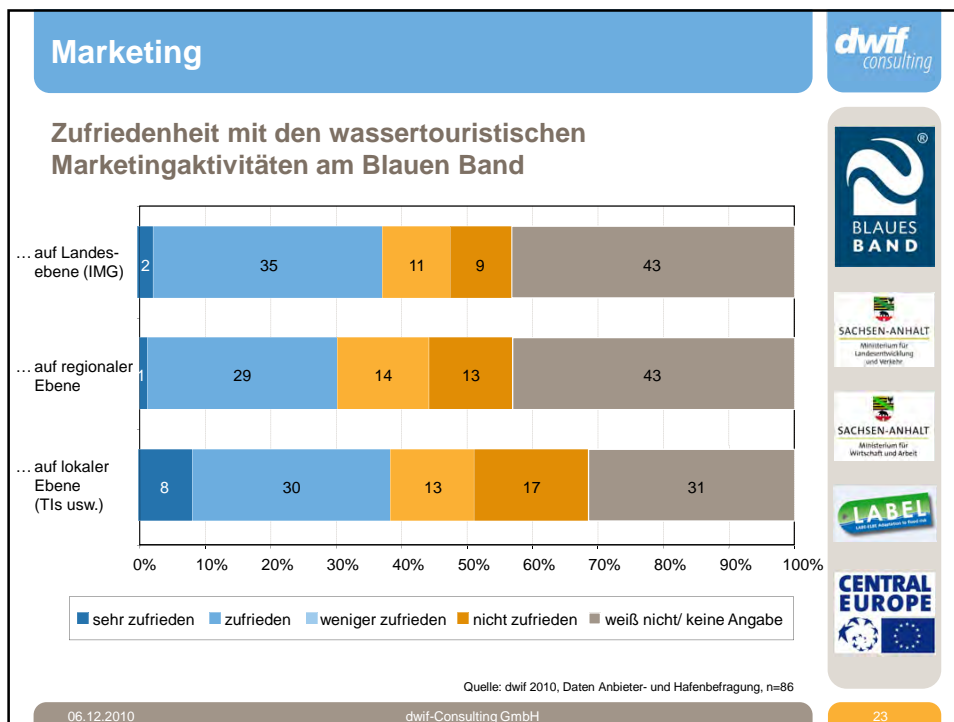
Quelle: dwif 2010, Daten Anbieter- und Hafenbefragung, n=86

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

22

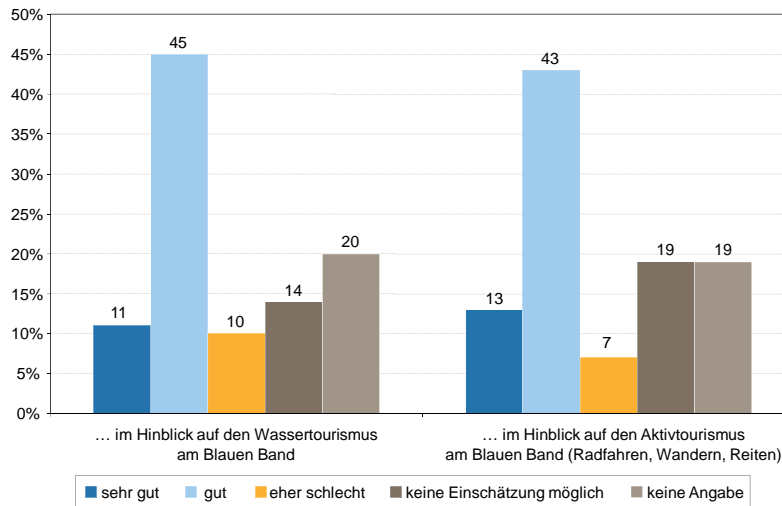




Marketing

dwif
consulting

Einschätzung der Marktchancen der Marke „Blaues Band“



06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

25



Uferzonengestaltung in ausgewählten Städten der 1. Priorität

Best-Practice: Magdeburg, Havelberg, Tangermünde



Bad-Practice: Halle, Wittenberg, Naumburg



Quelle: dwif 2010, Hafenbereisungen

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

26

dwif
consulting



Best Practice: Integration wassertouristischer Einrichtungen in das touristische Leitsystem

Naumburg



Merseburg



Quelle: dwif 2010, Hafenbereisungen



06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

27

Broschüren der IMG mit Bezug zum Wassertourismus



2004 bis 2007:
Thema Wassertourismus



2008:
Thema Aktivtourismus

Quelle: IMG 2004 bis 2008



06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

28

Broschüren und Internetauftritt des Vereins Blaues Band e.V.



Broschüre



Internetauftritt

Quelle: Blaues Band e.V. 2010 und www.blauesband.de

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

29



Wassertourismus in den Internetauftritten der regionalen Marketingorganisationen



Saale-Unstrut: Gesund und Aktiv



TourismusRegion Wittenberg: Aktiv



Altmark: AKTIVmark

Quelle: www.saaleunstrut.com, www.tourismusregion-wittenberg.de, www.altmarktoursimus.de

06.12.2010

dwif-Consulting GmbH

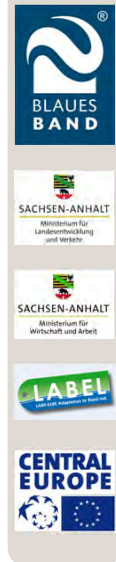
30



Prospektmaterial der wassertouristischen Anbieter – Bootstourismus



Quelle: dwif 2010, Anbieterprospekte



Prospektmaterial der wassertouristischen Anbieter – Kanutourismus



Quelle: dwif 2010, Anbieterprospekte



Prospektmaterial der wassertouristischen Anbieter – Fahrgastschiffahrt



Fahrgastschiffahrt

Quelle: dwif 2010, Anbieterprospekte



Aufgaben und Kooperationspartner des Vereins Blaues Band e.V.

Blaues Band e.V.

Infrastrukturentwicklung

- in Kooperation mit
- Investitionsbank Sachsen-Anhalt
- Regionalen Partnern

Innenmarketing

- in Kooperation mit
- Anbietern/ Kommunen
- Tourismusverbänden

Außenmarketing

- in Kooperation mit
- IMG
- Anbietern

Quelle: dwif 2010

