



2014-2016

Nachhaltiges Tourismuskonzept für Steglitz-Zehlendorf



Schwerpunkt Wassererlebnis

EBC Hochschule Campus Berlin

Projektleiter: Prof. Dr. Frank Schaal

Mai 2016

Impressum

EBC Hochschule Campus Berlin
Hauptstraße 27
10827 Berlin
Telefon: 030-3151935-0
Telefax: 030-3151935-20



Projektteam

Projektleitung: Prof. Dr. Frank Schaal
Beratung: Katja Schellknecht

Hilfswissenschaftler: Sebastian Britz, Patrick Beneth Großmann

Weitere Grundlagenforschungen wurden im Rahmen einer Lehrveranstaltung im dritten Semester (Februar bis Mai 2016) des Studienganges Tourismus- und Eventmanagement erstellt.

Wir danken **Gerhard Buchholz** von *visitBerlin* für die Unterstützung!



Außerdem bedanken wir uns ganz besonders für das tatkräftige Mitwirken bei:

- Michael Pawlik (Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf)
- Hanno Wiesmann (Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf)
- Dr. Reinhard Baumgarten (Regionalmanagement Berlin Südwest)
- Sebastian Clausert (Regionalmanagement Berlin Südwest)

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Einleitung	4
2 Allgemeines zum Wassertourismus	6
2.1 Unterteilungsvarianten des Wassertourismus	6
2.2 Berlins Bedeutung für den Wassertourismus	8
2.3 Bauliche Anlagen	12
3 Touristisches Wassererlebnis im Berliner Südwesten	15
3.1 Zielgruppen Wassererlebnis	15
3.2 Ist-Analyse Wassertourismus allgemein Steglitz-Zehlendorf	16
3.3 Ist-Analyse: Bootsverleihe/Kanuverleihe/Stand-Up Paddling im Berliner Südwesten	16
3.4 Ist-Analyse: Personenschiffahrt in Steglitz-Zehlendorf	18
3.5 Ist-Analyse: Badegewässer	20
4 Die Bedeutung der Produktentwicklung im Bereich „Wassertourismus“	24
5 Schwächen der Wassertourismusdestination Berliner Südwesten	26
6 Generelle Zukunftstrends im Wassererlebnisbereich	28
7 Handlungsempfehlungen	32
8 Fazit	52
Anhang	53

1 Einleitung

Der Bezirk Steglitz-Zehlendorf will seine touristischen Potenziale mehr in Szene setzen. Dazu erhielt die EBC Hochschule Berlin, initiiert vom Regionalmanagement Berlin Südwest, im Sommer 2014 den Zuschlag für ein zweijähriges Förderprojekt. Ziel dieser Zusammenarbeit war es, alle touristisch relevanten Fakten im Berliner Südwesten zu analysieren, um ein nachhaltiges Tourismuskonzept inklusive Maßnahmen zu erarbeiten. Der folgende Bericht beschäftigt sich im Schwerpunkt mit dem Themenbereich **Wassererlebnis**. Das Projekt „Tourismuskonzept Steglitz-Zehlendorf“ wird unterstützt und anteilig finanziert über die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) des Landes Berlin und des Bezirks Steglitz-Zehlendorf.

Berlin ist unangefochten die Nummer eins im Städtetourismus in Deutschland, mittlerweile sogar schon die Nummer Drei in Europa (hinter London und Paris). Über zwölf Millionen übernachtende Gäste besuchten die Stadt im Jahr 2015. Tendenz: es werden immer mehr Gäste! Die Stadt verzeichnete mehr als 30 Millionen Übernachtungen (+ 4,2 Prozent) von Gästen aus der ganzen Welt. Damit stieg die Zahl der Übernachtungen innerhalb von nur fünf Jahren um mehr als 10 Millionen. Der Anteil der Übernachtungen deutscher Gäste liegt 2015 bei knapp 55 Prozent. Besonders internationale Berlin-Besucher setzten den Wachstumskurs der letzten Jahre fort.

Berlin steht für so vieles: die bewegte deutsche Geschichte, architektonische Vielfalt, Kultur im Überfluss, eine immense Vielzahl an verschiedenster Kulturen, gastronomische Vielfalt, aber auch Party die ganze Woche lang. In Berlin hat man jeden Tag unzählige spannende Veranstaltungen und eine schier endlose Auswahl an Freizeitbeschäftigungen zur Verfügung. In Berlin stehen den Gästen alle Türen offen, getreu dem Motto „Berlin ist es egal wie du aussiehst, welche Interessen du hast oder welchen Lifestyle du pflegst – für jeden ist etwas dabei.“ Beim ersten Besuch in Berlin schaut man sich wohl eher die wichtigsten Sehenswürdigkeiten im Innenstadtbereich an. Doch Berlin hat so viel mehr zu bieten. Deshalb kommen viele Gäste immer wieder gerne in die pulsierende Metropole.

Wasser spielt in diesem Bezug eine wichtige Rolle, denn Berlin hat einen immensen Wasserreichtum durch Flüsse, Kanäle, Seen und kleinere Gewässer

Das Berliner Potenzial ist im Blick auf den Tourismus noch lange nicht ausgeschöpft. Was viele Touristen kaum zu spüren bekommen ist, dass Berlin nicht nur die typische Großstadt ist. Berlin verfügt über 2.500 Grünanlagen. Und hat eine sehr große Flächenausdehnung, die eine unglaubliche Vielfalt bietet. Allein der Bezirk Steglitz-Zehlendorf verfügt über 915 ha Erholungsgebiete, 2.468 ha Waldfläche und 1.119 ha Wasserfläche. Genügend Platz also, um dem Berliner Großstadtfeeling auch mal zu entkommen und eine weitere, bis jetzt recht unbekannte Seite Berlins kennenzulernen. Dazu eignen sich vor allem auch nachhaltigkeitsorientierte Tourismusformen. In Steglitz-Zehlendorf lassen sich Fahrrad- und Wassertourismus perfekt kombinieren.

Speziell darin liegt ohne jeden Zweifel Potenzial für den Bezirk. Um mehr Touristen nach Steglitz-Zehlendorf zu locken, ist es wichtig, die Möglichkeiten transparent und effizient darzustellen und sich adäquat auf dem touristischen Markt zu positionieren.

Im Folgenden werden zunächst die Potenziale für Wassererlebnis und damit unter anderem auch für den Wassertourismus im Berliner Südwesten analysiert. Dazu ist eine kurze theoretische Darstellung dieses für Berlin so wichtigen Tourismussektors notwendig.

2 Allgemeines zum Wassertourismus

Das Thema „Wasser“ spielt in der touristischen Nachfrage eine zentrale Rolle: Wasserbezogene Urlaubsformen, wasserbasierte Urlaubsaktivitäten oder Wasser als landschaftsprägendes Element sind für einen großen Teil der deutschen Urlauber wichtige Entscheidungskriterien bei der Wahl ihres Urlaubsziels. Über 20 Millionen Deutsche verbringen regelmäßig ihre Freizeit und Ihren Urlaub auf und am Wasser. Sie werden damit zu „Wassertouristen“ gezählt. Unter Wassertourismus versteht man eine Form des Tourismus, bei der ein zeitlich begrenzter Ortswechsel mit dem Zweck vorgenommen wird, konsumorientiert wassergebundene Aktivitäten auszuüben. Je nach aufgesuchtem Naturraum wird zwischen Hochsee-, Küsten-, Seen- und Flusstourismus unterschieden, für welche jeweils spezielle Aktivitätsfelder typisch sind¹.

2.1 Unterteilungsvarianten des Wassertourismus

Wassersport (inklusive der Wintervarianten), aber ohne Bade- und Strandtourismus: „Hauptreisemotiv ist das Ausüben von Wassersportarten bzw. von Sportarten, bei denen das Wasser einen prägenden Kulissencharakter hat. Eingeschlossen sind auch Wintervarianten von Wassersportarten.“

Weiterhin kann man den wassergebundenen Kulturtourismus definieren:

„Hauptreisemotiv des wassergebundenen Kulturtouristen ist das Erleben von bzw. auch die intellektuelle Auseinandersetzung mit wasserbezogener Kultur und Wirtschaft. Wasserbezogener Kulturtourismus findet in der Regel an Land statt, „Wasser“ bzw. „Maritimes“ haben eine unverzichtbare Kulissenfunktion.“²

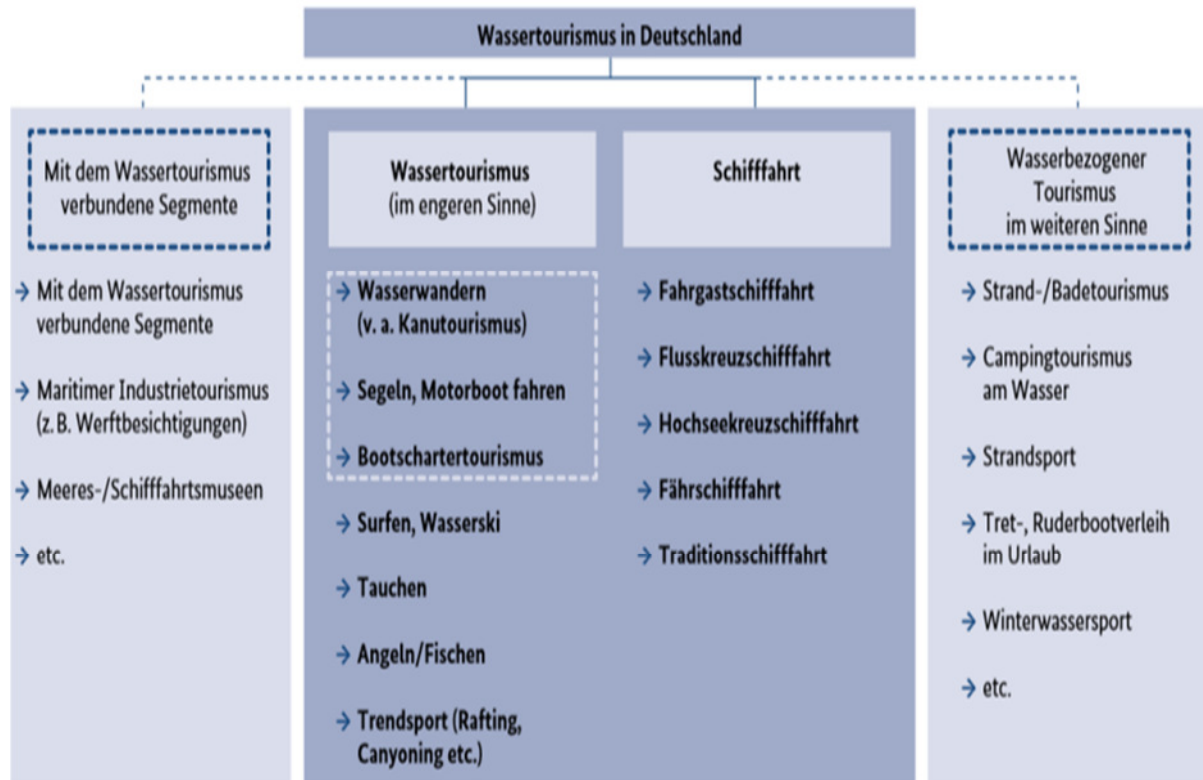
Touristische Schifffahrt wird wie folgt definiert: „Hauptreisemotiv ist das aktive Erleben des nautischen Umfeldes in Form einer Schifffahrt (ohne primäre Transportfunktion wie eine Fährüberfahrt) und Teilnahme am Bordleben, wobei eingeschlossen auch der Besuch wassergeprägter Landdestinationen sein kann.“³

¹ http://spicosa-inline.databases.eucc-d.de/files/documents/00000945_IKZM-Oder_Berichte62.pdf

² http://spicosa-inline.databases.eucc-d.de/files/documents/00000945_IKZM-Oder_Berichte62.pdf

³ http://spicosa-inline.databases.eucc-d.de/files/documents/00000945_IKZM-Oder_Berichte62.pdf

Als Überblick über den Wassertourismus in Deutschland soll das folgende Dreisäulenmodell dienen:



Quelle: Hamburg Messe und Congress GmbH/DTV, 2003, verändert: © BTE/dwif

Das vielfältige Angebot an nationalen und internationalen Wasserdestinationen macht es für jede einzelne Destination und deren Betriebe allerdings immer schwieriger, sich von anderen abzuheben und von den Wasserurlaubern wahrgenommen zu werden. Eine Möglichkeit, dies zu erreichen, ist im zielgruppenorientierten Themenmarketing im Bereich Wassertourismus zu sehen. Je eindeutiger eine Zielgruppe gegenüber anderen abgegrenzt ist, desto passender können entsprechende Marketingmaßnahmen gestaltet werden. Wasserurlauber können als sehr interessante Zielgruppe beschrieben werden, da es sich bei ihnen um meist wohlhabende und gesundheitsbewusste Touristen handelt, die über eine große Ausgabebereitschaft verfügen.

2.2 Berlins Bedeutung für den Wassertourismus

Berlin kann durchaus als Wasserstadt bezeichnet werden. In der Flächenbilanz nimmt die Wasserfläche immerhin 6,6 % der Berliner Gesamtfläche ein, mit beachtlichen 58,9 km². Über 600 Brücken überspannen die Gewässer der Hauptstadt. Die durchaus attraktive Wasserlandschaft Berlins und ihre unmittelbaren Umgebung im Land Brandenburg ist gekennzeichnet durch einige große und viele kleine Fließgewässer, meist natürlichen Ursprungs, jedoch auch künstlicher Art (wie z.B. Kanäle) sowie zahlreiche Seen, Teiche, Weiher und Pfuhle. Unter den größeren Seen gibt es wiederum mehrere, die als Flusseen von der Havel, der Spree und der Dahme durchzogen werden.

Innerhalb der Stadtgrenzen durchfließen diese drei Flüsse eine Strecke von insgesamt 89 km, die Kanäle bringen es zudem auf eine Gesamtlänge von rund 67 km. Die kleineren Nebenwasserläufe wie Panke, Fredersdorfer Fließ, Tegeler Fließ, Landwehrkanal, Teltowkanal und Nordgraben und einige weitere, weisen eine Länge von rund 75 km auf. Daneben gibt es zahlreiche kleine und kleinste Gräben, die hauptsächlich noch aus der Zeit des Rieselfeldbetriebes stammen. Der größte See Berlins ist der Große Müggelsee im Berliner Südosten mit etwa 7,6 km² Wasseroberfläche, der tiefste der Flughafenensee mit rund 34 m (Senatsverwaltung für Stadtentwicklung 2015). Aufgrund der Gewässerstruktur im Land Berlin ist eine Aufteilung in verschiedene, in sich zusammenhängende Gewässerbereiche geboten. Es werden folgende Gewässerbereiche gebildet:

1. Bereich Oberhavel
2. Bereich Unterhavel
3. Bereich Spree-Dahme
4. Bereich Landseen

Unter dem Begriff „Landseen“ werden dabei die nicht schiffbaren Gewässer zweiter Ordnung (Standgewässer) zusammengefasst, die nicht vom überregionalen Gewässernetz der Spree und Havel durchflossen sind.

Politisch wie auch geografisch liegt Berlin im Zentrum Europas. Das ist aber noch längst nicht alles, denn Berlin positioniert sich im Herzen des größten zusammengehörigen europäischen Wasserstraßennetzes. Nordsee, Ostsee aber auch das Mittelmeer sind über Flüsse, Kanäle und Seen erreichbar. Berlin kann besonders davon profitieren, dass Wassertouristen weder Staats- noch Bundesländergrenzen kennen. Gerade daher ist eine länderübergreifende Angebots- wie Infrastruktur von sehr großer Wichtigkeit.

Warum eignet sich Berlin besonders für den Wassertourismus?

- Einfaches Erreichen interessanter Stadtrandbezirke durch sehr guten ÖPNV
- Exzellentes, großflächiges Wasserstraßennetz
- Urban Exploration: besonders wiederkehrende Urlauber die auf der Suche nach den verborgenen Besonderheiten in Berlin sind, eignen sich als Zielgruppe
- Gute bis sehr gute Wasserqualität im gesamten Untersuchungsgebiet
- Unterschiedlichste Events auf dem Wasser und in Wassernähe
- Etabliertes Info- und Leitsystem „Gelbe Welle“ (entwickelt in Treptow-Köpenick)
- International bekannte Kunst- und Kulturmetropole
- Großes Angebot an Hotellerie und Gastronomie am Wasser
- Überregional bedeutsamer Schwerpunkt des Wassersports
- Hohe Erlebnisdichte an naturnahen Randbereichen

„In keiner anderen Stadt Deutschlands kann man Natur und Kultur so ausgiebig vom Wasser aus sehen. Schiffstouren vorbei an Berlins Sehenswürdigkeiten und architektonischen Attraktionen gehören zu dem touristischen Angebot“, sagt Burkhard Kieker, Geschäftsführer von visitBerlin. Für diejenigen, die gerne mal eine längere Fahrt mit den Personenschiffahrtsgesellschaften unternehmen möchten, um so noch mehr in den Genuss von Wasser, Natur, Kultur und Bordservice kommen, empfiehlt sich die Schiffstour über sieben Seen. Die Schlössertour bei Nacht, der Tanz auf dem See oder

eine Erlebnisfahrt mit einem Partyboot sind nur ein Bruchteil der mannigfaltigen Auswahl an Spezialfahrten und Events der Hauptstadt.⁴

Die für den Wassertourismus im Bezirk Steglitz-Zehlendorf interessanten Gewässer zählen um Bereich „Unterhavel“. Für die großen Seen (kleine Wannseekette, Wannsee), Bäche und Flüsse sowie das Grundwasser im Berliner Südwesten ist die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt zuständig. Insgesamt verzeichnet der Bezirk Steglitz-Zehlendorf 50 Gewässer (überwiegend kleinere Seen und Teiche), die in bezirklicher Zuständigkeit liegen.

Für die Berechnung des jährlichen Entgeltes zum Zweck der Sport- und Freizeitschiffahrt gilt die Revierklasseneinteilung der Wasser- und Schifffahrtsdirektion Ost. Hierin sind die Bundeswasserstraßen im Amtsbereich des Wasser- und Schifffahrtsamtes Berlin in drei Revierklassen eingeteilt. Die Revierklassen des Wasserschifffahrtsamtes teilen den kompletten Berliner Südwesten in die Revierklasse 1, (Gute Lage - 1,58 Euro/qm) ein.

⁴ https://www.dehoga-berlin.de/fileadmin/dehoga/011_dehoga_medien/hogaspiegel_pdf/hogaAKTIV09-13_online.pdf

2.3 Bauliche Anlagen

Maßgeblich für den Stellenwert des Wassertourismus bzw. für das Wassererlebnis in einer Destination sind u.a. die baulichen Anlagen. Das gesetzliche Regelwerk hierzu findet sich, neben den allgemeingültigen Regelungen des Baugesetzbuchs, im Berliner Wassergesetz.

Bauliche Anlagen im Sinne des § 62 Berliner Wassergesetz (BWG) sind grundsätzlich alle Bauwerke, die sich im, über, unter und am Gewässer befinden. Das Wasserrecht gilt demnach für die Bauwerke an Gewässern, die sich bis zu einem Abstand von zehn Metern bei Gewässern erster Ordnung und bei Gewässern zweiter Ordnung bis zu einem Abstand bis zu fünf Metern von der Uferlinie landeinwärts befinden. Zuständig sind hier die Bezirksämter, in diesem Falle also das Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf, Abteilung Stadtentwicklung⁵.

Die Bezirksämter genehmigen

- Errichtung und wesentliche Änderungen aller Sportbootsstege sowie
- Errichtung und Betrieb von Anlagen in oder an stehenden Gewässern zweiter Ordnung.

In jedem Fall muss geprüft werden, ob die baulichen Anlagen einer Genehmigung bedürfen. Soweit nichts anderes ausdrücklich erwähnt wird, werden die Genehmigungen von der Wasserbehörde bei der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt erteilt. Befinden sich die baulichen Anlagen in einer Bundeswasserstraße, ist zusätzlich eine bundesrechtliche strom- und schifffahrtspolizeiliche Genehmigung bei der zuständigen Bundeswasserstraßenverwaltung, dem Wasser- und Schifffahrtsamt Berlin (WSA Berlin), Mehringdamm 129, in 10965 Berlin, zu beantragen.

Zu den baulichen Anlagen zählen u.a. die folgenden Anlagen:

- Sportbootstege
- Sonstige Stege
- Plattformen
- Dalben
- Uferbefestigungen

⁵ Fachbereichsleiterin Frau Lappe, (030) 90299 – 5414, stadtplanung@ba-sz.berlin.de

- Einleit- und Entnahmebauwerke
- Durchlässe
- Gewässerkreuzungen
- Brücken
- Häfen / Marinas
- Slipanlagen
- Bojen

Im touristischen Sinne sind davon interessant:

Sportbootstege: Sportbootstege werden ausschließlich für das Anlegen und Liegen von Sportbooten zugelassen. Die wasserrechtliche Genehmigung erteilt das jeweilige Bezirksamt.

Sonstige Stege: Dazu gehören alle Stege, die nicht für Sportboote bestimmt sind (z.B. Versorgungs- oder Aussichtsstege). Dazu gehören auch die Anlegestellen (Anlegestege, -brücken, -plattformen) der Fahrgastschiffahrt und die für Restaurant-, Theater- oder Kabinenschiffe ebenso wie die für die Berufsschiffahrt.

Plattformen: Sie werden hauptsächlich als zusätzlicher Aufenthaltsort auf/am Gewässer genutzt. Sie können aus Holz, Stahl oder Schwimmkörpern gebaut werden und ständig oder zeitweise im Gewässer sein.

Häfen / Marinas: Häfen und Marinas können dem Güterumschlag oder als Liegefläche für Sportboote (Marina) dienen. Hafentypische Einrichtungen (Be- und Entladungseinrichtungen, Service usw.) müssen vorhanden sein. Für die Neuerrichtung eines Hafens muss in der Regel ein förmliches Genehmigungsverfahren durchgeführt werden, das auch eine Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP) beinhaltet. Für Neubauten an Bundeswasserstraßen ist in der Regel die Bundeswasserstraßenverwaltung Genehmigungsbehörde.

Slipanlagen: Slipanlagen sind bauliche Anlagen am/im Gewässer, die dem Ein- und Aussetzen von Schiffen dienen. Je nach Schiffsgröße haben sie einen unterschiedlichen Aufbau.

Die oben genannten Anlagen stellen einen wichtigen Teil der touristischen Infrastruktur dar. Für den Bezirk Steglitz-Zehlendorf wurde im Rahmen einer Gewässerrand-Analyse festgestellt, dass es kaum mehr Gewässerrandbereiche gibt, die ohne aufwendigste (und damit wenig aussichtsreiche) Verfahren überhaupt noch Möglichkeiten für einen zusätzlichen Wasserzugang dieser Art darstellen.

In Abstimmung mit der Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf wurde sich darauf verständigt, dass im Rahmen dieses Konzeptes eher die touristische Produktentwicklung und Vermarktung im Fokus der Untersuchung steht. Zur Aufwertung der touristischen Attraktivität des Berliner Südwestens im Sinne des Wassererlebnisses sollte versucht werden, Vereinseinrichtungen gegenüber externen Gästen zu öffnen und somit eine bereits vorhandene Infrastruktur übergeordnet zu nutzen.

3 Touristisches Wassererlebnis im Berliner Südwesten

3.1 Zielgruppen Wassererlebnis

Wasser zieht Menschen an. Ganz besonders in der Freizeit. Allerdings sind die jeweiligen Anforderungen unterschiedlicher Zielgruppen an das Wassererlebnis recht verschieden. Eine genaue Analyse der potenziellen, für den Berliner Südwesten interessanten, Zielgruppen ist unumgänglich. Analog der im Gesamtkonzept festgehaltenen Zielgruppenstruktur stehen für den Berliner Südwesten verschiedene Reiseanlässe im Fokus. Die unten stehende Übersicht soll die verschiedenen Zielgruppen genauer beleuchten.

ZIELGRUPPE	Hauptmotiv	Aktivitäten (Wasser)
Städte- und Kultururlauber	Berlinbesuch, Besuch einer Veranstaltung	Fahrgastschiffahrt, Anmietung Ruder-/Motorboot, Veranstaltung auf und am Wasser
Urlauber am Wasser	Erholung am Wasser, Wassersport, Stadt, Region entdecken	Kombination von gewässerbezogenen und landseitigen Aktivitäten, Nutzung von Campingangeboten, Buchung von Ferienwohnungen oder alternativen Beherbergungstypen (z.B. Hausboote) am und auf dem Wasser
Wasserwanderer mit Hausboot, Motoryacht oder Segelboot	Stadtbesichtigung im Rahmen eines Urlaubs auf den Binnengewässern	Konzentration auf Stadtbesichtigung (kurzer Aufenthalt)
Urlauber auf Kabinenschiffen	Besichtigung von Berlin	Gängiges Besichtigungsprogramm
Wettkampfsportler	Teilnahme an Segel-, Kanu-, Drachenboot und Ruderregatten	Fokussierung auf Wettkämpfe

Kanuten	Bestandteil eines Urlaub am Wasser, sonst nur Einheimische	Kombination mit landseitigen Aktivitäten
Taucher	Besonderheit abenteuerlustig, Wracktauchen usw.	Kombination mit landseitigen Aktivitäten

3.2 Ist-Analyse Wassertourismus allgemein Steglitz-Zehlendorf

Der Berliner Südwesten ist eine „Naturperle“, die es zu erkunden und zu erfahren gilt. Die Urlaubszahlen sind im Bezirk bei Weitem noch nicht so hoch wie in andern Teilen der Stadt, wie zum Beispiel Berlin Mitte. Ziel dieser Studie soll unter anderem sein, die vorhandenen Strukturen genauer aufzuzeigen um im Anschluss daran die richtigen Schlussfolgerungen zu ziehen. Hierzu müssen unter anderem auch die jeweiligen innerstädtischen Anbindungen an den Öffentlichen Personennahverkehr näher betrachtet werden, da nicht alle Wasserurlauber mit ihrem eigenen Boot anreisen.

Steglitz Zehlendorf ist über die S-Bahn, U-Bahn, Busse, über die Wannseefähre aus Kladow sowie über den Regionalverkehr erreichbar. Die S 1 ist die wichtigste S-Bahnlinie des Bezirkes, auch im touristischen Sinne. Sie verkehrt auf dem Bezirksterritorium zwischen Feuerbachstraße und Wannsee. Mit Hilfe des ÖPNVs kommen die Wasserurlauber bequem und flexibel in den Südwesten Berlins. Durch anschließende Buslinien erfolgt eine weitere einfache Transportation hin zu vielen wassertouristisch interessanten Orten des Berliner Südwestens.

3.3 Ist-Analyse: Bootsverleihe/Kanuverleihe/Stand-Up Paddling im Berliner Südwesten

Zum Aufbau eines wassertouristischen Systems gehören als wichtige touristische Infrastruktur die Bootsverleihe. Um eine Listung der aktuellen Angebote im Bezirk zu erhalten, wurde eine Internetrecherche gewählt. Die untenstehende Auswahl an Bootsverleihstation ist keine vollständige Widergabe des Angebots, sie soll nur einen Überblick über wichtige Einheiten geben. Einen vollständigen Überblick gibt die als Excel-Datei zur Verfügung gestellte Datenbank (digitale Abgabe und siehe Anhang).



Abb. Kartenausschnitt Bootsverleihe Berlin Steglitz-Zehlendorf, Quelle: Google Maps

Die tatsächliche Menge an Leihmöglichkeiten für Boote u.ä. in Steglitz-Zehlendorf hält sich in Grenzen. Nicht alle sind auf der Karte durch Google Maps erfasst.

- Wannseeboot
Otto-Erich-Str. 8c
14109 Berlin
www.wannseeboot.de
- Bootsverleih Berlin-Wannsee
Ruhlebener Str. 153
13597 Berlin
www.bootsverleih-berlin-wannsee.de
- Kanuverleih Wannsee
Am Großen Wannsee 60
14109 Berlin
<http://kanuverleih-wannsee.de/>
- StandUpPaddling (SUP)
Potsdam Bahnhof Griebnitzsee
Verleih, Shop & Kurse
<http://www.potsdam-per-pedales.de/>
- Söhnel Werft
Neue Kreisstraße 50
14109 Berlin
<http://www.soehnelwerft.com>
Hafen@soehnelwerft.com

Diese Verleihstationen stellen touristisch gesehen ein hohes Potenzial dar. Allerdings werden die bestehenden Stationen derzeit eher von Berlinern genutzt. Das werbliche Kommunizieren dieser Angebote wird daher eine hohe Bedeutung für die touristische Zukunft des Bezirkes haben.

Wasserski-Club Berlin

Auf der Ostseite des Berliner Wannsees liegt von Bojen begrenzt das Trainingsgebiet des Wasserski-Clubs Berlin e.V. Auf dem Slalomfeld und der Sprungschanze können Erwachsene und Jugendliche ihr Talent auf den Skiern oder dem Wakeboard unter Beweis stellen.

Für 1,50 € pro Minute könne auch touristische Gäste Wasserski laufen. Die Gäste können sich bei Interesse unter <http://www.wasserskiclub-berlin.de> anmelden.



3.4 Ist-Analyse: Personenschiffahrt in Steglitz-Zehlendorf

Die Personenschiffahrt im Berliner Südwesten lässt sich in einen öffentlichen und einen privaten Bereich einteilen. Der öffentliche Bereich wird hierbei durch die BVG Fähre nach Kladow sowie durch die Pfaueninsel-Fähre „Luise“ abgebildet. Da die BVG-Personenfähre ab Wannsee keinen weiteren Hafen im Bezirk Steglitz-Zehlendorf anfährt (Ziel: Kladow) lässt sie sich nur bedingt in touristische Produkte des Berliner Südwestens integrieren. Da die meisten Gäste den Starthafen Wannsee wählen, wird die Wertschöpfung überwiegend in der Gastronomie am Hafen in Kladow stattfinden. Im gesamtberlinerischen Sinne kann die jeweils etwa 20 Minuten dauernde Fahrt dennoch eine sehr wichtige Rolle spielen, denn die Fahrt über den Wannsee hat eine hohe touristische Attraktivität, unter anderem auch, weil eine Fahrradmitnahme möglich ist und ein gültiges Ticket der BVG für den Bereich AB als Fahrkarte fungiert. In der touristischen Kommunikation sollte der Ausflug zukünftig eine gehobene Rolle spielen.

Neben dem privaten Bootsverleih werden verschiedene Rundfahrten im Rahmen der Personenschiffahrt angeboten. Events, vom Brunch bis zum Krimi-Dinner, von der Schlagerparty bis hin zur Oldie-Party werden von verschiedenen Reedereien angeboten. Schiffe können exklusiv gechartert werden - ob für zehn oder mehr als 200 Personen. Den Fahrplan, sowie die einzelnen Themenbereiche erhält man unter anderem auf der Webseite des Reederverband Berliner Personenschiffahrt e.V. (<http://www.reederverband-berlin.de/>).

Neben Standrundfahrten sind unter anderem auch die Sieben-Seen-Rundfahrt mit der MS Rheinland für 10,00 € über die Reederei Gersbeck oder der Reederei Triebler buchbar. Die 7-Seen-Rundfahrt der Stern- und Kreisschiffahrt führt vom Kleinen Wannsee über den Pohlesee, Stölpchensee, Griebnitzsee, die Glienicker Lake, den Jungfernsee und über die Havel zurück zum Wannsee. Das Schiff legt am Wannsee ab, fährt vorbei an Villenkolonien Richtung Südwesten über den Pohlesee und weiter zum Stölpchensee. Vom sich anschließenden Griebnitzsee sehen die Passagiere Schloss Babelsberg (UNESCO Welterbe).

In Kohlhasenbrück bietet es sich an, die Söhnle Werft zu besuchen. Hier gibt es einen eigenen Anleger und die Möglichkeit zu einem Ausflug ins Restaurant in und den großen, am Wasser gelegenen Biergarten. Die Tour führt weiter über die Glienicker Lake mit Blick auf das Jagdschloss Glienicke und unter der Glienicker Brücke hindurch zum Jungfernsee. Vom Jungfernsee haben die Gäste einen Blick auf Schloss Cäcilienhof. Danach wendet das Schiff und fährt zurück zum Wannsee. Die 7-Seen-Tour über die Havelseen dauert etwa zwei Stunden und bietet einen schönen Blick auf Berlins grünes Südwesten und Teile von Potsdam. Startpunkt und Ziel der 7-Seen-Rundfahrt ist die Anlegestelle Wannsee (Bahnhof) und weitere Anlegestellen auf der Route.



3.5 Ist-Analyse: Badegewässer

Badestellen

Im Sommer suchen auch viele Touristen die Gewässerränder zum Baden auf. Im Bezirk Steglitz-Zehlendorf sind insgesamt sieben offizielle Badestellen verzeichnet (siehe Karte unten). Es handelt sich dabei um die Badestellen:

Alter Hof, Große Steinlanke, Krumme Lanke, Lieper Bucht, Radfahrerwiese, Schlachtensee und Strandbad Wannsee. Neben den offiziellen Badestellen wird an vielen Stellen der Gewässer Baden geduldet, jedoch nicht explizit darauf hingewiesen. Es handelt sich dabei eher um kleinflächige Bereiche. Die auf der offiziellen Badestellenkarte für Berlin ausgewiesenen Bäder und Badestellen werden regelmäßig hinsichtlich der Badegewässerqualität vom 15. Mai bis 15. September (Badesaison) eines jeden Jahres in 14-tägigen Abständen über die Qualität der Badegewässer sowie der Berliner Badegewässerverordnung überwacht.



Quelle: <http://berlin.codefor.de/badestellen/>



https://www.berlin.de/lageso/gesundheit/gesundheitsschutz/badegewaesser/liste-der-badestellen/?q=&farbe=&badname=--+Alles+&bezirk=Steglitz-Zehlendorf&q_geo=&q_radius=20000&ipp=20#searchresults

Eine Badekarte wurde in 2015 zum Online-Hit. Der auf Deutsch und Englisch verfügbare Blog von *visitBerlin* gewann 2015 zahlreiche neue Interessenten hinzu. Insgesamt verzeichnete der Blog laut Angaben von *visitBerlin* im Jahresverlauf mehr als eine halbe Million Leser. In diesem Blog wurde als erfolgreiches Sommer-Highlight die Berlin-Badekarte eingeführt. Sie stellt einen U-Bahn-Plan dar, auf dem die Berliner Badeseen mit den entsprechenden Haltestellen eingezeichnet sind. Sie verbreitete sich mittels Social Media rasend schnell im Netz und wurde neben Berliner Medien u.a. auch von großen Portalen wie Spiegel Online geteilt.

Als besonders geeignet gelten folgende Badestellen:

Krumme Lanke

Die Krumme Lanke liegt am Rande des Grunewalds nahe dem Schlachtensee. Von dichtem grünen Wald umgeben, führt ein langer, touristisch attraktiver Uferweg am See entlang. Spaziergänger und Jogger zieht es häufig hier hin, im Sommer finden sich hier viele Badegäste auf den Liegewiesen ein, darunter auch zahlreiche Studenten der nahegelegenen FU Berlin, was es für junges Zielpublikum besonders attraktiv macht. Die große Wiese an der Fischerhüttenstraße kann auch zum FKK-Baden genutzt werden.

Schlachtensee

Sehr beliebt ist auch der Schlachtensee - der sauberste Berliner Badensee - der direkt durch die S-Bahnstation Schlachtensee an den ÖPNV angeschlossen ist. Der Schlachtensee liegt im Südwesten Berlins, mitten im Wald, zwischen Krumme Lanke und Wannsee. Im Sommer halten sich rings um den See sehr viele Badegäste auf. Auch Angler schätzen das Gewässer mit der besonderen Wasserqualität. Sie ziehen u.a. Flussbarsche, Güster und Gründlinge aus dem Wasser des schlauchförmigen Sees. Am Ostufer befindet sich das Ausflugslokal „Fischerhütte“, ein denkmalgeschütztes, historisches Gasthaus mit Biergarten und Kinderspielplatz. In der Nähe befindet sich eine Imbissbude für den kleinen Hunger. Am Schlachtensee können auch Boote ausgeliehen werden. Im Süden des Sees, direkt am S-Bahnhof liegt der „Paul Ernst Park“, eine Grün- und Erholungsanlage, die sich den Hang hinab bis zum See zieht und fast einen Kilometer am Südufer entlang bis zu einer markanten Halbinsel reicht.

Strandbad Wannsee

Das Strandbad Wannsee ist das größte europäische Freibad an einem Binnengewässer. Seit mehr als hundert Jahren ist das Wannseebad der Ort für Badekultur in Berlin. 1907 als „Familienbad“ eröffnet, verfügt das überregional bekannte Strandbad über einen bis zu 80 Meter breiten und 1.275 Meter Sandstrand mit feinstem Ostseesand.

Strandkorbverleih, Wasserrutsche, riesige Liegeflächen am Strand und im Park werden angeboten. Auf der Gesamtfläche von 355.000 Quadratmetern können sich bis zu 30.000 Badegäste aufhalten. Rund zehn Prozent der Fläche sind als FKK-Bereich ausgewiesen. Mehrere sportliche Aktivitäten (z.B. Beachvolleyball, Fußball) sind machbar. Ein Bootsverleih, Kinderspielplatz sowie verschiedene kulinarische Angebote runden das vielfältige Angebot ab.

Die Badestellen eignen sich besonders auch für Gäste, die mit dem Fahrrad unterwegs sind. So kann das Sommererlebnis „Rad und Bad“ (siehe Handlungsempfehlungen Kapitel 7) eine gute Kombination aus Radfahren und Wassererlebnis darstellen.

4 Die Bedeutung der Produktentwicklung im Bereich „Wassertourismus“

Der moderne Tourismus verfügt fast ubiquitär über eine immense Produktvielfalt. Dies trifft ganz besonders für Berlin zu. In Zusammenhang mit dieser ausgeprägten touristischen Angebotsvielfalt ist die Ansprache konkreter Zielgruppen ein entscheidender Erfolgsfaktor für touristische Betriebe und Destinationen. Für Anbieter wassertouristischer Produkte und Dienstleistungen wird es damit immer wichtiger, sich auf geeignete Zielgruppen in Bezug auf die Wasserurlauber und Menschen die Ihre Freizeit vor Ort verbringen auszurichten. Anhand der für diese Zielgruppen charakteristischen Eigenschaften und Bedürfnisse sollten von Betrieben und der Destination gemeinsam interessante wassertouristische Produkte entwickelt werden. Die Gestaltung dieser Produkte kann dabei auf zwei Produktebenen stattfinden. Produkte der ersten Ebene betreffen ausschließlich einen einzelnen tourismusorientierten Betrieb. Wassertouristische Produkte sind jedoch oftmals Bestandteil einer Dienstleistungskette, an der mehrere Betriebe beteiligt sind. Diesem Faktum muss die Destination Rechnung tragen.

Für die Entwicklung und Gestaltung eines erfolgreichen wassertouristischen Produktes sind unbedingt die Erwartungen und Bedürfnisse der einzelnen und im Vorfeld spezifizierten wassertouristischen Zielgruppen zu berücksichtigen. Die Bedeutung von strukturierten zielgruppenspezifischen Zusatzleistungen nimmt stetig zu. Diese verschaffen dem Betrieb und auch der Destination einen zielgruppenspezifischen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Mitbewerbern, welche diese Leistungen nicht anbieten (können). Bei der Produktentwicklung ist somit darauf zu achten, dass ein neues Produkt in der Lage ist, bei den entsprechenden Zielgruppen Interesse zu wecken und Emotionen auszulösen. Und letztlich eine Aktion bewirken zu können. Während traditionelle Wassertourismusaktivitäten teils stagnieren oder nur geringe Wachstumsraten aufweisen, entwickeln sich manche Trendsportangebote dynamisch. Positive Prognosen bei traditionellen Wassererlebnisaktivitäten werden vor allem für die Fahrgastschiffahrt gegebenen. Voraussetzung: eine moderne Flotte und zeitgemäße Angebote. Eine Situation, die in Berlin als gegeben erachtet werden kann.

Es entsteht eine Win-Win-Situation für alle: Die Destination schärft ihr Profil nicht nur durch eine stringente Umsetzung der Positionierung, die Leistungsträger können durch das Erfüllen der Bedürfnisse von Wassertouristen neue Gäste gewinnen und die wirt-

schaftliche Grundlage der Betriebe stärken. Ziel muss es somit sein, die Leistungsträger - Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe ebenso wie Bootsverleihe und ähnliche Dienstleister - von der Konzeptidee zu überzeugen. Sie zu einer umfassenden aktiven Unterstützung zu bewegen.

Notwendigkeit einer Kommunikations- und Vertriebsstruktur

Die Entwicklung eines oder mehrerer zielgruppenspezifischer Wassertourismusprodukte reicht alleine nicht aus, um erfolgreich am Markt agieren zu können. Eine gut durchdachte Kommunikations- und Vertriebsstrategie ist von entscheidender Bedeutung. Als Grundvoraussetzung sollten sich jeder themen-interessierte Gastgeber und auch die Destinationsorganisation möglichst gemeinsam darüber Gedanken machen, wofür sein Betrieb (bzw. die Destination) stehen und wie die Darstellung erfolgen soll. Für den Betrieb bedeutet das: Ist der Betrieb sich dessen bewusst, daraus eine Unternehmensidentität (Corporate Identity) zu entwickeln und diese ganzheitlich zu leben? Dazu gehört auch ein einheitliches Erscheinungsbild des Betriebes (Corporate Design), welches sich in der Gestaltung der Kommunikationsmittel (Logo, Geschäftspapier, Internetauftritt, Kleidung, bestenfalls auch Architektur usw.) wiederfindet.

Doch wie wird ein Wassertourismusprodukt richtig kommuniziert?

Zunächst ist es wichtig, dass es von der beabsichtigten Zielgruppe wahrgenommen wird. Aus diesem Grunde müssen die gewählten Kommunikationsmittel entsprechende Signale aussenden, welche die Aufmerksamkeit der Zielgruppe wecken und eine Reaktion, im Idealfall eine direkte Buchung, auslösen. Dazu gehört ebenso, dass Emotionen, die mit dem Produkt geweckt werden sollen, beim Kunden ankommen. Dabei spielen Bilder eine entscheidende Rolle, denn einem Bild gelingt es in der Regel viel schneller, Aufmerksamkeit zu erregen und Emotionen sowie Reiselust zu wecken, als langen Texten. Große professionelle Bilder können den Reiz der Landschaft und des Betriebes am besten transportieren. Außerordentlich bedeutsam ist zudem die direkte Ansprache der ausgewählten Zielgruppe. Ein individuell auf sie zugeschnittenes Bildmaterial (z. B. Motorboot, Hausboot, Kanu etc.) vermittelt.

5 Schwächen der Wassertourismusdestination Berliner Südwesten

So geeignet die Landschaft für den Wassertourismus auch erscheint: es bestehen zahlreiche Restriktionen im Berliner Südwesten, die es dem das vorhandenen Potenzial deutlich erschweren, in touristische Erfolgsgeschichten umgewandelt zu werden. Schwierige, zeitaufwändige Genehmigungsverfahren aufgrund gesetzlicher Restriktionen verhindern eine optimale Potenzialausschöpfung der Wassertourismus-Destination Berlin. Besonders die hohen genehmigungs-, wasser- und planungsrechtliche Anforderungen bei Investitionen wie zum Beispiel für den Bau von neuen Anlegestellen für Hausboote oder für private Bootsurlauber erschweren das Tourismuswachstum in diesem Segment. Um es auf den Punkt zu bringen: Das Geschäft vom Wasser aus fährt teilweise an Berlin vorbei. Ganz besonders betrifft das den Berliner Südwesten. Um etwas zu verändern, braucht Berlin dringend transparentere, vereinfachte und beschleunigte Genehmigungsverfahren.

Boot- und Personenschiffahrt:

Neben den interessanten Rundfahrten (wassergebundener Kulturtourismus), welche die Natur- und Architekturhighlights des Südwesten Berlins aufzeigen, sind während der Analyse verschiedene Mängel aufgefallen. Es mangelt zum Beispiel an der Kombination von anspruchsvoller Gastronomie und Schifffahrt. Besondere Events, die sich von anderen absetzen, sind kaum vorhanden oder nicht dazu geeignet, zum Beispiel auch junges Publikum anzulocken. Die Entwicklung der Bundeswasserstraßen ist problematisch, wenn nicht bald die vom Bundeswirtschaftsministerium versprochenen Investitionen erfolgen. Problematisch erscheint auch der Fachpersonalmangel im Wassertourismusbereich. Weiterhin fehlen Fahrradständer bei den Anlegeplätzen, um Fahrradfahrer mit dem Schiff mitzunehmen. Laut Reederei Riedel wäre es kein Problem 15 Fahrräder mit der Personenschiffahrt mitzunehmen. Mehr ist nicht möglich. Ein Schiffsumbau wäre dabei ein hohes finanzielles Risiko bzw. ein sehr teures Unterfangen.

Probleme bereiten den privaten Bootsfahrern die oft nicht vorhandenen Anlegestellen. Ihnen wäre es wichtig, dass man auch bei den Anlegestellen für die Reedereien wenigstens kurz ein und aussteigen darf. Wenn die Infrastruktur nicht vorhanden oder

qualitativ mangelhaft ist, dann sind die Urlauber unzufrieden. Zu bemängeln ist weiterhin die Anlegestelle der Redereien am Wannsee. Hier sind dringende Renovierungen notwendig. Private Bootsverleihe bemängeln zudem, dass es zu wenige Anlegestellen gibt, wo sie ihre Boote verleihen können, es nur eine unzureichende Zahl an Wassertankstellen gibt und dass an den Häfen zu wenig passiert. Das wiederum zieht keine Urlauber an. Mangelhaft ist auch die Auswahl an Hausbootvermietern. Die bestehenden Vermieter sind in der Hauptsaison oft schnell und auf lange Zeit ausgebucht und damit für touristische Gäste kaum wahrnehmbar bzw. buchbar.

6 Generelle Zukunftstrends im Wassererlebnisbereich

Umwelt

Wassersport und Wassertourismus findet in vielerlei Ausprägungen statt. Alle Stakeholder haben den Wunsch, dass die Gewässer einen möglichst naturnahen Zustand beibehalten. Besonders der Freizeit- und Erholungswert richtet sich für alle Wasserbegeisterte nach der naturbelassenen Region. Antrieb- und Energietrends, machen auch nicht vor dem Sportbootsektor und der Personenschiffahrt halt. Zu erwähnen ist u. a. hier die Umstellung von Zweitakt- auf Viertaktmotoren bei Außenbordmotoren bzw. auf leichte Elektromotoren, Optimierung der gesamten Antriebsstränge (Einheit von Motor, Getriebe und optimiertem Propeller), Optimierung von Leistung und Schadstoffausstoß bei Verbrennungsmaschinen (insbesondere Rußpartikelfilterung bei Dieselmotoren, Einsatz von Bio-Kraftstoffen), Einsatz von neuen Kraftstoffen (Wasserstoff, LNG) im Antrieb und in der Energieversorgung. Entsprechende Versorgungseinrichtung müssen geschaffen werden und das nicht nur vereinzelt sondern flächendeckend, damit ein nachhaltiger Tourismus gewährleistet werden kann.

Auch wird sich das **Paddeln** weiterhin großer Beliebtheit erfreuen, da wegen des emissionsfreien Bewegens auf dem Wasser das Paddeln (fast) die einzige Möglichkeit bleiben wird, z.B. in Schutzgebieten Wasserfahrtsport zu betreiben. Mit der Einführung von neuen Materialien, die einen Leichtbau erlauben, wird ein Gewinn an Komfort verbunden sein und ein geringerer Transportaufwand, was wiederum Energieersparnisse zur Folge hat und damit auch die Umwelt schont. Es kommen aufblasbare Paddelboote in Mode. Seekajaks werden auch immer beliebter. Kanus und Kajaks entwickeln sich zweckorientiert zu emissionsfreien Fortbewegungsmitteln für andere Wassersportarten wie zum Beispiel Angeln und Tauchen. Dem Kanusport ist mit Blick auf die Auswirkungen des Klimawandels der Erfolg sicher.

Künstliche Taucherlebniswelten

Besonders interessant für Taucher sind künstliche Taucherlebniswelten. Viele unterschiedliche künstliche Taucherlebniswelten wurden seit 2010 in Mitteleuropa konstruiert. Dazu gehören unter anderem: Diver's (Aufkirchen bei München), Tauchgasometer (Duisburg), Tauchcenter Nullzeit (Duisburg), Montemare Rheinbach (bei Bonn),

Naturagart Unterwasserpark (bei Ibbenbüren), Tauchcenter Siegburg. Besonders attraktiv ist für Taucher das Wracktauchen.



Diver's (Aufkirchen bei München), Tauchgasometer (Duisburg), Tauchcenter Nullzeit (Duisburg), Montemare Rheinbach (bei Bonn), Naturagart Unterwasserpark (bei Ibbenbüren), Tauchcenter Siegburg. Besonders attraktiv ist für die Taucher meist das Wracktauchen.

Bildquelle: <http://view.stern.de/de/picture/2740104/flugzeug-unterwasser-tuerkei-wrack-taucher-tauchenunterwasser-rico-1920.jpg>

Ob diese Art von Tauchen in Gewässern im Berliner Südwesten machbar ist, muss im Einzelfall mit der Verwaltung der zuständigen Institutionen abgeklärt werden. Bei diesem Zielpublikum handelt es sich allerdings um eine sehr kleine Nische.

Schwimmende Häuser

Ein Schwimmhaus ist ein Wohngebäude oder Ferienhaus, das auf einem Ponton gebaut wurde und auf dem Wasser schwimmend an einem Ort fest verankert liegt. Diese Schwimmenden Häuser werden bereits in verschiedenen Regionen Deutschlands als Ferienhäuser genutzt. Auch dieses touristische Produkt findet man noch gar nicht im Berliner Südwesten, obwohl die Nachfrage danach in Deutschland stetig steigt.

Dieses Segment mit großem Potential wird direkt von Brandenburg besetzt.



Bildquelle: <http://images.china.cn/attachement/jpg/site1003/20131211/001ec949fb1b141245d806.jpg> / <http://www.iba-see2010.de/img/1702.jpg>

Um den Berliner Südwesten in den für den Bezirk typischen Kernkompetenzen touristisch zu stärken, empfehlen sich folgende, an den Trends und Gästebedürfnissen orientierte Maßnahmen, die sich auch im Gesamtkonzept wiederfinden:

- Unterstützung beim Ausbau von Fahrradverleih und Servicestellen.
- Ausbau von Rad- und Fußwegen zwischen Bahnstationen und Gewässern.
- Ermöglichen der Fahrradmitnahme auf Fahrgastschiffen.
- Verbesserung der Informations- und Leitsysteme im Corporate Design.
- Schaffung eines länderübergreifenden (Berlin und Brandenburg) Ticketsystems für Bewohner und Besucher.
- Ausbau der Infrastruktur für Elektromobilität: das betrifft neben E-Booten auch E-Bikes und E-Autos.
- Gestaltung der Ladestationen als attraktive Orte, so dass Aufladezeiten mit Freizeitaktivitäten verknüpfbar sind.
- Schaffung von „alternativen“ Übernachtungskonzepten am und auf dem Wasser: Hausboote, Caravanstellplätze, Glamping.
- Sicherung, Weiterentwicklung und Qualifizierung von Standorte für Kultur am Wasser und (regelmäßig wiederkehrende) Einbindung in ein übergeordnetes Programm.
- Entwicklung bzw. Unterstützung von innovativen themenspezifischen Ausstellungs- und Betreiberkonzepten.

7 Handlungsempfehlungen

Bei den im Folgenden dargestellten Handlungsempfehlungen muss darauf hingewiesen werden, dass nur ein Teil der vorgestellten Ideen vom Bezirk selbst umgesetzt werden kann. Dies resultiert neben der rechtlichen Situation und der damit verbundenen Zuständigkeit, auch aus der Notwendigkeit von Investitionen aus dem privatwirtschaftlichen Bereich. Damit ist der Handlungsspielraum im Bezirk relativ begrenzt. Diverse Handlungsempfehlungen stehen im Kontext zu anderen Maßnahmen und sind somit auch im zentralen Gesamtkonzept „Nachhaltiges Tourismuskonzept für den Bezirk Steglitz-Zehlendorf“ aufgeführt.

Zentrale Handlungsempfehlung:

Der Wassertourismus muss generell einen höheren Stellenwert in der Landespolitik erhalten, um über diesen Hebel die für dieses Segment wichtigen Weichenstellungen in den Bezirken zu beeinflussen und zu fördern. Wichtig wäre daher, schnellstmöglich den Abbau von bürokratischen Hindernissen voranzutreiben, um somit Investoren anzulocken, und gleichzeitig auch den Urlaubern einen reibungslosen Wasserurlaub zu gewährleisten. Denn bisher „schwimmt“ das wichtige wassertouristische Geschäft größtenteils an Berlin vorbei.

Diese Aufgabe obliegt jedoch nicht den Einrichtungen des Bezirks. Dieser kann lediglich mittels eines permanenten Informationsmanagements auf die entscheidenden Personen und Institutionen einwirken.

Laufende Nummer	1
Touristischer Schwerpunkt	Wandertourismus entlang am Wasser
Art der Maßnahme	Infrastrukturmaßnahme Ausweisung von Premium-Wanderrouten „Top Route Berlin“
Träger der Maßnahme	Initiierung des Projektes: Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf, nach Umsetzung: Bezirk
Verortung	Wannsee, Nikolassee, Dahlem
Organisationsaufwand	Hoch, eigenes Konzept für Umsetzung unabdingbar, Beauftragung durch umsetzende Beratungsgesellschaft notwendig, sollte nach Möglichkeit zusammen mit „Radtourismus-Premiumrouten“ umgesetzt werden
Kosten	Ja, gesonderte Berechnung notwendig, Förderfähigkeit über GRW-Mittel, Mittelaufwand wird geringer sein als bei Rad-Routen
Priorität	Hoch
Umsetzung empfohlen bis	2017-2018

Beschreibung:

Analog der im Konzept „Radtourismus“ und im Gesamtkonzept dargestellten Maßnahme 1 sollen für den touristischen Produktbereich „Wandern“ ähnliche Rahmenbedingungen geschaffen werden. Dafür müssen folglich inhaltlich dieselben Instrumente und Methoden angesetzt werden wie für die radtouristischen „Top-Routen Berlin“. Das bedeutet, dass sowohl Beschilderung als auch Kommunikation nach demselben Muster umgesetzt wird.

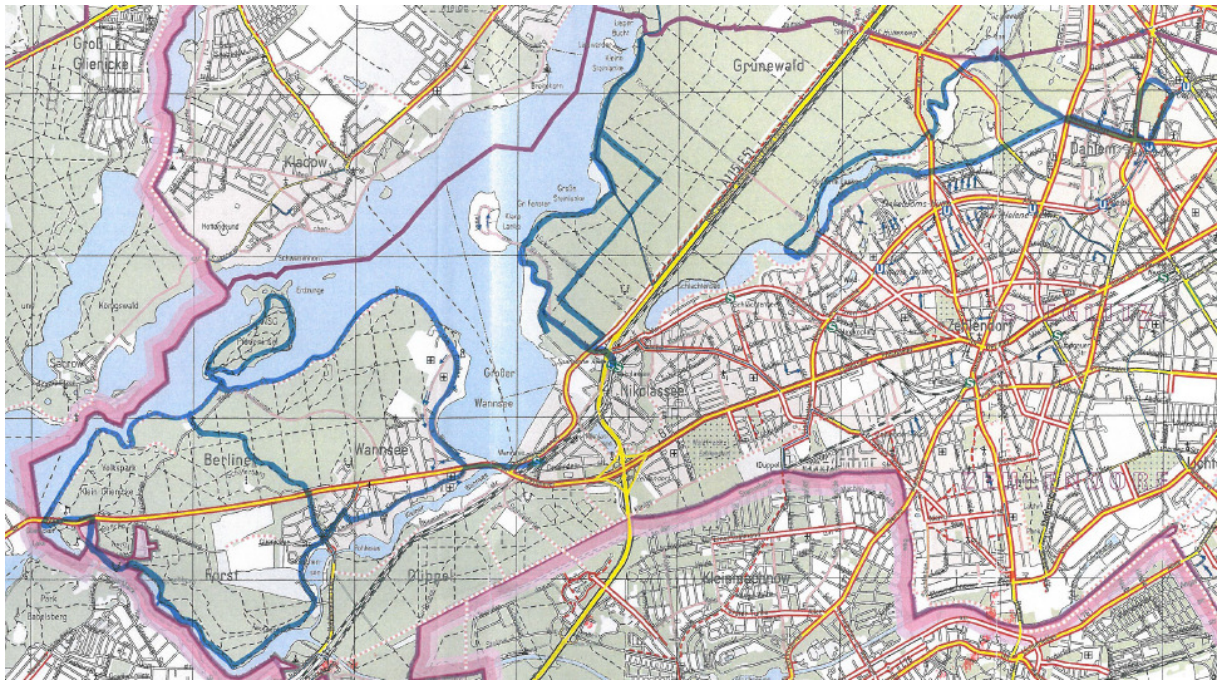
Da für diesen Produktbereich eine innere Verknüpfung zum radtouristischen Bereich gegeben ist, sollte es zusammen mit den Rad-Top-Routen umgesetzt werden. Folglich sollte es in dasselbe Förderprojekt integriert werden. Ebenso wie bei den Radwegen muss hier ein eigenständiges Kommunikationskonzept in Anlehnung an die Radrouten entwickelt werden.



Die oben stehenden Grafiken dienen lediglich der Veranschaulichung.

Generell sollte hier für alle Wanderungen immer auch ein enger Bezug zum Wassererlebnis generiert werden. So könnte beispielsweise die Tageswanderung auf der Wann-

see-Insel auch als „**Sieben-Seen-Wanderung**“ vermarktet werden. Dieser Vermarktungstitel verspricht den Gästen schon bei der ersten Kontaktaufnahme ein hohes Maß an Wassererlebnis, das bei Wanderern immer sehr gut ankommt. Sie ergänzt damit hervorragend das Thema „Wassererlebnis“. Die in diesem Zusammenhang erstellten Routen werden in der folgenden Übersichtskarte als blaue Linien dargestellt. Sie spiegeln schon auf den ersten Blick eine hohe Affinität zum Wasser wider.



Für das Thema „Wandern“ bieten sich im Südwesten im ersten Schritt zunächst vier Routen an, die bei Bedarf erweitert oder durch geeignete Zuwegungsbeschilderung (z.B. vom Ausgangspunkt „Söhnle Werft“) ergänzt werden können.

Bei den Routen handelt es sich um zwei Routen im Bereich Wannensee/Pfaueninsel, eine Route in Nikolassee und eine Route in Dahlem. Bei der Zusammenstellung der Routen wurden ähnliche Kriterien in Sachen Erfordernisse aus Sicht des Gasts determiniert wie bei den Top-Routen „Rad“. Das bedeutet, es ist an allen Wanderrouten dafür gesorgt, dass örtliche Ausflugslokale, Gaststätten bzw. Biergärten sowie ggf. Einzelhandelsgeschäfte in den Ablauf integriert sind. Grundlage ist jeweils eine Halbtagswandertour. Die Wannsee-Routen sind so konzipiert, dass sie miteinander verbunden werden können und so als Ganztageswanderung wahrgenommen werden können.

Laufende Nummer	2
Touristischer Schwerpunkt	Touristische Infrastruktur
Art der Maßnahme	Ausstellung Bootsbau
Träger der Maßnahme	Privat mit ggf. Unterstützung durch Fördergelder aus GRW
Verortung	Söhnel Werft, Kohlhasenbrück
Organisationsaufwand	gering
Kosten	mittel
Priorität	kurzfristig
Umsetzung empfohlen bis	2017

Beschreibung:

Auf Anregung von Georg Weber von der Söhnel Werft wird vorgeschlagen, den historischen Ort der Söhnel Werft zukünftig besser in Szene zu setzen. Durch das vielschichtige Erlebnis-Angebot (Gastronomie, Feiern, Wassererlebnis durch Bootsverleih, Fahrradverleih, Anlegestellen etc.) könnte hier eine zusätzliche Erhöhung des Freizeitangebotes durch eine Dauerausstellung zum Thema „Bootsbau im Berliner Südwesten“ stattfinden. Geeignete Räumlichkeiten und Flächen sind im Innen- und Außenbereich der Söhnel Werft vorhanden.

Durch den Ausbau des Freizeitangebots kann die Söhnel Werft damit eine zusätzliche Zugkraft für touristische Gäste und eine positive Strahlkraft als Ausflugsziel im Berliner Südwesten aufbauen. Um dieses Ziel umzusetzen bedarf es eines gesonderten Konzepts.

Laufende Nummer	3
Touristischer Schwerpunkt	Veranstaltungen in Wassernähe
Art der Maßnahme	Audio-Visionsshow und Bühnenevents (in den Sommermonaten)
Träger der Maßnahme	Public-Private-Partnership-Projekt (PPP) mit Unterstützung von Sponsoren
Verortung	Ronnebypromenade am Hafen Wannsee
Organisationsaufwand	hoch
Kosten	Ja, eigenes Konzept notwendig
Priorität	Mittel
Umsetzung empfohlen bis	2018, dann fortlaufend

Beschreibung:

In den Sommermonaten sind touristische Events besonders gut geeignet um zusätzliche Gäste anzulocken. Dafür bietet der Bezirk im Zusammenhang mit dem Thema „Wassererlebnis“ gute Voraussetzungen. Eine wasserbasierte Audio-Visionsshow wie sie z. B. die „Klangwelle“ (ab 2016 in Bad Neuenahr-Ahrweiler, vormals in Bonn) bietet, könnte eine interessante Aktion für die Sommermonate darstellen. Shows dieser Art werden aus Elemente wie Musik, Licht, Wasser, Laser und Feuer zusammengefügt:

„Wasserdüsen und Pumpen erzeugen ähnlich einer Wasserorgel bewegliche Muster und Figuren aus Wasser. Scheinwerfer mit LED-Technik färben die bis zu 30 Meter hohen Wasserfontänen in buntes Licht. Die verschieden großen, tanzenden Wasserfontänen rauschen im Takt des Lichtes auf und ab, erzeugen Wellen und abstrakte Bilder. Wasser wird bei solchen Shows zum Trägermedium. Es wird ein sogenannter Waterscreen gebildet, eine überdimensional große „Leinwand“ aus Wasser, auf die beeindruckende Videos und Bilder projiziert werden. Eine Lasershow verbindet moderne Technik mit den natürlichen Elementen, indem Laserbilder und -animationen im Wasser dargestellt werden. Mehrere Flammenfächer unterstützen zudem das Schauspiel.“⁶

⁶ Quelle: <http://www.die-klangwelle.de/>

Ähnliche Events werden unter anderem auch in der Autostadt Wolfsburg erfolgreich umgesetzt.



Alle Fotos: Klangwelle, Quelle: <http://www.die-klangwelle.de/>

Auf diese Art könnte der Berliner Südwesten in den Sommermonaten als prägnantes Ausflugsziel in den Abendstunden (sowohl bei touristischen Gästen als auch Einheimischen) wahrgenommen werden. Durch die Regelmäßigkeit der Veranstaltung über einen längeren Zeitraum wird eine Wahrnehmbarkeit gewährleistet sein.

Für eine Kooperation sind hier besonders auch die Personenschiffahrtsgesellschaften geeignet. Für ein solches Konzept muss zwingend eine eigene Eventkonzeption erarbeitet werden.

Laufende Nummer	4
Touristischer Schwerpunkt	Kommunikationspolitik Endkunden
Art der Maßnahme	Weiterentwicklung und Pflege der Internetseite: www.wassererlebnis-berlin.de
Träger der Maßnahme	Zunächst: Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf, später ggf. gegründete Tourismusorganisation Berlin Südwest
Verortung	Wirtschaftsförderung, optional ab Eröffnung TBZ Schloss Glienicke
Organisationsaufwand	gering
Kosten	Ja, aber gering, für Pflege, Hosting, Traffic, Schulung
Priorität	Hoch
Umsetzung empfohlen bis	2016, dann fortlaufend

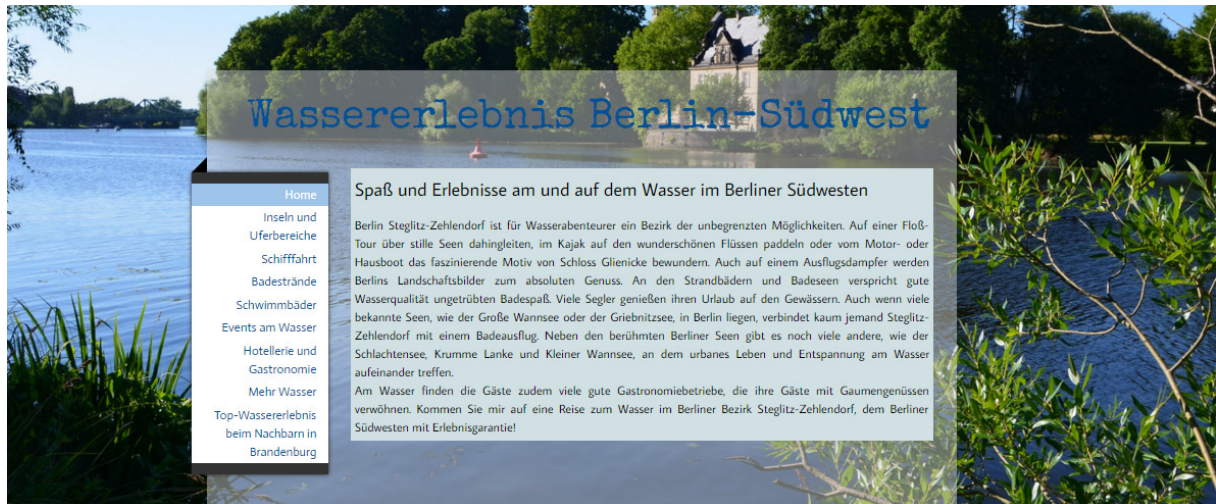
Beschreibung:

Im Rahmen dieses Projektes wurde eine Plattform angelegt, die sich mit dem Wassererlebnis in Berlin Südwest beschäftigt. Die Plattform wurde von der EBC Hochschule konzipiert und durch Marco Stahl (Sunny Sites) in ihren Grundlagen programmiert. Sie wird durch ein einfach zu bedienendes Content Management System der Firma JIMDO gesteuert und lässt sich daher unkompliziert anpassen, vor allem auch für den mobilen Gebrauch. Sie ist zukünftig im Internet unter der Adresse www.wassererlebnis-berlin.de zu finden.

Auf dieser Website sind alle wasseraffinen Themen im Sinne eines touristischen Gebrauchs dargestellt. Momentan existiert die Website nur in Deutsch. Sie sollte zukünftig wegen der internationalen Struktur des Tourismus in Berlin jedoch zweisprachig mit Englisch als zweiter Sprache dargestellt werden.

Es bietet sich an, dass nach Projektabschluss Ende Mai 2016 die Website an die Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf übertragen wird und perspektivisch die für das touristische Destinationsmanagement betraute Organisation für die Pflege und die Weiterentwicklung verantwortlich ist.

Da in dieser Website auch Bewegtbilder (also kurze Videosequenzen) mühelos eingesetzt werden können, sollte in Zusammenhang mit anderen hier dargestellten Handlungsempfehlungen dafür gesorgt werden, dass künftig ein Teil der Website mit Kurzvideosequenzen besetzt wird. Diese sind gesondert zu produzieren.



Bilddarstellung: Prototyp der Internetseite „Wassererlebnis Berlin“

Laufende Nummer	5
Touristischer Schwerpunkt	Binnenmarketing
Art der Maßnahme	Aufbau Arbeitsgruppe „Wassererlebnis“
Träger der Maßnahme	Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf bzw. neue Destinationsmanagementorganisation
Verortung	Bezirk
Organisationsaufwand	gering
Kosten	Keine nennenswerten Kosten
Priorität	hoch
Umsetzung empfohlen bis	Ab 2016, dann fortlaufend

Beschreibung:

Ohne eine zielgerichtete Kommunikation und Kooperation geht viel touristisches Potenzial verloren, was letztendlich auch dem Image der Region schadet. Dazu ist jedoch eine gezielte Binnenmarketing-Strategie notwendig, die an eine zuständige Tourismusorganisation gekoppelt sein sollte. In diesem Zusammenhang wird auf das Konzept „Strategie und Organisation des Tourismus“ verwiesen. Auch die Kooperation zwischen Potsdam und dem Bezirk Steglitz-Zehlendorf in Bezug auf das Wassererlebnis muss verbessert werden.

Die Kommunikation wird damit auch im Sportbootbereich potenzieller Kunden immer signifikanter. Das Internet hat dabei eine tragende Rolle übernommen. Nicht nur das Versenden von Informationen (elektronische Tagebuch in Blog-Form o. ä.) ist davon abhängig, sondern viele nautisch wichtige Informationen (Sicherheit, Wetter u. ä.) werden vornehmlich nur noch über das Web bezogen. Wichtig ist also die technische Sicherstellung von Internetzugängen in der Region und WiFi in den Häfen. Nicht nur der jungen Generation ist dies wichtig, sondern auch immer mehr den „Best Agern“.

In diesem Zusammenhang ist es wichtig, diesen Zielgruppen die richtige Ansprache zu geben.

Laufende Nummer	6
Touristischer Schwerpunkt	Personenschiffahrt
Art der Maßnahme	Förderung der Produktentwicklung und der Bewerbung des Top-Produktes „Sieben-Seen-Tour“
Träger der Maßnahme	Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf bzw. neue Destinationsmanagementorganisation
Verortung	Bezirk und <i>visitBerlin</i>
Organisationsaufwand	gering
Kosten	gering
Priorität	hoch
Umsetzung empfohlen bis	Ab 2016, dann fortlaufend

Beschreibung:

Die „Sieben-Seen-Tour“ per Schiff und per Boot sollte zum Top-Produkt in Sachen Wassererlebnis per Schiff bzw. Boot proklamiert werden. Die jetzt schon vorhandene Route bildet die natürliche und kulturelle Vielfalt des Berliner Südwestens am besten ab. Sie sollte in multipler Form beworben werden, auch mittels permanenten Metallschildern in Gewässernähe sowie am Bahnhof Wannsee. Touristische Kombinationsangebote können die Attraktivität des Angebotes in Bezug auf Wassertourismus im Berliner Südwesten stärken. Besonders die Kombination „Rad und Schiff“ bietet dabei eine interessante Option für Gäste. Bei beiden Zielgruppen handelt es sich um ähnliche Strukturen, die bei dem Vorliegen von interessanten und sicheren Angeboten einen hohen Nutzwert erhalten können.

Wichtig ist es auch, ein besseres Angebot an Speisen an Bord anzubieten. Auf vielen Schiffstouren wird meist nur ein einfacher Imbiss bzw. eher durchschnittliche Qualität der Speisen angeboten. Gourmettouren als touristisches Produkt auf Schiffen sind daher denkbar, falls die Rahmenbedingungen für die Zubereitung stimmen. Da diese Route auch als Top-Produkt per Boot für individual reisende Gäste kommuniziert werden sollte müssen hier die richtigen Plattformen in den jeweiligen Marketingkanälen bedient werden. Hierzu sollte zukünftig die *visitBerlin* maßgeblich beitragen. Dazu ist jedoch eine koordinierende Zuarbeit aus dem Berliner Südwesten unerlässlich.

Laufende Nummer	7
Touristischer Schwerpunkt	Private Bootsfahrten
Art der Maßnahme	Prüfung des Ausbaus für Anlegeinfrastruktur bzw. Öffnung der bereits vorhandenen Strukturen der Vereine.
Träger der Maßnahme	Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf bzw. neue Destinationsmanagementorganisation
Verortung	Geeignete Uferbereiche im Berliner Südwesten
Organisationsaufwand	Sehr hoch
Kosten	Nicht schätzbar
Priorität	hoch
Umsetzung empfohlen bis	Ab 2016

Beschreibung:

Es ist wünschenswert, dass neue Anlegestellen für private Bootsausflügler gebaut werden und die Häfen müssten attraktiver gestaltet werden, sodass mehr Urlauber angezogen und bessere Möglichkeiten finden, Berlin vom Wasser aus zu erkunden.

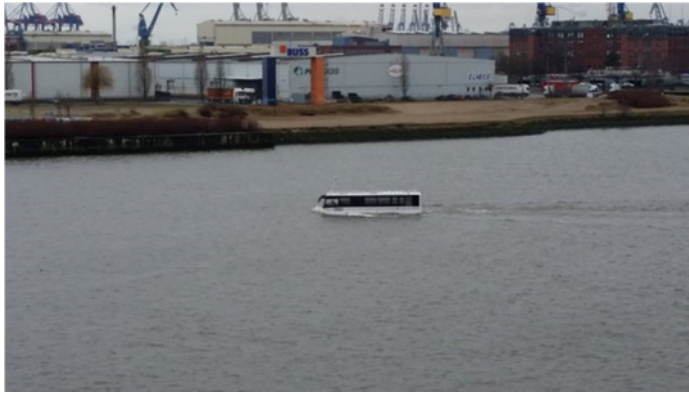
In diesem Zusammenhang wird auf das „Wassertourismuskonzept für die Stadt Berlin“ der media mare Dörnfeld & Holweg GbR aus dem Jahr 2003 verwiesen, das unten stehendem als pdf-Datei Link⁷ abgerufen werden kann. Es sollten geeignete Uferrandzonen geprüft werden, wobei die Möglichkeiten hier begrenzt sein werden. Falls es Zonen geben sollte, ist die ÖPNV-Anbindung ein absolutes Muss.

⁷ <https://www.berlin.de/imperia/md/content/senatsverwaltungen/senwaf/publikationen/wassertour.pdf?start&ts=1402044982&file=wassertour.pdf>

Laufende Nummer	8
Touristischer Schwerpunkt	Land-Wasser-Mobilität mit touristischen Schwerpunkt
Art der Maßnahme	Amphibienfahrzeug für touristische Gäste
Träger der Maßnahme	Privat
Verortung	Havel / Wannsee
Organisationsaufwand	hoch
Kosten	Nur Recherche- und Kommunikationskosten
Priorität	gering
Umsetzung empfohlen bis	Ab 2020

Beschreibung:

Für Touristen muss ein besonderer Anreiz geschaffen werden damit sie nach Steglitz Zehlendorf reisen. Dafür muss man innovative Highlights anbieten. In Hamburg und London gibt es mittlerweile den „Hafen City River Bus“. Dieser fährt zu Lande und zu Wasser und ist eine spannende Kreuzung von Bus und Barkasse. Der River Bus ist ein Amphibienfahrzeug. Solch ein Produkt bringt auf jeden Fall Aufmerksamkeit, und das wäre natürlich ein positiver Effekt für den Südwesten. Zudem ist es etwas, was es so in ganz Berlin noch nicht gibt!



(Quelle: Abendblatt Hamburg) ⁸

Möglich wäre auch folgendes Beispiel aus London: „Berlin Bear Tours“



⁸ <http://www.abendblatt.de/hamburg/article207149071/Wie-ein-Bus-schwimmen-lernt-Freude-ueber-Attraktion-waechst.html>

Laufende Nummer	9
Touristischer Schwerpunkt	Gastronomie/Hotellerie
Art der Maßnahme	Qualitätsoffensive
Träger der Maßnahme	Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf bzw. neue Destinationsmanagementorganisation
Verortung	Gastronomie am Wasser
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	gering
Priorität	hoch
Umsetzung empfohlen bis	Ab 2017

Beschreibung:

Das gastronomische Angebot entlang der Uferbereiche im Berliner Südwesten wird nur teilweise den Bedürfnissen moderner und anspruchsvoller Touristen gerecht.

Dringende Investitionen im Interieur-Bereich und Verbesserung der Küche sind für eine positive Außenwirkung in verschiedenen gastronomischen Einheiten wünschenswert. Hier ist Kreativität der Betreiber von Hotel- und Gastronomiebetrieben am Wasser gefragt. Die zusätzliche Beschilderung der Gastronomie ist vorteilhaft für Gastronom und Gast. Auch hier wäre eine bessere Absprache/Kooperation zwischen Hotelier und Gastwirtschaft von Vorteil für beide Parteien.

In diesem Zusammenhang sollte ein Arbeitskreis für die betreffenden Betriebe anvisiert werden, der auf eine gezielte Qualitätsverbesserung, eine regionalsierende Küche und gemeinsame Events sowie eine gemeinsame Kommunikationspolitik abzielt.

Eine weitere Bereicherung, wenngleich vergleichsweise diffizil in der Umsetzung, wären Optionen zur Erreichbarkeit von gastronomischen Einrichtungen vom Wasser aus: Anlegeplätze und Steganlagen.

Laufende Nummer	10
Touristischer Schwerpunkt	Wassererlebnis „von oben“ / Weitsichten
Art der Maßnahme	Bau eines touristischen Aussichtsturmes bzw. Baumwipfel Pfads in Wassernähe
Träger der Maßnahme	Senat / Berliner Forsten
Verortung	Teilbezirk Wannsee / Nikolassee jeweils in Wassernähe zum Wannsee
Organisationsaufwand	hoch
Kosten	sehr hoch
Priorität	langfristig
Umsetzung empfohlen bis	2025

Beschreibung:

Aussichten ziehen Touristen an. Das nutzen immer mehr Destinationen in Deutschland. Die Zahl der Gäste, die die jeweiligen Destinationen „von oben“ sehen wollen steigt ebenfalls. Und sie sind bereit dafür zu bezahlen.

Insbesondere im ländlichen Raum entstehen daher immer mehr Aussichtstürme und Baumwipfelpfade höchster Güte. In diesem Sinne kann beispielsweise auf den Baumwipfelpfad auf Rügen, den Baumwipfelpfad Bad Wildbad und auf den Baumkronenpfad in Beelitz verwiesen werden.⁹



Baumwipfelpfad Rügen, Quelle: <http://nezr.de/nezr/ueberblick/aussichtsturm/>

⁹ Weitere Pfade unter: <http://www.baumwipfelpfad-baumkronenpfad.de/>

Der erst im September 2015 eröffnete Baumkronenpfad über Beelitzer Heilstätten bietet sich besonders als Anschauungsbeispiel an, da es der nächstgelegene Pfad mit Aussichtsturm dieser Art darstellt. Hier eine genauere Darstellung des Baumkronenwegs:

Best-Practice-Beispiel:

Baumkronen & Zeitreisepfad Beelitz-Heilstätten

Offizielle Bezeichnung: Baumkronen & Zeitreisepfad Beelitz-Heilstätten

Ort & Region: Südwestlich von Berlin und Potsdam im nördlichen Teil des Fläming

Eröffnungsdatum: 11. September 2015

Baukosten: 6,6 Millionen €

Länge: 320 Meter Pfad und 5 große Aussichtsplattformen im Turm

Maximale Höhe: Pfad 23 m, Turm 40 m

Aussicht: Einzigartige Aussicht auf das historische Garten-, Bau- und Technikdenkmal Beelitz-Heilstätten und die verwunschene Wald-Park-Landschaft

Anvisierte Besucher pro Jahr: ca. 200.000

Weitere Einrichtungen & Attraktionen: Schlossartige Klinikgebäude; riesige Ruine mit Dach-Wald in 20 Meter Höhe überwanderbar; Rundwege durch die alte Parklandschaft; Waldspielplatz

Besonderheiten: Das historische Areal der Beelitzer Heilstätten ist einer der meistfotografierten Orte Deutschlands und Drehort vieler international bekannter Filme wie z.B. Der Pianist, Operation Walküre, Hotel Adlon, Street Dance usw. Die Erschließung dieses Geländes durch einen Baumkronenpfad, mit der Überquerung einer mehrstöckigen Ruine, auf deren Dach seit 70 Jahren ein Wald wächst, ist europaweit einzigartig.

Gastronomie: Verschiedene gastronomische Angebote mit Biergarten am und im Pavillon am Turm und an den historischen Liegehallen vor der Ruine, 1 Restaurant und Biergarten außerhalb des Kerngeländes an der alten Küche am Eingang „Pfortner-Haus“

Sonstiges: Für Kinderwagen, Rollstuhlfahrer und Gehbehinderte gibt es einen Lift

Barrierefrei: Ja

Öffnungstage & Öffnungszeiten: Sommer: Mai-September 9.00-19.00 Uhr, Übergangszeit: April und Oktober: 9.00-17.30 Uhr, Winter: November-März 10.00 -16.00 Uhr (ohne Gewähr)

Eintrittspreis & Ermäßigungen: siehe Website des Betreibers, regulär Erwachsener: 9,50 €

Parkplätze: gebührenpflichtige Parkplätze befinden sich in unmittelbarer Nähe der Autobahnabfahrt Beelitz-Heilstätten (A9)

Öffentliche Verkehrsmittel: RB 7 Berlin-Dessau, Station Beelitz-Heilstätten; Gelegen am Europaradweg und Fläming-Skate

Website: <http://www.baumundzeit.de>



Bildquelle: <http://www.baumwipfelpfad-baumkronenpfad.de/Deutschland/baumkronenpfad-beelitz.html>



Ein Projekt dieser Art könnte für den Berliner Südwesten zu einem echten „Leuchtturmprojekt“ im wahrsten Sinne des Wortes werden. Die Havellandschaft mit UNSECO-Welterbe und Pfaueninsel aus der Vogelperspektive zu beobachten würde viele zusätzliche Gäste in den Berliner Südwesten locken.

Diese Infrastruktur sollte auch als Öko-Lehrstation für die Lebensräume „Wald“ und „Wasser“ genutzt werden, so dass die als Ziel für Schulen und pädagogische Einrichtungen interessant würde. Dies wäre für die zu erzielenden Einnahmen positiv zu werten.

Laufende Nummer	11
Touristischer Schwerpunkt	Binnenmarketing
Art der Maßnahme	Vermarktung auf den Internetseiten von <i>visitBerlin</i>
Träger der Maßnahme	<i>visitBerlin</i>
Verortung	Internet
Organisationsaufwand	gering
Kosten	keine
Priorität	hoch
Umsetzung empfohlen bis	2016

Beschreibung:

Auf den Internetseiten von *visitBerlin* wird unter der Rubrik „Berlin vom Wasser aus“ (Link: <http://www.visitberlin.de/de/erleben/sommer/berlin-vom-wasser-aus>, siehe Bild unten) der Berliner Südwesten nur teilweise dargestellt. Wichtige Teilbereiche und Angebotes aus dem Berliner Südwesten fehlen. Hier zu nennen sind beispielsweise die Angebote der Söhnel Werft.



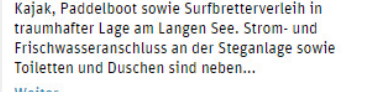
Restaurantschiffe
Auf dem Wasser können Sie hervorragend die kulinarische Vielfalt der Hauptstadt probieren: an Deck von alten Segelschiffen, Dampfern oder Flößen.
[Weiter](#)



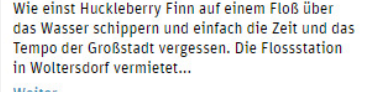
Schiffscharter
Nutzen Sie unsere Angebot für Schifffahrten und entdecken Sie Berlin vom Wasser aus.
[Weiter](#)



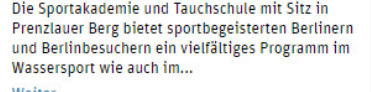
Tickets für Schiffstouren
Erleben Sie die Berliner Sehenswürdigkeiten am Ufer der Spree aus neuer Perspektive. Ob Dampferfahrten oder Schiffstouren, eine Spreefahrt gehört zu jedem Berlin-Besuch.
[Weiter](#)



Bootshaus Krampenblick
Kajak, Padelboot sowie Surfbretterverleih in traumhafter Lage am Langen See. Strom- und Frischwasseranschluss an der Steganlage sowie Toiletten und Duschen sind neben...
[Weiter](#)



Flossstation Flossleben-Reisen
Wie einst Huckleberry Finn auf einem Floß über das Wasser schippern und einfach die Zeit und das Tempo der Großstadt vergessen. Die Flossstation in Woltersdorf vermietet...
[Weiter](#)



Schoene Freizeit
Die Sportakademie und Tauchschule mit Sitz in Prenzlauer Berg bietet sportbegeisterten Berlinern und Berlinbesuchern ein vielfältiges Programm im Wassersport wie auch im...
[Weiter](#)

Die Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf sollte die Seite von *visitBerlin* genau analysieren und die fehlenden Angebote sammeln, aufarbeiten und mit Fotos der *visitBerlin* zur Verfügung stellen.

Anschließend sollte darauf geachtet werden, dass *visitBerlin* die Angebote dann auch tatsächlich einarbeitet. Das geschieht jedoch in der Regel sehr schnell, wenn aus den Bezirken gut zugearbeitet wird!

Laufende Nummer	12
Touristischer Schwerpunkt	Kombination Wassererlebnis und Radfahren
Art der Maßnahme	Sommererlebnismarke „Rad & Bad“
Träger der Maßnahme	Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf bzw. neue Destinationsmanagementorganisation
Verortung	„Top Routen“ Wannseeroute, Niklasseeeroute, Dahlemeroute
Organisationsaufwand	gering
Kosten	gering
Priorität	hoch
Umsetzung empfohlen bis	2017

Beschreibung:

Entlang der „Top Routen Berlin“ können im Sommer zahlreiche offizielle (und inoffizielle) Badestellen auch von Radfahrern genutzt werden. Die Kombination aus Fahrradfahren und Schwimmen hat hierbei einen besonderen touristischen Reiz und kann als eigene Produktmarke aufgebaut und inszeniert werden. Um dies auch in der Kommunikation mittels eines touristischen Produktes effizient umzusetzen, bietet sich der Begriff „Rad & Bad“ an. Zum einen ist der Begriff werblich leicht zu vermarkten und kann besonders auch bei Fahrradfahrern eine gewisse Assoziation zum vom ADFC aufgebauten und deutschlandweit bekannten Markensegment „Bett & Bike“. Der Bezirk hat also hier auch eine besondere Chance der Positionierung. Diese Positionierung ist sonst in Berlin in größerem Umfang nur noch in Treptow-Köpenick möglich. Es sollte hier überlegt werden, ob die Produktmarke gegebenenfalls sogar mit dem Berliner Südosten gemeinsam aufgebaut werden kann. Im Falle einer Umsetzung der Top Routen Berlin sollte diese Option aufgegriffen und eingearbeitet werden.

Gegebenenfalls kann der Bezirk auch eine eigene Website für das Produkt kreieren. Die Domain „Rad-und-bad.de“ ist noch nicht registriert (Stand Mai 2016).

Laufende Nummer	13
Touristischer Schwerpunkt	Wassererlebnis
Art der Maßnahme	Bau eines Wasserspielplatzes
Träger der Maßnahme	Bezirk / Senat
Verortung	Noch offen / in Gewässernähe
Organisationsaufwand	mittel
Kosten	mittel
Priorität	gering
Umsetzung empfohlen bis	2022

Beschreibung:

Berlin verfügt für seine Größe und Bevölkerung sowie für sein touristisches Potenzial nur über sehr wenige und zudem relativ schlecht ausgebaute Wasserspielplätze¹⁰.

Ein großer und erlebnisreicher Wasserspielplatz (Flächenbedarf mindestens 250 m²) an verkehrstechnisch günstiger Lage in Bezug auf den ÖPNV und mit eindeutigem Wasserbezug würde sich nicht nur für im Bezirk lebende Familien, sondern auch für touristische Gäste mit Kindern gut eignen. Da der Berliner Südwesten auch für Familien attraktiv ist und weitere touristische Produkte wie beispielsweise die Top Routen Familien ansprechen, ließen sich aus Kombinationsprodukten gute Synergien schaffen. Der Hafen Wannsee bietet sich als Standort an.

¹⁰ Vorhandene Wasserspielplätze in Berlin unter:
<http://www.top10berlin.de/de/cat/familie-275/wasserspielplaetze-1477>

8 Fazit

Wassererlebnis ist eines der wichtigsten Themenfelder im Tourismus. Die im touristischen Sinne herausragend schöne Natur- und Kulturlandschaft mit ihren zahlreichen Gewässern des Berliner Südwestens muss zukünftig noch deutlich stärker in den Vordergrund gestellt werden. Dabei ist es jedoch notwendig, dass diese Aufgabe zentral im Bezirk bearbeitet wird.

Mit Hilfe eines speziell für den Berliner Südwesten installierten Destinationsmanagements könnten relativ schnell Erfolge im Bereich Kommunikation und Distribution erfolgen.

Besonders wichtig wird es sein, Alleindarstellungsmerkmale für den wassertouristischen Bereich zu erarbeiten und in allen Bereichen der Kommunikation herauszustellen, damit der Bezirk eine höhere Aufmerksamkeit bei potenziellen Gästen erregt. Dabei sollten nicht nur gegebene touristische Strukturen und Produkte im Bereich Wassererlebnis verbessert und gepflegt werden, sondern auch neue innovative, wasseraffine Produkte, die die Urlauber und Gäste regelmäßig am Markt platziert werden.

Es ist von entscheidender Bedeutung, dass das Thema Wassererlebnis stets mit den anderen touristischen Produkten in Verbindung gesehen wird und dass alle Beteiligten sich der Handlungsempfehlungen bewusst sind und diese auch als eine Chance zur eigenen wirtschaftlichen und strukturellen Verbesserung ansehen.

Ist der Urlauber zufrieden, dann kommt dies auch den Betrieben und den Einheimischen zu Gute. Der Bezirk Steglitz-Zehlendorf hat durch die zahlreichen Gewässer ein Privileg mit seiner fantastischen Naturnähe, seiner Gastronomie in Wassernähe und Kulturvielfalt am und auf dem Wasser. Dieses herausragende Potenzial gilt es in Zukunft für den Wassertourismus und für alle Beteiligten zu erschließen, zu fördern und besser zu vermarkten.