



TOURISMUS  
AUSBILDUNG  
WIRTSCHAFT

# Kanutourismus in Deutschland

aus Sicht der Kanuten,  
Anbieter und Vereine

Ergebnisse der 2. Grundlagen-  
untersuchung zum Kanutourismus



# Liebe Kanufreundinnen und Kanufreunde

wussten Sie, dass Deutschland mit 7.500 Flüssen und zahlreichen Seen ein wahres Paradies für Kanufahrer:innen ist? Oder, dass Kanutourismus einen wesentlichen Beitrag zur lokalen touristischen Wertschöpfung leistet?

Wir freuen uns, Ihnen die Ergebnisse der Grundlagenuntersuchung zum Kanutourismus zu präsentieren, die wir gemeinsam mit dem Deutschen Kanuverband durchgeführt haben. Die Studie gibt Einblick in die vielfältige Welt des Kanufahrens und wie die Regionen davon profitieren.

Wir sind überzeugt, dass diese Studie dazu beitragen wird, den deutschen Kanutourismus zu stärken und unsere einzigartige Gewässerlandschaft weiter als attraktives Ziel für Kanufahrer:innen zu etablieren.

**Viel Spaß beim Lesen und Entdecken!**

**Eike Krebs**

Erster Vorsitzender Bundesverband Kanu e. V.



## Inhalt

Kurz und knapp – ausgewählte Ergebnisse	4
Bedeutung des Kanusports	6
Kanutouristische Nachfrage	8
Tourentscheidung und Vorbereitung	10
Tour-Qualität	12
Infrastruktur und Angebot	14
Profil und Ausrichtung der Betriebe	16
Qualität und Zukunftsfragen	18
Wirtschaftsfaktor Kanutourismus	20
Schlag für Schlag Richtung Zukunft	22

## Fortschreibung der ersten Kanustudie

Die erste Grundlagenuntersuchung zum Kanutourismus in Deutschland aus dem Jahr 2005 hat dazu beigetragen, Bedeutung und Potenziale des Kanutourismus zu erkennen und die Belange der Branche zu strukturieren. Nach nunmehr 20 Jahren hat der Bundesverband Kanu e. V. die Studie fortgeschrieben und in der Saison 2022 erneut Kanuten und kanutouristische Anbieter befragt.

## Große Beteiligung von Kanuten, Betrieben und Vereinen

Insgesamt nahmen 463 Freizeitkanuten, 500 in Vereinen organisierte Kanuten, 40 kanutouristische Anbieter und 63 Vereine an der Online-Befragung teil. Die Stichprobe der Kanuten umfasst Nutzer aller muskelbetriebenen Bootstypen, die mit Stech- oder Doppelpaddeln bewegt werden – also erstmals auch das Segment der Stand-Up-Paddle-Boards. Alle befragten Kanuten sind mindestens schon einmal mit dem Kanu oder SUP unterwegs gewesen.



## Projektpartner

Die Studie ist ein Gemeinschaftsprojekt des Bundesverbands Kanu und des Deutschen Kanuverbands mit Unterstützung des Bundesverbands Wassersportwirtschaft. Die Durchführung erfolgte durch das Beratungsunternehmen BTE.



TOURISMUS  
AUSBILDUNG  
WIRTSCHAFT



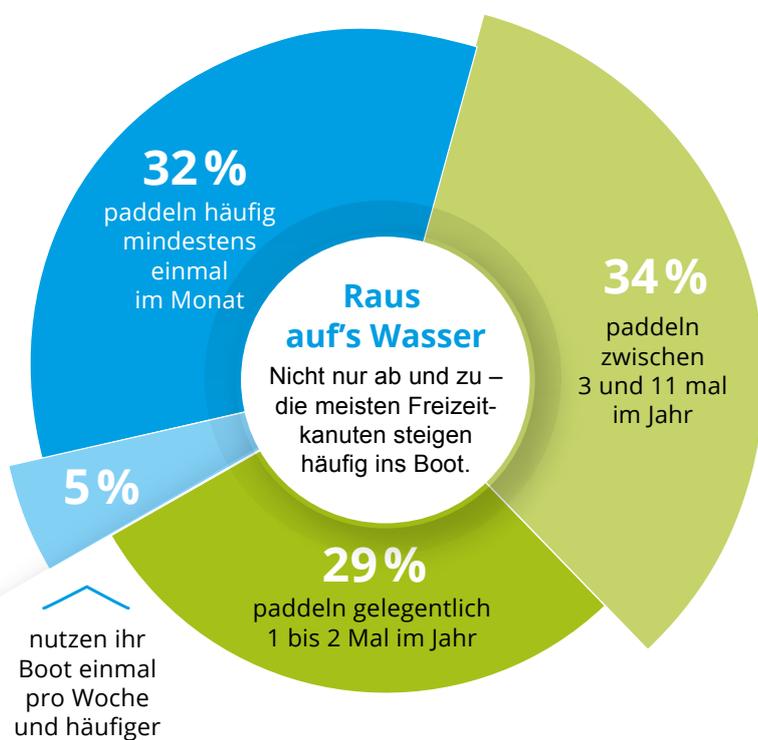
Deutscher Kanu-Verband



# Kurz und knapp – ausgewählte Ergebnisse

## Kanuten sind aktiv

Hinsichtlich der Anzahl der Tage, die die befragten Freizeitkanuten im Durchschnitt pro Jahr im Kanu auf dem Wasser verbringen, ergeben sich drei ähnlich große Nutzergruppen: 29% paddeln gelegentlich, 34% paddeln mehrmals und 37% steigen sehr häufig ins Kanu.



## Kanuten sind gesellig

Ob Freizeit- oder Vereinskanute – die Mehrheit war in Gruppen unterwegs. Die häufigsten Tourbegleiter waren Partner, Familienmitglieder, Freunde und Kollegen. Meistens alleine waren ein Drittel der Freizeit- und 40% der Vereinskanuten unterwegs.

Die gewerblichen Anbieter und Kanuvereine kennen ihre Zielgruppen – im Fokus der Ansprache stehen die Familien. Für die Anbieter sind Gruppenfahrten von Schulklassen und Firmen ein wichtiges Segment.



**80%**

der Freizeitkanuten unternahmen in den letzten 3 Jahren **Tagestouren** von ihrem Wohnort aus.

**Wer in der Freizeit Kanu fährt**

**35%**

haben in den letzten 3 Jahren **mindestens 1 kürzere mehrtägige Kanutour** durchgeführt.

**20%**

machten sogar eine **Tour von mehr als 5 Tagen** Dauer.

**80%**

unternahmen in den letzten 3 Jahren **auch im Urlaub Kanu-Tagestouren**.

**72%**

führten in den letzten 3 Jahren **mindestens 1 kürzere mehrtägige Kanutour** durch.

**Wer im Verein paddelt**

**60%**

machten eine **Tour von mehr als 5 Tagen** Dauer.



## Kanutourismus ist ein Wirtschaftsfaktor

### Ausgaben der Kanuten bei Tagestouren

**1,91 Mio.**

Kanuten machen Tagestouren ...



... und geben dabei insgesamt  
**≈ 972 Mio. €**  
im Jahr in den jeweiligen  
Kanuregionen aus

**+ 45 Mio. €**  
für Bootsmiete

**1,017 Mrd. €**

Gesamtausgaben

### Ausgaben der Kanuten bei Mehrtagestouren

**≈1,54 Mio.**

Übernachtungen werden durch mehrtägige  
Kanutouren pro Jahr generiert



Daraus ergeben sich  
**108,7 Mio. €**  
Ausgaben im Kanuurlaub



## Natur ist entscheidend

Das mit Abstand wichtigste Motiv der Kanuten ist das Naturerlebnis. Ganz besonders geht es darum, die Tier- und Pflanzenwelt zu erleben und in der Natur Kraft zu tanken.

Auch aus Sicht der Kanuanbieter und Vereine ist eine intakte Natur- und Gewässerlandschaft die wichtigste Voraussetzung für den Kanutourismus.

## Die Betriebe sind breit aufgestellt

Die meisten Betriebe sind in mehreren Geschäftsfeldern rund um den Kanutourismus aktiv.

- Das Vermietungsgeschäft gehört für fast alle befragten Betriebe dazu.
- Drei Viertel bieten geführte Touren an.
- Die Hälfte ist als Veranstalter von Kanu-Events tätig.

### Einnahmen der Kanubetriebe

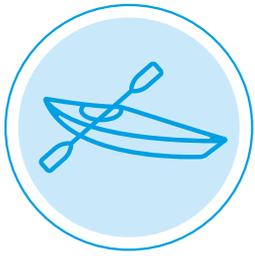
**312** kanutouristische Betriebe ...

... erzielen insgesamt pro Jahr

**≈117,6 Mio. €**

Umsatz aus der Kanuvermietung, Zusatzleistungen und Veranstaltungen

# Bedeutung des Kanusports



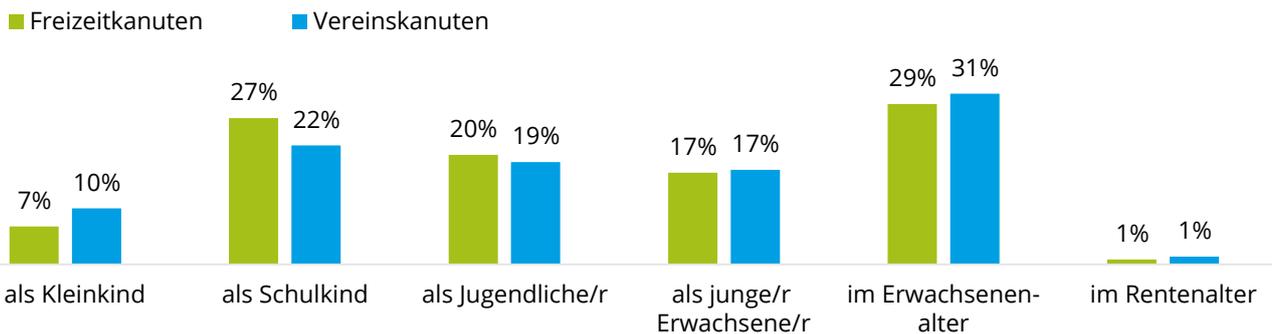
## Kanufahren ist weit verbreitet

Die Studie „Wirtschaftsfaktor Outdoorsport“ gibt Auskunft über die Anzahl der Kanufahrenden in Deutschland. Demnach fahren 4% der Bevölkerung Kanu, das sind rund 2,6 Mio. Kanufahrer:innen in Deutschland.

## Einmal Kanu, immer Kanu ...

Wie wichtig frühe Kanu-Erfahrungen für eine lebenslange Bindung an das Kanufahren und Paddeln sind, wird an dem hohen Anteil der erwachsenen Befragten deutlich, die bereits im Kinder- und Jugendalter zum ersten Mal gepaddelt sind. Nur ein Drittel der Befragten kam erst im Erwachsenenalter zu diesem Hobby.

### Einstiegsalter der Kanuten

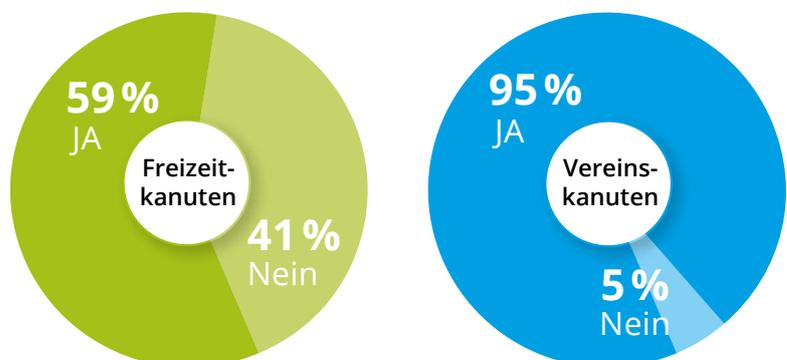


Frage: In welchem Alter sind Sie zum ersten Mal Kanu gefahren?  
n = 463 (Freizeitkanuten); n = 500 (Vereinskanuten)

## Investition in Boot und Ausrüstung

- Knapp 60% der Freizeitkanuten besitzen mindestens ein eigenes Kanu oder SUP. Bei den befragten Vereinskanuten sind es nahezu alle.
- Auf eine gute und aktuelle Ausrüstung wird viel Wert gelegt. Rund die Hälfte der Befragten hat in den letzten drei Jahren in ein neues Boot investiert.

### Besitz von Kajaks, Canadiern, SUP-Boards



Frage: Besitzen Sie ein oder mehrere eigene Kajaks, Canadier, SUP-Boards?  
n = 463 (Freizeitkanuten); n = 500 (Vereinskanuten)

## Auch Bootseigner tragen zum kanutouristischen Umsatz bei

Das eigene Boot fährt nicht immer mit: 80 % der Freizeitkanuten und 65 % der Vereinskanuten haben schon einmal ein Kanu bei einem gewerblichen Anbieter gemietet! Das Angebot der kanutouristischen Betriebe ist damit für alle gleichermaßen wichtig.



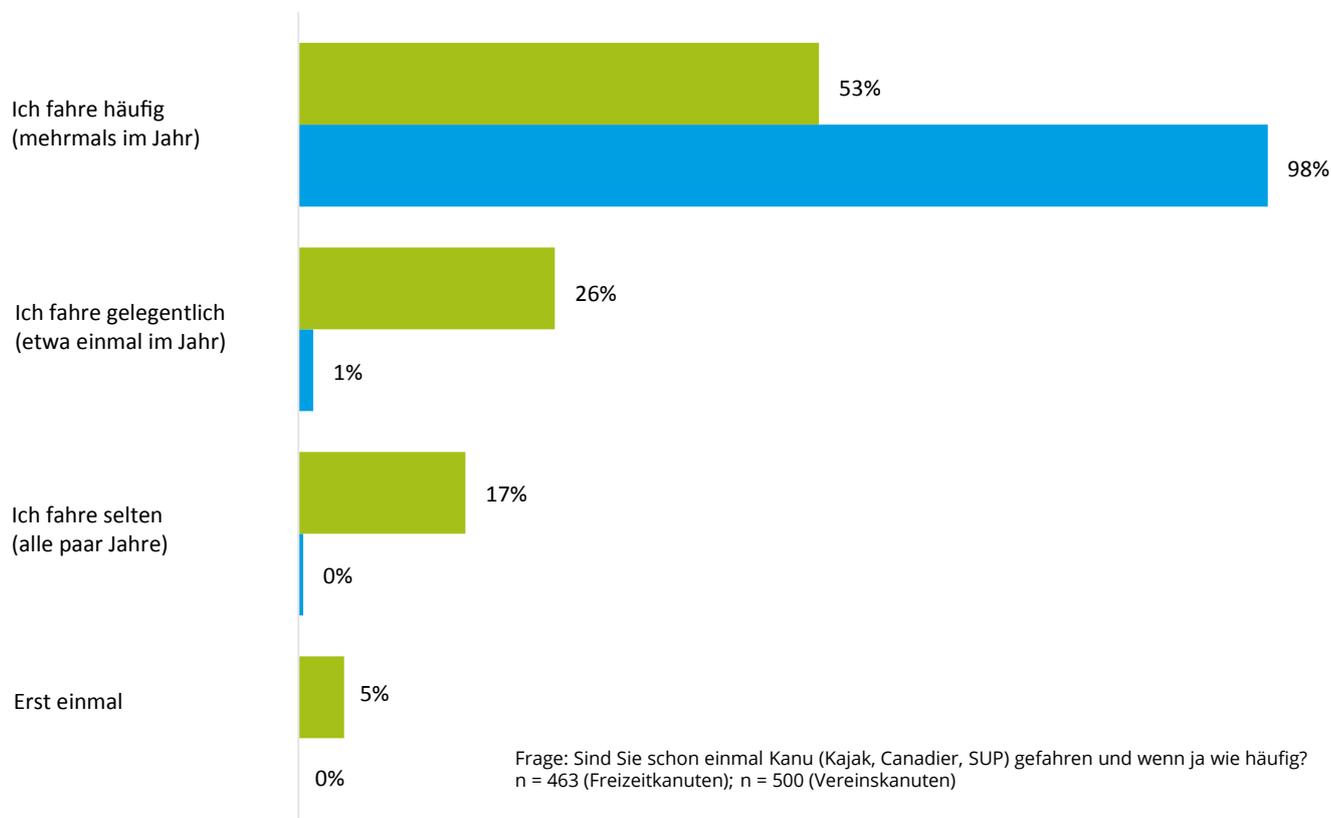
## Gepaddelt wird meist mehrmals im Jahr

Die befragten Teilnehmer sind zum Großteil erfahrene Kanuten. Über 50% der Freizeitkanuten und nahezu alle (98 %) der Vereinskanuten fahren mehrmals im Jahr Kanu.

### Häufigkeit der Kanuaktivität

■ Freizeitkanuten

■ Vereinskanuten



# Kanutouristische Nachfrage

## Kanutourismus ist überwiegend Tagestourismus

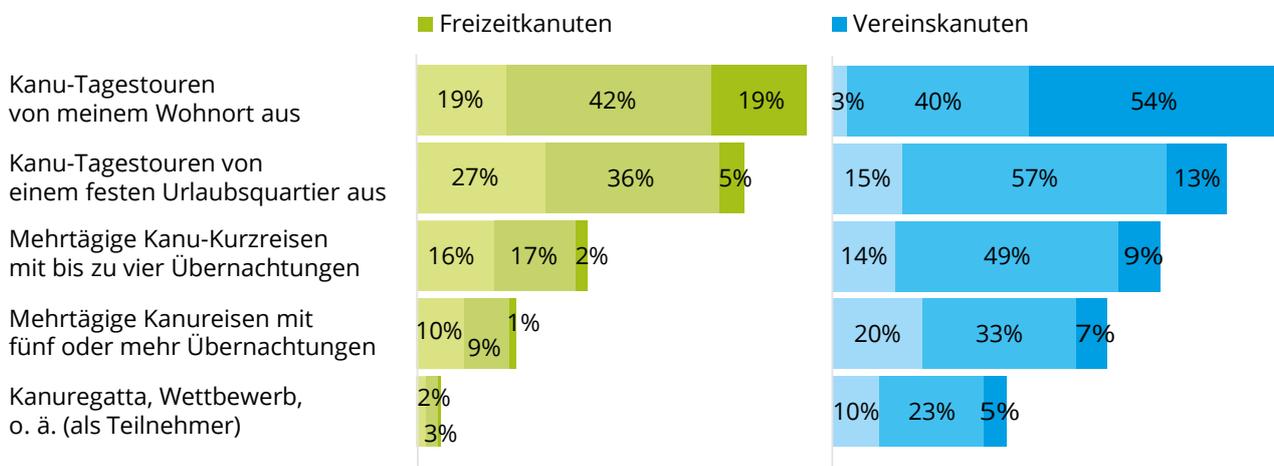
- 80% der Freizeitkanuten und fast alle Vereinskanuten haben in den letzten 3 Jahren Tagestouren vom Wohnort aus unternommen.
- Fast 70% der Freizeitkanuten und 85% der Vereinskanuten machen auch an ihrem Urlaubsort Kanu-Tagestouren.

## Auch mehrtägige Kanutouren sind gefragt

- 35% haben in den letzten 3 Jahren mindestens 1 kürzere mehrtägige Kanutour durchgeführt, 20% sogar eine Tour von mehr als 5 Tagen Dauer.
- Deutlich höher ist die Bedeutung mehrtägiger Kanutouren für die Vereinskanuten: 72% haben in den letzten 3 Jahren mindestens 1 kürzere mehrtägige Kanutour durchgeführt, 60% sogar eine Tour von mehr als 5 Tagen Dauer.

## Häufigkeit der Kanuaktivitäten (letzte 3 Jahre)

■ Einmal ■ Mehrfach ■ Sehr häufig



Frage: Wie häufig haben Sie jeweils die folgenden Kanuaktivitäten in den letzten 3 Jahren unternommen?  
n = 463 (Freizeitkanuten); n = 500 (Vereinskanuten)



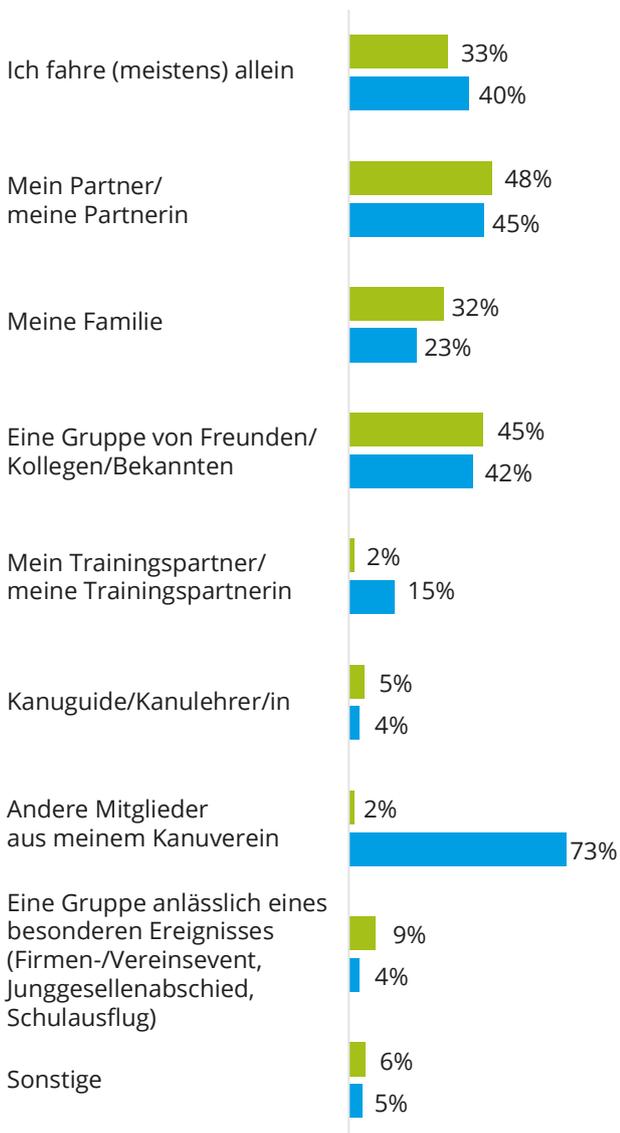
## Gemeinsam mit Anderen

Für etwa die Hälfte der Befragten ist die Zeit mit der Familie und Freunden ein zentrales Motiv für das Kanufahren. Kanufahren ist eine gesellige Aktivität, die häufig in Gruppen, mit Familie oder Lebenspartner:in unternommen wird.

Gut ein Drittel der Freizeit- und Vereinskannuten ist auch allein unterwegs.

## Kanubegleitung

■ Freizeitkanuten ■ Vereinskannuten



Frage: Wer begleitet Sie in der Regel auf Ihren Kanutouren?  
 n = 463 (Freizeitkanuten); n = 500 (Vereinskannuten), Mehrfachauswahl möglich (Ø Antworten: Freizeitkanuten = 1,8; Vereinskannuten = 2,5)

## Camping ist angesagt

- Campingplätze sind nach wie vor für den Kanutourismus das mit Abstand wichtigste Übernachtungsangebot. Etwa 50 % der Freizeitkanuten und 56 % der Vereinskannuten, die zuletzt eine Mehrtagestour unternommen haben, entschieden sich für diese Unterkunftsart.
- Insbesondere von Vereinskannuten (24 %) werden häufig auch Bootshäuser und DKV-Zeltplätze angesteuert.

## Freizeitkanuten bevorzugen ruhigere Gewässer

Während sich bei den Freizeitkanuten eine starke Tendenz zur Befahrung von Flüssen und Seen abbildet, zeigen sich die Vereinskannuten dagegen deutlich erfahrener in der Befahrung von Küstengewässern und Wildwasserrevieren.

25 % der befragten Freizeitkanuten haben kein bevorzugtes Gewässer zum Kanufahren.

Die bei allen **beliebtesten Kanugewässer sind Flüsse und Seen.**  
 Vor allem die Vereinskannuten sind auch auf Küstengewässern und im Wildwasser unterwegs.

# Tourentscheidung und Vorbereitung

## Natur, Natur und nochmal Natur

Egal ob Freizeit- oder Vereinskannute – Für fast alle Befragten sind der Aufenthalt in der Natur und das Naturerlebnis die wichtigsten Motive für Kanutouren.

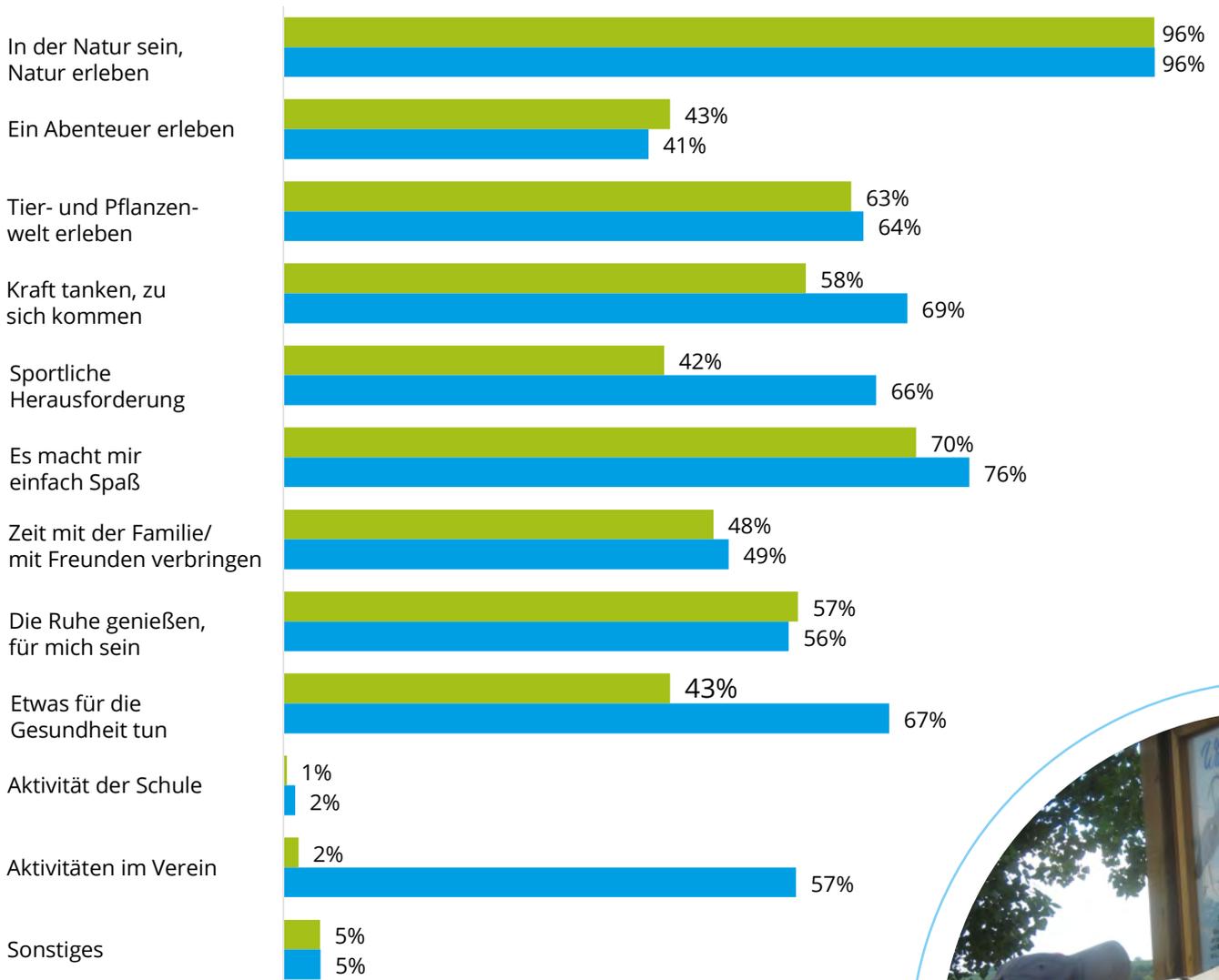
Im Vergleich zwischen den Nutzergruppen fällt auf, dass für die Vereinskannuten auch die sportliche Herausforderung und die Gesundheitsförderung eine höhere Bedeutung haben.



### Motive der Kanuten

■ Freizeitkanuten

■ Vereinskannuten



Frage: Was schätzen Sie besonders am Kanufahren? Was sind Ihre Motive?  
 n = 463 (Freizeitkanuten); n = 500 (Vereinskannuten)  
 Mehrfachauswahl möglich (Ø Antworten: Freizeitkanuten = 5,3; Vereinskannuten = 6,5)



**50%**

der Freizeitkanuten

... machen die Entscheidung für ein Urlaubsziel auch davon abhängig, ob der Urlaubsort attraktiv für Kanutouren ist.

**78%**

der Vereinskanuten

## Kanu-geeignete Urlaubsziele sind gefragt

Knapp

**60%**

der Kanuten

verbinden die Kanuaktivität meistens mit anderen Aktivitäten am Urlaubsort.

**Rund 2/3**

der Vereinskanuten informieren sich beim Deutschen Kanu-Verband, bei den Freizeitkanuten liegen Reisemagazine mit 26 % an zweiter Stelle.

## Große Bedeutung der Fachmedien

**77%**

der Vereinskanuten

... nutzen spezielle Kanu- und Gewässerführer.

**41%**

der Freizeitkanuten

**23%**

der Freizeitkanuten

... nutzen Apps wie komoot, Outdooractive und Canua.

**28%**

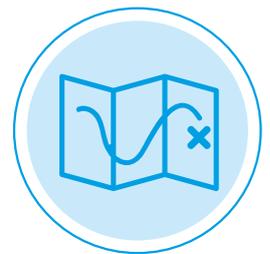
der Vereinskanuten

## Outdoor-Apps wichtiger als Social Media

Etwas weniger relevant sind Facebook und Youtube, Instagram. Diese Plattformen spielen nur eine kleine Rolle.

## Die Empfehlung zählt

- Viele Kanuten zählen auf die Tipps von Familie, Freunden und Bekannten sowie Vereinskollegen.
- Auch Tourist-Informationen vor Ort werden von einem Teil der Befragten kontaktiert.
- Und übrigens: Mehr als 60 % der befragten gewerblichen Kanubetriebe pflegen die Zusammenarbeit mit ihrer lokalen Tourist-Information.



# Tour-Qualität

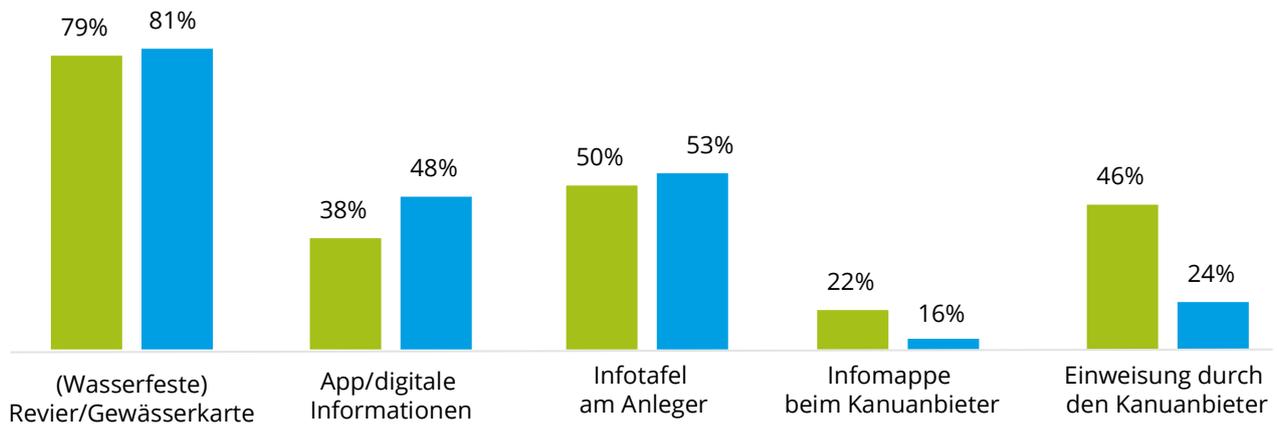
## Wasserfeste Revierkarten weiter auf Platz 1

Analoge Informationsquellen spielen im Kanutourismus auch im digitalen Zeitalter weiter eine wichtige Rolle. Apps und digitale Informationen sind etwas weniger relevant, aber für 38 % der Freizeitkanuten und für fast 50 % der Vereinskannuten beliebte Tools.



### Gewünschtes Informationsmaterial

■ Freizeitkanuten ■ Vereinskannuten



Frage: Welches Informationsmaterial wünschen Sie sich zu einer Kanutour?  
 n = 463 (Freizeitkanuten); n = 500 (Vereinskannuten)  
 Mehrfachauswahl möglich (Ø Antworten: Freizeitkanuten = 2,4; Vereinskannuten = 2,3)



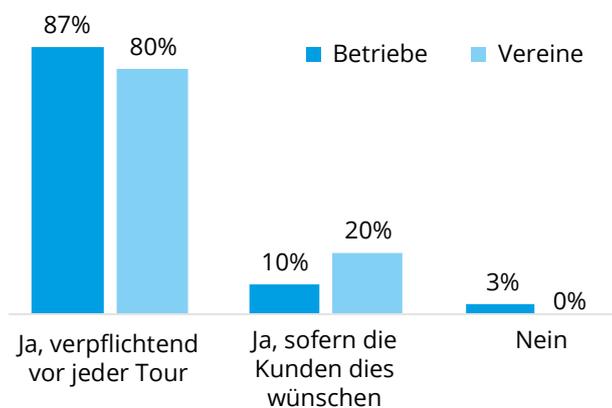


## Immer im Angebot: Die Einweisung durch den Kanuanbieter

Mit Ausnahme einer kleinen Minderheit von 3% bieten alle befragten Betriebe und Vereine eine Einweisung vor Tourbeginn an, mehr als 80% sogar verpflichtend für jeden Gast.

Insbesondere bei den Freizeitkanuten kommt dies gut an – 46% der Befragten äußerten den Wunsch nach einer Einweisung durch den Kanuvermieter.

### Einführung bei Kanuvermietung



Frage: Bieten Sie Ihren Kunden bei der Vermietung der Kanus vor Ort eine (technische) Einweisung an?  
 n = 31 (gewerbliche Kanubetriebe); n = 5 (Kanuvereine), nur diejenigen, die muskelbetriebene Boote vermieten)

# Infrastruktur und Angebot

## Wichtigste Voraussetzung: Die Bewahrung einer intakten Natur- und Gewässerlandschaft

91 % der Betriebe und 95 % der Vereine bewerten die Bedeutung der Wasser- und Landschaftsqualität als „eher wichtig“, davon 33 % bzw. 38 % sogar als sehr wichtig.

Diese Einschätzung korrespondiert mit den Ergebnissen der Kanutenbefragung, die zeigen, dass das Naturerlebnis für 96 % der Kanuten die Hauptmotivation ist.

## Wo es aus Sicht der Kanuten und Anbieter noch hakt

Eine fehlende oder mangelhafte Infrastruktur an Ein- und Ausstiegsstellen, Schleusen und Umtragestellen sind für alle Kanuten ein störender Qualitätsmangel, von den Vereinskannuten werden entsprechende Kritikpunkte nochmals häufiger genannt.

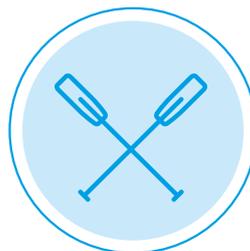
Von Anbieter- und Vereinsseite nimmt das Thema der Einschränkungen durch Befahrensregelungen und Sperrungen einen wichtigen Stellenwert ein, insbesondere die Vereine sind hier in Sorge.



Die überwiegende Mehrheit der befragten Kanuten findet es wichtig, **dass Kanuten Verhaltens- und Befahrungsregeln respektieren und diese befolgen.**

Nur ein geringer Teil der Befragten (< 7 %) findet Verhaltens- und Befahrungsregelungen eher unnötig.

Über zwei Drittel der Befragten vertritt die Ansicht, **dass Alkohol auf dem Boot nichts zu suchen hat.**



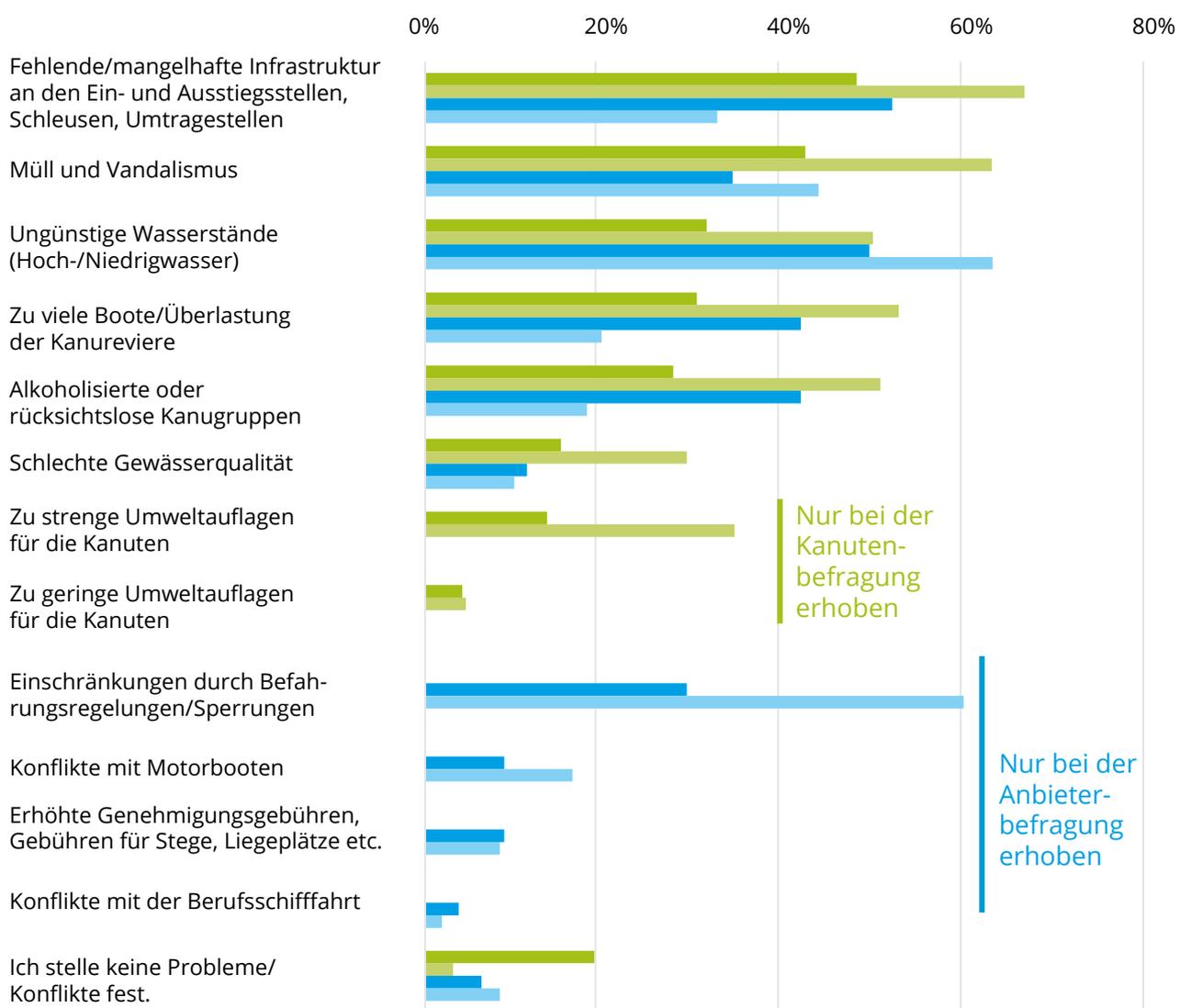
**Große Regelakzeptanz  
bei den Kanuten**



Für 30 % der Kanutouristischen Betriebe sind mit dem **Klimawandel** verbundene Niedrig- und Hochwasserstände die entscheidende Zukunftsfrage, für 20% die **mangelnde Infrastruktur**.

### Konflikte und Störfaktoren

■ Freizeitkanuten ■ Vereinskanuten ■ Betriebe ■ Vereine



Frage: Haben Sie während Ihrer Kanutouren einen oder mehrere der untenstehenden Punkte festgestellt und als störend empfunden?  
 Frage: Gibt es Konflikte oder Probleme, die Sie in Ihrem Kanurevier (vermehrt) festgestellt haben? Wenn ja, welcher Art?  
 n = 463 (Freizeitkanuten); n = 500 (Vereinskanuten); n = 40 (gewerbliche Kanubetriebe); n = 63 (Kanuvereine)  
 Mehrfachauswahl möglich (Ø Antworten: Freizeitkanuten = 2,5; Vereinskanuten = 3,7; Betriebe = 3,1; Vereine = 3,1)

# Profil und Ausrichtung der Betriebe

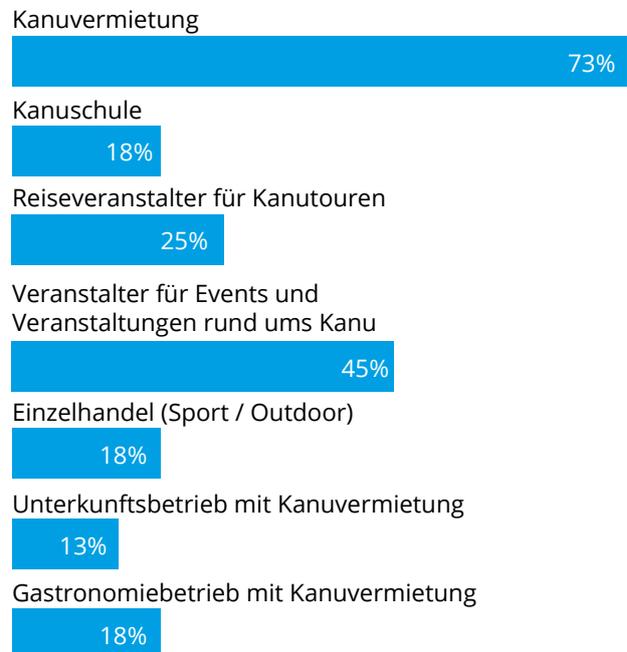
## Ein vielschichtiges Betriebsbild

Im Durchschnitt bedienen die Betriebe zwei verschiedene Betriebsarten. Die Kanuvermietung steht dabei im Vordergrund, gefolgt von der Durchführung von Events und Kanureisen.

Für mehr als zwei Drittel der antwortenden Anbieter ist das Kanugeschäft der betriebliche Schwerpunkt.

Viele Betriebe unterhalten neben ihrem Kerngeschäft zusätzlich Einzelhandels-, Unterkunfts- oder Gastronomiebetriebe.

## Betriebsarten



Frage: Welche der folgenden Betriebsarten trifft auf Ihren Betrieb am ehesten zu? n = 40 (hier nur gewerbliche Kanubetriebe)  
Mehrfachauswahl möglich (Ø Antworten: Betriebe: = 2,1)



## Spezialisierung auf Großgruppen

Fast alle Betriebe sind in mehreren Geschäftsfeldern rund um das Thema Kanu aktiv.

Viele können dabei alles „aus einer Hand“ anbieten: So bietet 25 % der Kanubetriebe Catering an, 50 % der Betriebe haben geführte Kanutouren z. B. für Schulklassen im Programm und 45 % ergänzen ihr Profil mit Events und Veranstaltungen rund um das Thema Kanu.

## Marktsegment Gruppenreisen

- Für gewerbliche Anbieter im Kanutourismus sind Gruppenreisen ein wichtiges Marktsegment. Für etwa zwei Drittel der Betriebe sind Schulklassen und Jugendgruppen sowie Firmen- und Betriebsausflüge wichtige Zielgruppen.
- Familien sind die wichtigste gemeinsame Zielgruppe für Betriebe und Vereine.
- Vereine sprechen darüber hinaus vor allem auch Einzelpersonen (65 %) und Anfänger (70 %) an.

## Geschäftsfelder im Kanubetrieb

Vermietung von muskelbetriebenen ...

78%

Geführte Kanutouren

50%

Vermietung von Ausrüstung

40%

Transferdienste

35%

Vermietung bzw. Betrieb sonstiger ...

30%

Verpflegung (z. B. Picknickkorb, Catering)

25%

Campingplatz

23%

Gastronomie

18%

Handel mit Booten, Wassersportzubehör

15%

Geführte Kanureisen im Inland

13%

Kiosk

13%

Veranstaltung von Kanu-Events/Regatten

10%

Unterkunftsbetrieb

10%

Vereinsfahrten

8%

Kanufortbildungen/Schulungen

8%

Handel mit Outdoor-Artikeln

8%

Bootswerft/Reparaturen

5%

Vermittlung von Kanureisen

5%

Betreibung einer Steganlage/Marina

5%

Geführte Kanureisen im Ausland

3%

Frage: Welche der folgenden Geschäftsfelder bedienen Sie mit Ihrem Betrieb? n = 40 (hier nur gewerbliche Kanubetriebe)  
Mehrfachauswahl möglich (Ø Antworten: Betriebe = 5,0)

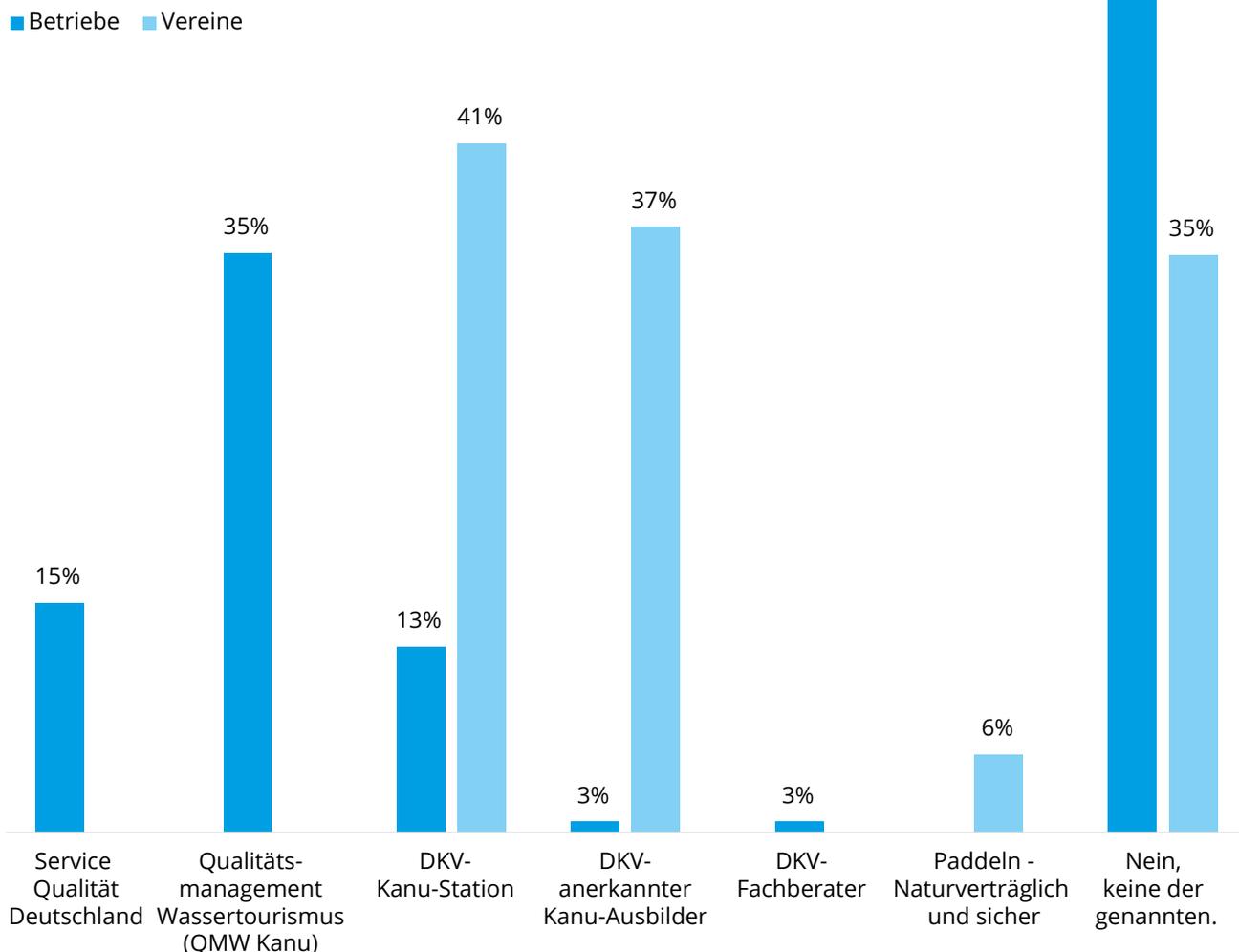
# Qualität und Zukunftsfragen

75 % der Betriebe beschäftigen Mitarbeitende mit speziellen Qualifikationen und Ausbildungen. 80 % der Vereine setzen geschulte DKV-Übungsleiter bei der Ausbildung ein.

## Betriebe und Vereine setzen auf Qualitätsprozesse und die kontinuierliche Verbesserung

- 50 % der Betriebe verfügen über mindestens eines der abgefragten Qualitätssiegel bzw. Zertifizierungen.
- Mit 35 % am häufigsten vertreten ist hier das Zertifikat „Qualitätsmanagement Wassertourismus“ (BVKanu & DTV).
- 41 % der Vereine sind ausgewiesene DKV-Kanu-Stationen und ca. 37 % beschäftigen DKV-anerkannte Kanu-Ausbilder.

### Qualifikationen der Vereine und Betriebe



Frage: Verfügt Ihr Betrieb/ Verein über eine der folgenden Qualifikationen bzw. Zertifizierungen? n = 40 (gewerbliche Kanubetriebe); n = 63 (Kanuvereine) Mehrfachauswahl möglich (Ø Antworten: Betriebe: = 1,2; Vereine = 1,2)

# Positiver Blick in die Zukunft

- 50% rechnen mit einem eher moderaten Wachstum, welches sie auf einer zehnstufigen Skala mit „6“ bzw. „7“ beziffern.
- 8% rechnen mit einem stark zunehmendem Geschäft.
- 23% erwarten Stagnation.
- 8% erwarten eine abnehmende Geschäftsentwicklung.

## Aus Angebots- perspektive

machen 29% die Folgen des Klimawandels, vor allem zunehmende Extremwasserstände zu schaffen.

## Herausforderungen unterschiedlicher Art

### Fragen des naturverträglichen Kanufahrens (18%)

und insbesondere Einschränkungen durch Sperrungen und Naturschutzregelungen (18%) zählen ebenfalls zu den Zukunftsthemen, die die Betriebe beschäftigen.

### Die dringendsten Probleme aus ökonomischer Perspektive

sind Personalprobleme (29%), steigende Kosten durch Inflation und die Energiekrise (25%) sowie Auswirkungen des Russland-Ukraine-Kriegs (14%).

Hinzu kommt eine **mangelhafte oder fehlende Infrastruktur**, die für etwa 21% der kanu-touristischen Betriebe ein Problem ist.

### Die Unternehmen reagieren innovativ,

gestalten ihre Angebote effizienter und setzen dabei vor allem auf die Digitalisierung. So bieten bereits heute 3/4 der touristischen Kanubetriebe eine Online-Buchung an.



# Wirtschaftsfaktor Kanutourismus

**Tagestouren  
mit dem Kanu**

**2,7 Mio.**

**Kanuten**

davon 71 % jährlich aktiv

**Mehrtagestouren  
mit dem Kanu**

**33,19 Mio.**

**Kanutage pro Jahr**

durchschnittlich 17,3 Kanutage  
pro Jahr und pro Person



**1,54 Mio.**

**Kanu-Urlaubstage  
pro Jahr gesamt**

durchschnittlich 0,8 Kanu-Urlaubs-  
tage pro Jahr und pro Person

**982,41 Mio. €**

**Ausgaben bei  
Tagestouren**

29,60 € Tagesausgaben  
im Ausflugstourismus



**108,7 Mio. €**

**Ausgaben im Kanuurlaub**

70,64 € Tagesausgaben  
pro Kanu-Urlaubstage





Mit kanutouristischen Ausgaben von **rund 1,2 Mrd. Euro jährlich** erbringen die Kanufahrenden einen wichtigen Beitrag für die **regionale Wertschöpfung** in wassertouristischen Destinationen.

## Einnahmen der Kanubetriebe

Aus Kanuvermietung  
**45 Mio. €**

Aus Zusatzleistungen  
**28 Mio. €**

Aus Veranstaltungen,  
Kursen u. a.  
**44 Mio. €**

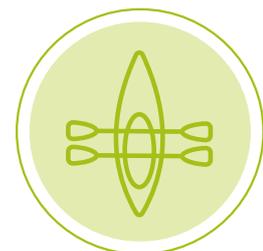
Insgesamt Einnahmen von rund  
**117,6 Mio €**

Rund  
**44 Mio. € für Personalausgaben**

(inklusive Beiträge an Sozialversicherungen)

Rund  
**13 Mio. € für Investitionen**  
(4,6 Mio €) und  
**laufende Ausgaben**  
(8,4 Mio. €)

Die **wirtschaftlichen Gesamteffekte** des Kanu-tourismus **sind sogar noch größer**: Schließlich kommen nicht unerhebliche **Investitionen in Boote und Ausrüstung** noch dazu.



# Schlag für Schlag Richtung Zukunft

## Gute Aussichten für den Kanutourismus

Die vorliegenden Studienergebnisse zeigen es auf: Kanutourismus ist eine feste Größe im prosperierenden Deutschlandtourismus. Immer mehr Menschen wollen mit dem Kanu die Natur nachhaltig erleben! Hierfür hat sich die Kanubranche in den letzten Jahren sukzessive weiterentwickelt, professionalisiert und diversifiziert. Wir können optimistisch in die Zukunft blicken, denn der deutsche Kanutourismus ist nach wie vor ein zuverlässiger touristischer Markt. Schon jetzt reagieren Unternehmen auf die Herausforderungen der Zukunft – Unternehmensprozesse werden digitalisiert und Nachhaltigkeitskonzepte etabliert.



## BVKanu – Ihr Ansprechpartner in Sachen Kanu

Wir vom Bundesverband Kanu e. V. werden uns auch zukünftig auf vielfältige Art und Weise für optimale kanutouristische Rahmenbedingungen, eine nachhaltige Naturraumnutzung und für hohe Qualitäts- und Sicherheitsstandards einsetzen. Wir sind sowohl Ansprechpartner für touristische Regionen, als auch für Unternehmen und unterstützen Sie rund um die Themen

- **Nachhaltigkeit**
- **Qualitätsmanagement**
- **Kanutouristische Infrastruktur**
- **Aus- und Fortbildungskonzepte**

## Das neue Qualitätsmanagement Wassertourismus

Sie sind eine kanufreundliche Region oder ein professionelles kanutouristisches Unternehmen? Dann zeigen Sie Ihre Qualität! Wir haben das bereits etablierte und weitverbreitete QMW-System weiterentwickelt, verbessert und mit einem neuen Logo abgerundet. Seit dem Jahr 2024 zertifiziert der Bundesverband Kanu e. V. nicht nur kanutouristische Betriebe, sondern auch Gewässer, die durch ihre exzellente Infrastruktur und Rahmenbedingungen für Kanufahrer:innen herausstechen. Mit dem neuen QMW möchten wir u. a. auch die Zusammenarbeit von Regionen und Unternehmen fördern.



# Qualitätsmanagement Wassertourismus





**Herausgeber:**

Bundesverband Kanu e. V.  
Gunther-Plüschow-Straße 8, 50829 Köln

**Konzept und Redaktion:**

Tourismuskontor Heike Helmers

**Grafik, Layout und Illustrationen:**

FISCHUNDBLUME DESIGN GbR

**Fotos:** Jens Beckmann (S. 16), Anna Bröll (Titel Mitte),  
Manfred Bühnemann (Rückseite oben), Jobst Hahn (Titel oben,  
S. 2/3 Mitte, 8, 21, Rückseite Mitte), Ed Kirwan (S. 2), Eike Krebs  
(S. 23, 12 unten), Lothar Krebs (S. 10/11, 12 links), Lahntours-  
Aktivreisen/Dominik Ketz (Titel unten, S. 4, 20), MOCANOX  
(S. 3, 22), Lutz Müller (S. 14/15), Heiko Potthoff (S. 7, Rückseite  
unten), Henrik Schmidtbauer (S. 19), Stadtwerke Ludwigsburg-  
Kornwestheim GmbH/Benjamin Stollenberg (S. 13)

**Grafiken:** BTE Tourismus- und Regionalberatung,  
bearbeitet von fischundblume

**Druck:** Pinguindruck, Berlin

