

Wassersport: Ein Markt in Bewegung

Die Konsumentenstudie Wassersport 2026 analysiert Zielgruppen, Nutzungsverhalten und Marktpotenziale in der DACH-Region. Sie liefert damit wichtige Erkenntnisse für Industrie, Handel, Sportpolitik und Verbandsarbeit.

Im Auftrag der Fachgruppe Wassersport des Bundesverbands der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. (BSI) und in Kooperation mit dem Deutschen Schwimm-Verband e.V. (DSV) wurden über 2.000 Menschen in der DACH-Region befragt – vom gelegentlichen Freizeitsportler bis zum ambitionierten Athleten. Die Studie analysiert, welche Disziplinen besonders beliebt sind, wie häufig sie betrieben werden und welche Produkte dabei zum Einsatz kommen. Ebenso beleuchtet sie den Zugang zum Wassersport: Wer ist regelmäßig aktiv, wer nur temporär? Welche Distanzen werden für Training und Ausübung in Kauf genommen? Erörtert wird zudem, welche Rolle dabei infrastrukturelle Rahmenbedingungen spielen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Konsum- und Kaufverhalten. Die Studie zeigt, wo Wassersportprodukte erworben werden – online oder stationär – und welche Anschaffungen in Zukunft geplant sind.



Für die Branche liefert dies eine Datengrundlage, um Sortimente, Services und Vertriebsstrategien gezielt weiterzuentwickeln.

Über den Markt hinaus richtet die Studie den Blick auf ein gesellschaftlich hoch relevantes Thema: die Schwimmfähigkeit der Bevölkerung. Erhoben wurde unter anderem, wie sicher Kinder schwimmen können, welche Schwimmabzeichen verbreitet sind und wie intensiv Schwimmkurse genutzt werden. Die Ergebnisse zeigen zugleich, welche infrastrukturellen Voraussetzungen notwendig sind, um Schwimm-

bäder als sichere, attraktive und niedrigschwellige Orte für Bewegung, Gesundheitsprävention und Gemeinschaft zu erhalten.

„Unsere neue Wassersportstudie zeigt eindrucksvoll, wie vielfältig und relevant Wassersport in der DACH-Region ist. Gleichzeitig wird sichtbar, wie viele Kinder heute nicht sicher schwimmen können“, sagt BSI-Geschäftsführer Stefan Rosenkranz und ergänzt: „Diese Erkenntnisse sind unverzichtbar und werden ein wichtiger Bestandteil der Zusammenarbeit der BSI-Fachgruppe Wassersport mit dem DSV sein“.

Auch für den organisierten Sport und die politische Diskussion liefern die Ergebnisse zentrale Argumente. „Die Studie gibt uns eine belastbare Grundlage für die Weiterentwicklung von Schwimmen und Schwimmenlernen in Deutschland“, betont Jan Pommer, Vorstandsvorsitzender des

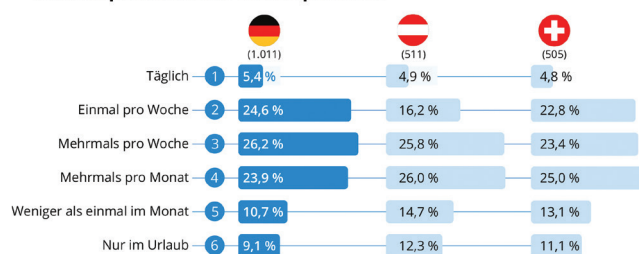
Deutschen Schwimm-Verbands. „Die Zahlen liefern zudem wichtige Impulse für die politische Debatte rund um die Zukunft der Bäderlandschaft – ohne ausreichende Wasserflächen wird es keine nachhaltige Schwimmausbildung geben“, so Pommer.

Die Konsumentenstudie Wassersport 2026 macht deutlich: Wassersport ist wirtschaftlich relevant, gesellschaftlich bedeutsam und eng mit Fragen der Infrastruktur und Prävention verknüpft. Für Industrie, Handel, Verbände und Politik bietet sie damit eine gemeinsame Grundlage, um den Wassersport in der DACH-Region zukunftsfähig weiterzuentwickeln. •

Die Studie kann im Shop von Marketmedia24 erworben werden:



6. Häufigkeit der Aktivität: Wie oft üben Wassersportler:innen ihren Sport aus?



Die Studie zeigt differenziert, wie ambitioniert Wassersport in der DACH-Region betrieben wird (siehe oben) und inwiefern sich Aktive dafür einem Verein anschließen (siehe rechts).

10. Diese Wassersportart werden in einem Verein ausgeübt (Mehrfachnennung möglich)

